



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Estrategias competitivas y productividad de una
clínica privada, Piura 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Naquiche Guevara, Katerine Isabel (orcid.org/0009-0005-1340-5810)

ASESORA:

Mgtr. Gómez Zúñiga, Cecilia Paula Luisa (orcid.org/0000-0001-7986-7608)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mis padres, mi esposo y a toda mi familia, por ser mi mayor motivación para poder salir adelante y apoyarme siempre en todos mis procesos, metas y logros cumplidos.

A mi abuela María Santos Sernaque, gracias por apoyarme y seguirme cuando desde el cielo.

A mi abuela Felicia Quinde Mauricio que aún sigue conmigo y me ayuda con sus oraciones, muchas gracias por seguir conmigo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por siempre estar conmigo en cada momento, cuidándome y guiando mi camino, para poder hacer realidad una de mis metas y por ser parte de este proceso. A mi jefe Directo, la señora Ana luz, Vega Huancas por apoyarme y dejar que desarrolle mi investigación. También le agradezco a mi Mgtr. Gómez Zúñiga, Cecilia Paula Luisa; quien estuvo paso a paso apoyándome en el desarrollo de mi tesis para poder llegar a la meta final, mil gracias.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GOMEZ ZUÑIGA CECILIA PAULA LUISA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y PRODUCTIVIDAD DE UNA CLINICA PRIVADA, PIURA 2023", cuyo autor es NAQUICHE GUEVARA KATERINE ISABEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, 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.

PIURA, 12 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GOMEZ ZUÑIGA CECILIA PAULA LUISA DNI: 03490490 ORCID: 0000-0001-7986-7608	Firmado electrónicamente por: PGOMEZZU el 13- 12-2023 00:42:02

Código documento Trilce: TRI - 0694844



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, NAQUICHE GUEVARA KATERINE ISABEL estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y PRODUCTIVIDAD DE UNA CLINICA PRIVADA, PIURA 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
KATERINE ISABEL NAQUICHE GUEVARA DNI: 48865309 ORCID: 0009-0005-1340-5810	Firmado electrónicamente por: KNAQUICHEG el 12- 12-2023 19:24:47

Código documento Trilce: TRI - 0694846

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Caratula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA	9
3.1. Tipo y diseño de investigación	9
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3 Población y muestra	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.5. Procedimientos.....	13
3.6. Método de análisis de datos.....	13
3.7. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS	15
V. DISCUSIÓN.....	24
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES	29
VIII. PROPUESTA	30
REFERENCIAS	43
ANEXOS	48

índice de tablas

Tabla 1. Puntuación de ítems en la escala de Likert	12
Tabla 2. Objetivo específico 1. Establecer la relación entre liderazgo en costo y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.....	15
Tabla 3. HE1. Existe relación significativa entre liderazgo en costos y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.....	16
Tabla 4: Diagnosticar la relación entre la diferenciación y la productividad de una Clínica privada, Piura 2023.	17
Tabla 5: HE2: Existe relación significativa entre la diferenciación y la productividad de una Clínica privada, Piura 2023.	19
Tabla 6: Describir la relación entre el enfoque y la productividad de una Clínica privada, Piura 2023.	20
Tabla 7: HE3: Existe relación significativa entre el enfoque y la productividad de una Clínica privada; Piura 2023.	21
Tabla 8: Determinar la relación entre las estrategias competitivas y la productividad de una clínica privada Piura 2023.	22
Tabla 9: H1:Existe relacion significativa entre las estrategias competitivas y la productividad de una clinica privada piura 2023.....	22

RESUMEN

La presente investigación que se desarrolló en una clínica privada, tuvo como objetivo principal determinar la relación entre las estrategias competitivas y la productividad de una clínica privada, Piura 2023. La metodología empleada fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal y correlacional; la técnica implementada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. La muestra fue aplicada a 50 Colaboradores del área de admisión de la clínica privada, teniendo como resultados de la correlación de la variable estrategias competitivas y la variable productividad de una clínica privada que se obtuvo a través del coeficiente de Shapiro Wilk con un valor de 0.963 y un nivel de significancia de 0.000. Por lo tanto, se concluye en esta investigación, que existe correlación significativa alta entre estrategias competitivas y la productividad de una clínica basándose en la percepción que tienen los colaboradores respecto a las estrategias que se desarrollan dentro de la organización para ofrecer una mejor atención a los clientes. Evidenciándose un coeficiente de correlación de Spearman es 0,963, siendo una correlación positiva muy alta, obteniendo un valor de $p=0.000 \leq 0.05$.

Palabras clave: Estrategias competitivas, productividad, colaboradores, liderazgo en costos, competencias básicas, eficiencia, enfoque.

ABSTRACT

The main objective of this research, which was developed in of a private clinic, was to determine the relationship between competitive strategies and the productivity of a private clinic, Piura 2023. The methodology used was applied, with a quantitative approach, and a non-experimental design. cross-sectional and correlational; The technique implemented was the survey and the instrument was the questionnaire. The sample was applied to 50 Collaborators from the clinic's admission area, with the results of the correlation of the competitive strategies variable and the productivity variable of a private clinic that was obtained through the Shapiro Wilk coefficient with a value of 0.963 and a significance level of 0.000. Therefore, it is concluded in this research that there is a high significant correlation between competitive strategies and the productivity of a clinic based on the perception that collaborators have regarding the strategies that are developed within the organization to offer better care to patients. customers. A Spearman correlation coefficient of 0.963 is evident, being a very high positive correlation, obtaining a value of $p=0.000 \leq 0.05$.

Keywords: Competitive strategies, productivity, collaborators, cost leadership, core competencies, efficiency, focus.

I. INTRODUCCIÓN

Las estrategias competitivas permiten que cualquier organización logre cumplir sus metas y objetivos, y por ende lograr una mayor productividad, debido a que es fundamental el desarrollo de una empresa. Recordando que el año 2021, el mundo enfrentó una crisis sanitaria, lo cual causó el temor en las personas, sin imaginar las consecuencias que traería consigo. Las incertidumbres socio económicas y el poder mantener su productividad en las empresas ha representado un quehacer importante al área de marketing, desarrollando y adaptando diversas estrategias para conservar la posición económica de la empresa y se encuentre preparada para futuras adversidades. En el año actual 2023 los casos de COVID, influenza, dengue, y otras variantes están nuevamente causando temor a la población peruana, lo cual una de las razones es las fuertes lluvias, incremento de insectos, desbordes de ríos y destrucción de carreteras. La medida busca que los trabajadores de los centros de salud estén atentos y se fortalezca el sistema de vigilancia epidemiológica ante el incremento de enfermedades.

En el contexto internacional Orozo (2019), afirmó que la realización de poner en marcha las estrategias mejora la estadía del usuario en la empresa, adquiriendo incentivos para los clientes, que los hace crecer de manera productiva, sostenible y más competitiva en el mercado. El mismo autor, indicó que las estrategias competitivas son herramientas que ayudan en la rentabilidad de la empresa creando ventajas que la diferencien de la competencia del sector salud privada es sin duda una fuente alta de ingresos, por lo cual afirma que ha subsistido en el tiempo por el desempeño de la estrategia en su calidad de servicio y, así funcionen con plenitud teniendo una buena productividad, fidelizando a sus usuarios potenciales. Siendo el problema de muchas organizaciones la falta de enfoque en los detalles menos inusuales y que en su mayoría pasan desapercibidos.

En el ámbito nacional, Miranda (2019) manifestó que la buena experiencia hace que el cliente se autofidelize, asegurando a que sus clientes e ingresos a largo plazo crezcan en el tiempo, promoviendo el posicionamiento y reconocimiento de la marca de la organización. Perú en el sector salud es una de las mayores fuerzas económicas, sin embargo, en el sector público es el más desatendido y olvidado creando una inseguridad e insatisfacción para sus usuarios optando por dejar de

usar sus servicios conociendo que siempre su problema es la falta de instrumentos, materiales, medicina, personal, etc. Y además una pésima atención al paciente de parte del personal, recordando que no tienen la capacidad de hacer frente a una pandemia; creando así una oportunidad en el sector de salud privado. Esto surge debido al crecimiento de las enfermedades y la alta tasa de mortalidad en el Perú, brindando confianza al paciente de ser atendido en una clínica privada.

En el ámbito local, los inversionistas de la clínica se ven afectados, por el problema del incremento de casos de dengue, influenza e infecciones. Esto se debe a que no se dan abasto con tiempo de parte de los especialistas y con camillas. Como bien es cierto que los centros de salud públicos no siempre son reconocidos por su servicio y buen trato, lo cual ha conllevado al usuario a buscar mejores alternativas. También se sabe que al ser una clínica privada siempre buscará que sus incrementos sean altos dando prioridad a pacientes que se registren de forma particular, dejando de lado pacientes que cuentan con un seguro, como Rímac, Pacífico, Petro Perú, etc. Los pacientes que cuentan con seguro en su mayoría son clientes recurrentes, por lo que no debería de desatenderse ya que son usuarios potenciales.

Es por ello que las empresas necesitan de estrategias competitivas y estar en una mejora, aprovechando las pequeñas oportunidades que a veces sin darse cuenta ocasionan gran malestar al paciente potencial. Dando énfasis a que su productividad crezca y se mantenga, sabiendo que nacen de la inquietud de analizar y dar solución a distintos problemas.

Ante ello, se planteó el siguiente Problema General; ¿Cómo se relacionan las estrategias competitivas y la productividad de una Clínica Privada, Piura 2023?, asimismo, se plantearon problemas específicos a) ¿De qué manera se relaciona el liderazgo en costos y la productividad de una clínica privada, Piura 2023?, b) ¿Cuál es la relación entre la diferenciación y la productividad de una clínica privada, Piura 2023?, c) ¿Cómo se relaciona el enfoque y la productividad de una clínica privada, Piura 2023?

Esta investigación tiene como justificación teórica sustentar definiciones y aportes de distintos autores conociendo modelos de teorías que siguen afirmando la relación de las variables, estrategias competitivas y productividad, siendo vital

como aporte de la literatura presentada. Con el fin de dar a conocer a gerentes, jefes de cada área de la organización. Esto para poder beneficiar a inversionistas y colaboradores en general de manera sutil.

Como justificación práctica los superiores de cada área o departamento identificarán oportunidades para llevar a la práctica mejoras continuas en los distintos procesos de las competencias estratégicas y la productividad, para realizar la medición y realización de metas, optimizando las funciones que desempeñan. Como justificación metodológica será trabajar con el instrumento de la encuesta que cuentan con la validez y confiabilidad que ayudaran a obtener conclusiones objetivas de nuestro estudio.

El desarrollo de la tesis tiene objetivo general: Determinar la relación entre las estrategias competitivas y la productividad de una clínica privada, Piura 2023. Así mismo los objetivos específicos son a) Establecer la relación entre liderazgo en costos y la productividad de una clínica privada, Piura 2023. b) Determinar la relación entre la diferenciación y la productividad de una Clínica privada, Piura 2023. c) Identificar la relación entre el enfoque y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.

Finalmente se estableció la siguiente hipótesis general: Existe relación significativa entre estrategias competitivas y productividad de una clínica privada, Piura 2023. Hipótesis específicas a) Existe relación significativa entre liderazgo en costos y productividad de una clínica privada, Piura 2023. b) Existe relación significativa entre la diferenciación y productividad de una clínica privada, Piura 2023. c) Existe relación significativa entre el enfoque y productividad de una clínica privada, Piura 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Para realizar el proyecto de investigación en desarrollo, se ha considerado como primicia a estudios nacionales e internacionales de las cuales existe relación entre las variables de estudio las cuales son estrategias competitivas y productividad.

En el contexto a nivel nacional Vicente & Garcés (2020), el estudio realizado fue en la ciudad de Tacna. Su objetivo era saber cómo las competencias laborales influyen con la productividad. En su estudio se utilizó una metodología tipo cuantitativo, su diseño fue no experimental, su población y muestra fue 110 individuos. En la investigación, como resultados se comprobó que la productividad es de 49% en nivel bueno, conociendo que sus habilidades tienden a obtener mayor productividad. Finalmente se llegó a concluir que las variables estudiadas tienen relación 0.258.

Mientras que para, Ruiz (2020), el principal propósito fue llevar a cabo las estrategias competitivas con la finalidad de conocer si mejorara la calidad del servicio, se utilizó el método descriptivo, una población de las personas que tienen el servicio de las 6 empresas, su muestra fue 196 clientes, el muestreo es probabilístico. Los resultados fueron analizados con la escala *SERqvual*, habiéndose obtenido un 57%, considerando que el nivel de la calidad de servicio en la empresa es bajo, así por lo contrario un escaso 16%, refieren que la calidad de servicio es alta. Ruiz muestra a las estrategias competitivas de manera importante en las organizaciones para brindar una buena calidad de servicio, por lo cual aumentara el incremento de la productividad.

Para Pozo (2022), el objetivo fue ver si sus variables tienen relación, las estrategias competitivas y la productividad de una empresa, se aplica con un enfoque cuantitativo. El diseño es no experimental transversal descriptivo correlacional. Su población y muestra fue de 80 personas; Para la recolección de datos, el instrumento fue la encuesta. Los resultados de la variable 1 fue de 43.75 lo que demuestra que, sí se aplican estrategias, con un porcentaje de 42.55 % para la variable productividad. Concluir si existe una relación entre las variables de 0.754.

Para Erazo (2019), su investigación tuvo como objetivo conocer la relación entre la asociación de las estrategias competitivas y la financiación de corto plazo para pequeños negocios. Su metodología es tipo correlacional, y la técnica desarrollada es la encuesta, para concluir el estudio tiene como resultado que hay relación entre las variables estrategias competitivas y financiamiento a un periodo de corto plazo.

El autor Cortez (2020), en la ciudad de Chimbote realizó una investigación para identificar si sus variables talento humano y la productividad laboral se relacionan. Su muestra y población fue de 270 trabajadores. Su técnica la encuesta. Su resultado fue que el 53,5% muestra un nivel regular en la productividad laboral y un 46,5% lo perciben con un nivel bueno; concluyó afirmando que la gestión de talento humano está asociada con la variable productividad laboral.

Por ello Avalos (2019), en su estudio determina cómo las estrategias competitivas tienen influencia en el desenvolvimiento de liderazgo en costos de una agroexportadora *Hortifrut* de la ciudad de Trujillo, su método de estudio es descriptivo no experimental con corte transversal, su muestra fue 160 individuos y el instrumento que utilizó fue el cuestionario. Como resultados, precisó que las estrategias competitivas se relacionan significativamente con el liderazgo en costos. la segmentación es 61% y un 33% el enfoque de la empresa; concluyendo que la relación entre las variables es buena para la organización, con un valor de 0.642.

En el campo internacional, se tiene a Suiza et al (2022), tuvieron como objetivo investigar si las actitudes laborales han sido medidas como satisfacción laboral, compromiso organizacional y motivación laboral, si están relacionadas con la productividad laboral. Su investigación es de tipo correlacional, y su muestra de 1475 colaboradores, fue la encuesta. Concluyendo las actitudes laborales sí se relacionaron de forma significativa con la productividad laboral entre los empleados que experimentaron una combinación de problemas. La pérdida de productividad no solo se ve estancada por problemas financieros, sino, por motivación, satisfacción y compromiso laboral.

El estudio realizado por Saavedra (2019), analizó cómo se comportan los diferentes procesos de planificación estratégica, cómo se asocian con los atributos de la organización y de los empresarios. Su investigación fue correlacional y su

muestra fue de PYMES, donde se utilizaron cuestionarios. Los resultados revelaron que solo el 55,3% de las empresas realizaron un proceso de planificación estratégica en los últimos años, mientras que solo el 51,7% afirman no realizarlo. Por lo tanto, se podría confirmar que la planificación está asociada al tamaño de la organización.

Por lo consiguiente Panda (2020) analizó el impacto de la cultura organizacional sobre la estrategia y el rol de la efectividad del liderazgo, su investigación fue correlacional teniendo una muestra de 441 personas. Los resultados revelaron que las interacciones de búsqueda de asesoramiento, en una cultura de colaboración y una cultura de cometer errores influyeron significativamente en la creación e implementación de planes estratégicos. En conclusión, la cultura organizacional tiene una relación significativa con la efectividad del liderazgo.

La investigación realizada por Moncada y Gonzales (2020), tuvo como título *Estrategias competitivas de las empresas ecuatorianas exportadoras de camarón casos de éxito*. Su objetivo es conocer los tipos de estrategias que la empresa ha implementado para mantenerse en el mercado internacional. Su metodología fue descriptiva y cualitativa, su muestra de estudio fueron 61 colaboradores de empresas camaroneras más destacadas en el ranking empresarial con mayor volumen de ventas, definiendo así que las empresas estudiadas utilizaron a las estrategias competitivas (diferenciación) y estrategias de crecimiento (integración vertical y diversificación), llegando a la conclusión que las estrategias competitivas influyen en el éxito de cualquier empresa.

A su vez, López (2022), en su tesis *Análisis de las estrategias competitivas y las exportaciones de la empresa corporación Life SAC*; tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre las estrategias competitivas y las exportaciones de la empresa. Su muestra fue de 61 colaboradores; realizó un estudio enfocado en las estrategias competitivas respecto a liderazgo en costes y diferenciación. Utilizó una metodología descriptiva de corte transversal, con enfoque cuantitativo utilizando el instrumento de la encuesta virtual. En conclusión, si existe relación entre las variables. La empresa logrará generar una ventaja y así poder tener un mejor posicionamiento en el mercado.

Así también Granados y Coronado (2020), con el desarrollo de su proyecto para averiguar si las fuerzas del mercado están vinculadas a las estrategias competitivas genéricas e incluso al desempeño empresarial. La metodología utilizada fue es no experimental, directa, cualitativa. Sus resultados fueron a si diferenciar si las fuerzas de mercado influyen con las estrategias competitivas genéricas y el desempeño, finalmente las empresas operan en un mercado con bajos ingresos y rangos de extrema pobreza debido a la entra de ingresos diarios. Demostrando así que las fuerzas del mercado están en relación a la estrategia que, en todo caso, sería el desempeño empresarial.

Por lo cual Pozo (2020), considera a las estrategias competitivas como el conjunto de herramientas de los cuales los objetivos se lograrán realizar; según el libro de David, Fred. R (2017) *Conceptos de Administración Estratégica*, ya que en su estudio indico que las estrategias han sido nombradas como: expansión geográfica, diversificación, desarrollo de productos y reducción presupuestaria para las empresas en conjunto.

Se utilizaron tres estrategias genéricas las cuales fueron: liderazgo en costos, diferenciación y el enfoque. Por su parte Viltard (2017) toma en cuenta la teoría de Porter con las dimensiones: (1) liderazgo en costos, según Taboada (2021), está basado en implementar de manera más eficiente cuando diseña, produce y comercializa un producto comparable de manera diferente de sus competidores, como mantener costos bajos frente a los competidores y lograr mayores ventas. (2) la diferenciación para Sharon Licari (2023), enfoca a las preferencias de los consumidores diferenciándose por un conjunto de características que resalta de sus competidores, teniendo la potestad de establecer precios convenientes por encima de los precios de sus competidores, ya que, ofrecen algo diferente por lo que el cliente final accederá a cancelar una diferencia de precio extra. (3) el enfoque, según Sharon Licari (2023), está basado en ofrecer algo muy preciso para una parte segmentada del mercado que ha sido poco explorado y con poca competencia.

Entre las tres dimensiones se consideraron 10 indicadores; control de costos, proveedores, economía de escala, Branding, servicio, propuesta de valor, competidores, calidad, segmento y posicionamiento.

En pocas palabras la variable productividad es una medida económica que va a calcular los servicios y bienes que se han ido produciendo por cada recurso utilizado.

Así mismo Gutiérrez (2014), El autor define a la variable productividad, como el logro realizado después de un conjunto de prácticas. El cual se calcula el crecimiento del rendimiento obtenido y las distintas técnicas utilizadas, precisando que el rendimiento de la productividad se calcula con el número de productos fabricados, realización de despachos y resultados exitosos. Sus dimensiones son:(1) Competencias Básicas, Según Zamarreño (2019), Las competencias Básicas son el resultado de la interacción de componentes: conocimientos, habilidades y destrezas, actitudes y valores. (2) Eficiencia y Eficacia, Sánchez (2022), considera a la eficacia como el esfuerzo de realizar la acción para el logro de objetivos; mientras la eficiencia determina un uso óptimo de los recursos a menor costo. (3) Capital Humano, Paredes et al. (2023). Definen como capital humano al conjunto de capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos y talentos generales o específicos que pueden ser aprovechados por la organización.

Utilizando el cuestionario. Se consideró diez indicadores de las 3 dimensiones, a saber: formación, perfiles profesionales, comunicación y colaboración, desarrollo de liderazgo, logro de resultados, uso de recursos, costos y las ventajas, talentos y habilidades, toma de decisiones, acciones y Arias (2020), la técnica es un procedimiento establecido el cual sirve de apoyo para los fines de estudio, además, se tiene que el cuestionario es una herramienta que puede ser de dos formas: virtual y 14 física.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación, fue aplicada, y se seleccionó numerosos hechos y fenómenos sin distorsionar el origen de su contenido tal como señala el autor Covinos (2021), quien indico, que la investigación es aplicada porque resuelve problemas prácticos a partir del conocimiento de una solución del objetivo.

3.1.2. Diseño de investigación

La tesis esta complementada con el enfoque cuantitativo; debido que, para revisar el contenido del análisis de las variables estrategias competitivas y productividad, se ha tomado en cuenta el uso de un instrumento de evaluación, adecuado para nuestra investigación, de tal manera que procese la información aplicada hacia la población seleccionada en este caso los colaboradores de la Clínica Privada. Según Vara (2015) precisó, que la metodología de estudio es aplicada a la investigación por la confiabilidad del diagnóstico de las teorías que han obtenido una validez, y posteriormente ser probadas.

El método que se realizó fue no experimental y de corte transversal, de nivel correlacional descriptivo, ya que, se plantearon afirmaciones diseñadas en la hipótesis general y las específicas, las cuales son tres y se justificó; teniendo justificaciones y respuestas de los resultados. Según Arias y Covinos (2021), indicó que es transversal porque en el proceso de la investigación no va a tener ningún cambio o transformación en sus variables. Quiere decir que se realizó una sola vez y en un determinado tiempo. Y correlacional, quiere decir que va a indicar si las variables tienen relación entre ellas mediante el estudio. esto se debe a que al indagar se reconocerá el nivel de relación y la importancia que tienen las variables estudiadas.

3.2. Variables y operacionalización

La investigación contiene las siguientes variables de estudio, (1) “Estrategias competitivas”, y (2) “Productividad”. A continuación, se presentará el concepto operacional de mis variables, así como sus dimensiones e indicadores que han sido desarrolladas en la matriz.

3.2.1. Variable 1: Estrategias competitivas

Definición conceptual

Pozo (2020), en el libro “*Conceptos de Administración Estratégica*” de David. Fred. R, nos dice que las estrategias son el conjunto de herramientas de las cuales los objetivos se lograran realizar, asimismo este estudio indico que las estrategias han sido nombradas como: su geografía, clasificación, elaboración, minimización de costos.

3.2.2. Variable 2: Productividad

Definición conceptual

Gutiérrez (2014), El autor define a la variable como el logro realizado después de un conjunto de prácticas. El cual se calcula el crecimiento del rendimiento obtenido y las distintas técnicas utilizadas, precisando que el rendimiento de la productividad se calcula con unidades producidas, despacho y resultados alcanzados.

3.3 Población y muestra

3.3.1. Población

Para la ejecución de la investigación se consideró como población trabajadores de la Clínica Privada, ubicada en el departamento de Piura. Por otro lado, la población es de 50 colaboradores de la organización de las diferentes áreas donde desempeñan sus actividades.

Se ha considerado a un porcentaje de los trabajadores considerando a algunas áreas de la clínica debido a que los trabajadores no se encuentran

laborando por motivos de salud, y otros por distintas circunstancias, como licencias de maternidad, vacaciones.

Arias et al. (2016), manifestaron que el criterio de inclusión está conformado por todas las características que deben tener los individuos u objetos de estudio para que así se considere dentro de la investigación; por consiguiente, cuando se menciona el criterio de exclusión es lo contrario, esto refiere a las condiciones o peculiaridades que pueden mostrar los participantes y esto pueda afectar tergiversando los resultados.

3.3.2. Muestra

Hernández, et al, (2014), señalaron que es la forma en la cual se recolecta información de la población, definiendo diversas características de los datos para llevar el desarrollo del estudio. La muestra de investigación se aplicó a 50 trabajadores de la Clínica Privada Piura, 2023

Unidad de análisis

La unidad fue un colaborador de la clínica privada. Por lo tanto Sánchez H, et. Al (2018), definieron a la unidad de análisis como características y aspectos que se ha propuesto en el estudio, sean personas, servicios, entre otros, los que se diferencian por sus cualidades y a tributos entre ellos.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encuesta

Para los distintos informes de estudio es muy beneficioso ya que ayuda a recopilara datos. Ante ello QuestionPro (2022), refiere que es un método comúnmente utilizado por los investigadores. Ya que, su objetivo principal es obtener respuestas de un grupo de individuos con el fin de recopilar información importante. Para esta investigación también se empleó esta técnica, para la recolección datos.

Instrumento

En el estudio realizado se empleó el instrumento del cuestionario. Por lo cual Armijo et al. (2021), describe al cuestionario como una técnica de recopilación de datos más comunes que han sido utilizados. Está compuesto por un conjunto de preguntas según las variables de estudio a evaluar.

Para las variables Estrategias competitivas y productividad se formuló un cuestionario de 30 preguntas, se aplicó en la escala de Likert. De esta manera se buscó recopilar información precisa y genuina para ambas variables, permitiendo un análisis riguroso y completo.

Tabla 1. Puntuación de ítems en la escala de Likert

Puntuación	Denominación
1	Siempre
2	Casi Siempre
3	A Veces
4	Nunca
5	Casi Nunca

Nota. Escala ordinal de Likert

Validez

Armijo et al., (2021), Definen a la validez como el nivel de correspondencia en lo que pretende medir el instrumento y lo que en realidad mide. Esto quiere decir que la validez debe tener una concordancia entre la forma que se ha operacionalizado el instrumento y el instrumento utilizado. Conociendo que al seleccionar un instrumento se tendrá en cuenta cuál es el más efectivo para el estudio de las variables. Por lo cual fue revisado por tres expertos quienes revisaron y brindaron la validez del instrumento (ver anexo 10).

Confiabilidad

Los autores, Armijo et al., (2021), hacen referencia a la confiabilidad al nivel en que un instrumento genera resultados confiables utilizando la manera adecuada, el cual analiza mediciones repetidas en un mismo objetivo y así poder obtener resultados que son estadísticamente similares. se realizó una prueba piloto de 15 trabajadores de una clínica privada resultando como un Alpha de Cronbach de 0.83 para el instrumento de la variable estrategias competitivas que significa que tiene una confiabilidad aceptable y un 0.86 Para el instrumento de la variable Productividad, que significa que tiene una excelente confiabilidad (ver anexo 10)

3.5. Procedimientos

El procedimiento realizado tiene como primer paso la autorización de la empresa para el manejo de su información; como siguiente paso el investigador luego de tener respuestas favorables de parte de la empresa procedió a realizar la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección de datos al cuestionario. Por consiguiente, se realizó la elaboración del instrumento. Para llevar a cabo la aplicación de la encuesta se pasó por el proceso de evaluación del instrumento por expertos para posteriormente realizar la prueba piloto. Así mismo una vez que el instrumento fue evaluado se solicitó la aprobación de la tesis de investigación a las oficinas y entes encargados de la UCV. Concluyendo, la recopilación de datos obtenidos de los ítems ha sido realizados por el uso de aplicativos y herramientas, realizando la comparación y confrontación de resultados de las hipótesis que han sido establecidas.

3.6. Método de análisis de datos

Los autores señalaron que; *“El análisis de datos de una cierta población ha ayudado a que su análisis de la cantidad de información de tiempo atrás”*. (Pérez et al 2012). El análisis de datos empleado es de nivel descriptivo, lo cual se empleará la estadística descriptiva, permitiéndola recopilación de datos mediante el instrumento de la encuesta, se trabajó con el programa SPSS, donde los datos se convertirán en tablas de frecuencia, para realizar el estudio que corresponde.

Para el desarrollo del nivel inferencial, se realizó un análisis correlacional a

través de la prueba no paramétrica de correlación de Spearman, así se comprobará las hipótesis. Al realizarlo se podrá conocer si las variables de estudio se relacionan de la misma manera y se comprobara cuanto es su grado de relación.

3.7. Aspectos éticos

La tesis realizada será sujeta al estudio y supervisión continua del asesor encargado de la experiencia curricular. Para que se realizara de manera transparente se desarrolló según la guía de trabajos para grados y títulos según la RVI N°062-2023-VI-UCV de la Universidad César Vallejos y de las normas que están en el formato APA 7ma edición. Para El estudio de la situación de cada párrafo y poder analizar la idea principal de cada autor. Así mismo las encuestas se realizó de manera anónima reservando la identidad de cada colaborador de la clínica, y se respetó la información con la responsabilidad debida sin ser alterados.

IV. RESULTADOS

4.1. Informe de la aplicación del cuestionario del servicio ofrecido por la clínica privada, Piura 2023.

Con respecto al objetivo específico 1:

Tabla 2. Objetivo específico 1. Establecer la relación entre liderazgo en costo y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.

Liderazgo en costos	Escala de alternativas											
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1.- La empresa ofrece especialización a sus colaboradores	0	0,0	4	8,0	6	12,0	28	56,0	12	24,0	50	100%
2.- La empresa mejora las técnicas en el servicio que ofrece	3	6,0	0	0,0	7	14,0	30	60,0	10	20,0	50	100%
3.- Existe la posibilidad de encontrar paquetes de servicios con mejores precios	0	0,0	0	0,0	12	24,0	24	48,0	14	28,0	50	100%
4.- Existe un plan sobre manejos de costos de los distintos servicios que ofrece la clínica	0	0,0	0	0,0	13	26,0	23	46,0	14	28,0	50	100%
5.- La empresa implementa técnicas de responsabilidad social para la reducción de costos innecesarios	0	0,0	3	6,0	8	16,0	21	42,0	18	36,0	50	100%
6.- Crees que la empresa cuenta con una agenda de proveedores para obtener productos de mejor calidad y precio	3	6,0	0	0,0	6	12,0	23	46,0	18	36,0	50	100%

Nota. *Liderazgo en costos: Estrategias competitivas relacionada con la Productividad.*

La Tabla 2, se observa que de 50 trabajadores: 28 con un 56% refieren que casi siempre la empresa ofrece especialización a sus colaboradores, 30 con un 60% mencionan que casi siempre la empresa mejora las técnicas en el servicio que ofrece, 24 con un 48% mencionan que casi siempre existe la posibilidad de encontrar paquetes de servicios con mejores precios, 23 con un 46% refieren que casi siempre existe un plan sobre manejos de costos de los distintos servicios que ofrece la clínica, 21 con un 42% refieren que casi siempre la empresa implementa técnicas de responsabilidad social para la reducción de costos innecesarios, y por último el 23 con un 46% refieren que casi siempre crees que la empresa cuenta con una agenda de proveedores para obtener productos de mejor calidad y precio.

Si bien es cierto que hay un 6 % de los colaboradores que opinaron que la empresa casi nunca implementa tácticas de responsabilidad social para la reducción de costos innecesarios como el consumo de papel, esto se debe porque la mayoría del personal se les dificulta manejar nuevos programas informáticos como aplicativos que ingresan a la base de datos de clínica de manera virtual; y en el momento de realizar los distintos procedimientos tienen dificultades; por ende prefieren imprimir un documento en lugar de enviarlo por correo o ingresarlo al sistema directamente. Uno de los casos es el de manejar una agenda virtual en lugar de una agenda física, para evitar el mal uso del papel y además aportarían con el cuidado medio ambiente.

Contrastación de la Hipótesis específica 1

Tabla 3: HE1. Existe relación significativa entre liderazgo en costos y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.

		Correlación de Spearman	
		D1V1= Liderazgo en costos	V2= PRODUCTIVIDAD
D1V1= Liderazgo en costos	Correlación de Spearman	1,000	,912**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	50	50
V2= PRODUCTIVIDAD	Correlación de Spearman	,912**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	50	50

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

Nota. Prueba de correlación de Spearman.

Respecto tabla 4, se observó que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,912, es una correlación positiva muy alta, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) lo que se observa que se acepta la H1(Hipótesis alterna), quiere decir que se relacionan significativamente liderazgo en costos y la productividad de una clínica privada, Piura 2023. Lo cual refiere que para la clínica es importante que el liderazgo en costos sea tomado en cuenta para poder desarrollarse en el transcurso del tiempo y favorecer a la productividad.

4.2. Con respecto al objetivo específico 2:

Tabla 4: Determinar la relación entre la diferenciación y la productividad de una Clínica privada, Piura 2023.

La diferenciación	Escala de alternativas											
	Nunca		Casi Nunca		A Veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(Σ)						
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
7.- La empresa satisface necesidades de sus clientes	0	0,0	3	6,0	9	18,0	23	46,0	15	30,0	50	100%
8.- El servicio que la empresa ofrece es satisfactorio para el trabajador y el cliente	0	0,0	3	6,0	10	20,0	24	48,0	13	26,0	50	100%
9.- La empresa cuenta con herramientas de trabajo de calidad para realizar sus actividades	0	0,0	0	0,0	7	14,0	24	48,0	19	38,0	50	100%
10.- La empresa realiza cambios de mejora continua implementando propuestas de valor	0	0,0	0	0,0	11	22,0	23	46,0	16	32,0	50	100%
11.- Se siente identificado con la marca de la empresa	0	0,0	0	0,0	7	14,0	23	46,0	20	40,0	50	100%
12.- Cree que la empresa es reconocida por su marca	0	0,0	6	12,0	7	14,0	26	52,0	11	22,0	50	100%

Nota. La diferenciación: Estrategias competitivas relacionada con la: Productividad.

La Tabla 4, se visualiza que de 50 trabajadores: 23 con un 46% refieren

que casi siempre la empresa satisface necesidades de sus clientes, 24 con un 48% mencionan que casi siempre el servicio que la empresa ofrece es satisfactorio para el trabajador y el cliente, 24 con un 48% mencionan que casi siempre la empresa cuenta con herramientas de trabajo de calidad para realizar sus actividades, 23 con un 46% refieren que casi siempre la empresa realiza cambios de mejora continua implementando propuestas de valor, 23 con un 46% refieren que casi siempre se sienten identificados con la marca de la empresa, y por último el 26 con un 52% refieren que casi siempre creen que la empresa es reconocida por su marca.

Es cierto que la empresa es reconocida por su marca, sin embargo, el 12% de los colaboradores refirieron que casi nunca la empresa es reconocida, esto se debe a que la empresa no es conocida por que muchos de los usuarios que acuden a una atención médica los recomendó un familiar o un amigo, más no, porque conocen a la clínica, ya que usualmente son personas de otros distritos y en su mayoría son pacientes del campo y con nivel de estudios bajos, además son personas mayores entre la edad de 50 años a más, que acudieron por que tuvieron una emergencia y el médico del lugar recomendó el traslado o que acuda a la consulta.

Así también hubo un 6% que opinó que casi nunca el servicio que ofrece la organización es satisfactorio para el usuario y para el colaborador, en el caso del cliente es porque muchas veces vienen en busca de una especialidad, como por ejemplo el alergólogo, y el especialista solo realiza consultas dos días en el mes y con pacientes agendados, generando incomodidad al cliente, ya que muchas veces vienen de otras provincias para ser atendidos, generando un gasto sin éxito. Y por parte del colaborador esto se debe a que algunos de los especialistas no les brindan una atención adecuada por ser personal sino por lo contrario deben cancelar como un paciente particular, sin embargo, es un porcentaje menor que la gerencia debería tomar en cuenta para mejorar y establecerse en el tiempo.

Contrastación de la Hipótesis específica 2

Tabla 5: HE2: Existe relación significativa entre la diferenciación y la productividad de una Clínica privada, Piura 2023.

		Correlación de Spearman		
			D2V1= La diferenciación	V2= PRODUCTIVIDAD
D2V1= La diferenciación	Coeficiente de correlación		1,000	,922**
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		50	50
V2= PRODUCTIVIDAD	Coeficiente de correlación		,922**	1,000
	Sig. (bilateral)		,000	.
	N		50	50

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

Nota. Prueba de correlación de Spearman.

Respecto a la tabla 5, se evidenció que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,922, es una correlación positiva muy alta, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) por lo consiguiente se visualizó que se acepta la H1, significa que existe relación significativa entre la diferenciación y productividad de una clínica privada, Piura 2023. Para cualquier empresa es importante ser diferenciada por el usuario ante su competencia, sea por el servicio o por los precios que se le ofrece, ya que influye en la productividad.

4.3. Con respecto al objetivo específico 3:

Tabla 6: identificar la relación entre el enfoque y la productividad de una Clínica privada, Piura 2023.

El enfoque	Escala de alternativas											
	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
13.- La empresa cuenta con estrategias de precios y ofertas para sus clientes segmentados	0	0,0	0	0,0	10	20,0	22	44,0	18	36,0	50	100%
14.- La empresa se diferencia entre sus competidores	0	0,0	0	0,0	10	20,0	21	42,0	19	38,0	50	100%
15.- La empresa sabe aprovechar oportunidades en las distintas necesidades del día a día obteniendo un mayor posicionamiento en el mercado	0	0,0	3	6,0	7	14,0	21	42,0	19	38,0	50	100%

Nota. El enfoque: Estrategias competitivas relacionada con la: Productividad.

En la Tabla 6, se observa que de 50 trabajadores: 22 con un 44% refieren que casi siempre la empresa cuenta con estrategias de precios y ofertas para sus clientes segmentados, 21 con un 42% mencionan que casi siempre la empresa se diferencia entre sus competidores, y por último el 21 con un 42% refieren que casi siempre la empresa sabe aprovechar oportunidades en las distintas necesidades del día a día obteniendo un mayor posicionamiento en el mercado. El 6% de los colaboradores opinaron que la empresa no sabe aprovechar oportunidades, esto debido a que desaprovechan en atender a pacientes asegurados, siendo ellos sus principales clientes potenciales ya que son los que más frecuentan la clínica, dejándolos en el aire por atender a pacientes que llegan de manera particular y están dispuestos a pagar el precio de la consulta total, lo cual no favorece a la empresa dejarlos de lado ya que estos pacientes recomiendan el servicio a sus

familiares y amigos. Esto para que en futuro se vuelvan pacientes recurrentes y la clínica pueda aprovechar a vender distintas promociones, paquetes de servicios, afiliaciones de tarjetas, etc; que favorezcan a la clínica y a la vez poder contribuir con la satisfacción del cliente.

Contrastación de la Hipótesis específica 3

Tabla 7: HE3: Existe relación significativa entre el enfoque y la productividad de una Clínica privada; Piura 2023.

		Correlación de Spearman	
		D3V1= El enfoque	V2= PRODUCTIVIDAD
D3V1= El enfoque	Correlación de Spearman	1,000	,712**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	50	50
V2= PRODUCTIVIDAD	Correlación de Spearman	,712**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	50	50

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

Nota. Correlación de Spearman.

Respecto a la tabla 7, se evidenció que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,712 es una correlación positiva alta, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) lo cual demuestra que se acepta la H1, así se afirmó que existe relación significativa entre el enfoque y productividad de una clínica privada, Piura 2023. Es importante para la clínica tener un enfoque específico para poder desarrollar estrategias y así poder impulsar tanto la productividad laboral como la productividad económica de la organización, obteniendo un beneficio común.

4.4. Con respecto al objetivo general

Tabla 8: Determinar la relación entre las estrategias competitivas y la productividad de una clínica privada Piura 2023.

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.
V1= ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	,864	50	,000
V2= PRODUCTIVIDAD	,864	50	,000

Nota. Uso de Shapiro-Shapiro-Wilk por que la muestra es \leq a 50, n=40

En base a la variable independiente denominada Estrategias competitivas se obtiene un nivel de significancia de 0.000 (Datos son paramétricos) y la variable Productividad es de 0.000 (Datos no paramétricos), por otro lado, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk en base a que la muestra es menor o igual a 50. Aplicándose ya que la muestra es de 50 trabajadores de una clínica privada, Piura 2023. Así mismo con este resultado se puede confirmar que las variables de estudio si se relacionan entre sí y que las estrategias competitivas ayudan a la productividad de una empresa tanto en el crecimiento económico como también al crecimiento organizacional entre colaboradores.

Contrastación de la Hipótesis General

Tabla 9: H1: Existe relación significativa entre las estrategias competitivas y la productividad de una Clínica privada Piura 2023

		Correlación de Spearman	
		V1= ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	V2= PRODUCTIVIDAD
V1= ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	Correlación de Spearman	1,000	,963**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	50	50
V2= PRODUCTIVIDAD	Correlación de Spearman	,963**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	50	50

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

Nota. Prueba de correlación de Spearman.

Respecto a la tabla 9, se observa que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,963, es una correlación positiva, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) lo cual acepta a la Hipótesis 1, empleando pruebas no paramétricas cuyos datos no tienen una distribución normal, quiere decir que las estrategias competitivas y productividad se relacionan significativamente.

V. DISCUSIÓN

El enfoque de la investigación fue cuantitativo con tipo aplicada y de diseño no experimental de nivel descriptivo correlacional de corte transversal y se aplicó un cuestionario a una muestra de 50 trabajadores. Con la ejecución del trabajo de investigación se verificaron los objetivos propuestos donde el propósito general fue Determinar la relación entre las estrategias competitivas y productividad de una clínica privada, y se estableció la relación de las variables.

Con respecto al primero objetivo; Establecer la relación entre liderazgo en costo y la productividad de una clínica privada. la relación significativa entre las variables, se evidencio que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,912, encuestándose a 50 trabajadores, donde el 56% refieren que casi siempre la empresa ofrece especialización a sus colaboradores, un 60% mencionan que casi siempre la empresa mejora las técnicas en el servicio que ofrece, un 48% mencionan que casi siempre existe la posibilidad de encontrar paquetes de servicios con mejores precios, un 46% refieren que casi siempre existe un plan sobre manejos de costos de los distintos servicios que ofrece la clínica, un 42% refieren que casi siempre la empresa implementa técnicas de responsabilidad social para la reducción de costos innecesarios, y por último un 46% refieren que casi siempre crees que la empresa cuenta con una agenda de proveedores para obtener productos de mejor calidad y precio, se observó que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,912, es una correlación positiva muy alta, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) lo que se observa que se acepta la H1(Hipótesis alterna), quiere decir que se relacionan significativamente liderazgo en costos y la productividad. Lo cual refiere que para la clínica es importante que el liderazgo en costos sea tomado en cuenta para poder desarrollarse en el transcurso del tiempo y favorecer a la productividad.

los resultados muestran cierta afinidad con el aporte de Panda (2020) teniendo una muestra de 441 personas, revela que las interacciones de búsqueda de asesoramiento, en una cultura de colaboración y una cultura de cometer errores influyeron significativamente en la creación para poder implementar planes

estratégicos, concluyendo que la cultura organizacional tiene una relación significativa con la efectividad del liderazgo en costos y por ende influye en la productividad de la empresa y en su posicionamiento.

El segundo objetivo, determinar la relación entre la diferenciación y la productividad de una Clínica privada. Según la dimensión de diferenciación demuestra que existe relación significativa con la productividad evidenciándose que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,922, se observa que de 50 trabajadores un 46% refieren que casi siempre la empresa satisface necesidades de sus clientes, un 48% mencionan que casi siempre el servicio que la empresa ofrece es satisfactorio para el trabajador y el cliente, un 48% mencionan que casi siempre la empresa cuenta con herramientas de trabajo de calidad para realizar sus actividades, un 46% refieren que casi siempre la empresa realiza cambios de mejora continua implementando propuestas de valor, un 46% refieren que casi siempre se siente identificado con la marca de la empresa, y por último un 52% refieren que casi siempre cree que la empresa es reconocida por su marca.

se evidenció que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,922, es una correlación positiva muy alta, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) por lo consiguiente se visualizó que se acepta la H1, significa que existe relación significativa entre la diferenciación y productividad. Para cualquier empresa es importante ser diferenciada por el usuario ante su competencia, sea por el servicio o por los precios que se le ofrece, ya que influye en la productividad.

los resultados de la investigación de López (2022), donde realizó un estudio entre las estrategias competitivas para el posicionamiento de la empresa resaltando a las estrategias de liderazgo en costes y diferenciación con una muestra de 61 colaboradores, teniendo un grado de significancia de 0.05. Concluyó que estadísticamente sí existe relación entre las variables. Así mismo la empresa podrá posicionarse en el mercado aplicando las estrategias competitivas. El autor respalda a los resultados de la investigación, ya que permiten conocer los atributos que tienen las estrategias y su efectividad para las organizaciones.

Con respecto al tercer objetivo, Describir la relación entre el enfoque y la productividad de una Clínica privada; la dimensión del enfoque según los resultados si existe relación significativa con la productividad de una clínica privada, Piura 2023, evidenciándose que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,712, se observa que de 50 trabajadores: un 44% refieren que casi siempre la empresa cuenta con estrategias de precios y ofertas para sus clientes segmentados, un 42% mencionan que casi siempre la empresa se diferencia entre sus competidores, y por último un 42% refieren que casi siempre la empresa sabe aprovechar oportunidades en las distintas necesidades del día a día obteniendo un mayor posicionamiento en el mercado, se evidenció que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,712 es una correlación positiva alta, donde ($p=0.000 \leq 0.05$) lo que se observa que se acepta la H1 (Hipótesis alterna), quiere decir que existe relación significativa entre el enfoque y productividad

Es importante para la clínica tener un enfoque específico para poder desarrollar estrategias y así poder impulsar tanto la productividad laboral como la productividad económica de la organización, obteniendo un beneficio común. De igual modo tomando las investigaciones de Suiza et al (2022) cuya muestra fue de 1475 colaboradores, concluyeron que las actitudes laborales sí se relacionaron de forma significativa con la productividad laboral entre los empleados que experimentaron una combinación de problemas.

Además, la investigación realizada por Moncada y Gonzales (2020) su muestra de estudio fueron 5 empresas camaroneras más destacadas en el ranking empresarial con mayor volumen de ventas, definiendo así que las empresas estudiadas utilizaron a las estrategias competitivas (diferenciación) y estrategias de crecimiento (integración vertical y diversificación), llegando a la conclusión que las estrategias competitivas de enfoque influyen en el éxito de cualquier empresa. Los resultados del investigador muestran cierta similitud, por lo tanto, se puede expresar que a pesar del paso del tiempo las estrategias de enfoque son punto clave para la productividad.

El objetivo general fue determinar la relación entre las estrategias competitivas y la productividad, el análisis de los resultados se puede observar que existe correlación entre las dos variables estudiadas. La variable denominada Estrategias competitivas ha obtenido un nivel de significancia de 0.000 (Datos son paramétricos) y la variable Productividad es de 0.000 (Datos no paramétricos), por otro lado, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk en base a que la muestra es menor o igual 50 evidenciado que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,963, es una correlación positiva muy alta, donde $p=0.000 \leq 0.05$. Estos hallazgos encuentran cierta similitud con los que se encontró de Pozo (2022), en su estudio realizado sobre las estrategias competitivas y la productividad de una empresa con una muestra de 80 personas; concluyendo que el 43.75% demuestra que en la empresa si se aplican estrategias, con un 42.55% productividad y que su relación es de 0.754.

Además, Avalos (2019), con su muestra de 160 colaboradores estudió la relación de las estrategias competitivas con el desenvolvimiento. Obteniendo como resultado que tienen una relación buena para la organización con un valor de 0.642. A si también se encontró cierta similitud con la investigación de Ruiz (2020), la cual tomó una muestra de 196 clientes, donde obtuvo un 57% que considera que el nivel de la calidad de servicio en la empresa es bajo, así por lo contrario un escaso 16% que se refiere que la calidad de servicio es alta, demostrando que la estrategia competitiva son de manera importante en las organizaciones para brindar una buena calidad de servicio, por lo cual al implementar una adecuada estrategia competitiva llegará a incrementar la productividad de la empresa.

Sin embargo, los estudios realizados por Vicente & Garcés (2020) comprobaron que la productividad es de 49% en nivel bueno, concluyendo que la relación que hay entre sus variables de estudio de competencias laborales influyen con la productividad con una relación 0.258, y por Cortez, (2020) utilizando una muestra de 270 trabajadores manifiesta que el 53,5% muestra un nivel regular en la productividad laboral y un 46,5% lo perciben con un nivel bueno, afirmando que la gestión de talento humano si se asocian con la variable productividad laboral.

VI. CONCLUSIONES

Después de analizar y redactar los resultados de la investigación, de acuerdo con los objetivos propuestos y de la comprobación estadísticamente extraída de los 50 cuestionarios aplicados a los trabajadores se concluye que según:

1. Se ha demostrado una relación significativa entre liderazgo en costos y productividad de una clínica privada, evidenciándose que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,912, es una correlación positiva muy alta, donde el valor de $p=0.000 \leq 0.05$. Por lo tanto, se acepta la teoría del investigador, ya que el liderazgo en costos sí se relaciona con la productividad de la clínica. Lo cual refiere que para la clínica es importante que el liderazgo en costos sea tomado en cuenta para poder desarrollarse en el transcurso del tiempo y favorecer a la productividad.
2. Existe relación significativa entre la diferenciación y productividad de una clínica privada, evidenciándose que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,922, es una correlación positiva muy alta, donde el valor de $p=0.000 \leq 0.05$. Es por ello que la diferenciación de la organización tiende a lograr que la productividad laboral y económica tenga un mayor posicionamiento. Para cualquier empresa es importante ser diferenciada por el usuario ante su competencia, sea por el servicio o por los precios que se le ofrece, ya que influye en la productividad.
3. Se ha demostrado que existe relación significativa entre el enfoque y productividad de una clínica privada, evidenciándose que el coeficiente de correlación de Spearman es 0,712 es una correlación positiva alta, donde el valor de $p=0.000 \leq 0.05$. lo cual se acepta la hipótesis del investigador. Es importante para la clínica tener un enfoque específico para poder desarrollar estrategias y así poder impulsar tanto la productividad laboral como la productividad económica de la organización, obteniendo un beneficio común.
4. Existe una relación significativa entre las estrategias competitivas y productividad de una clínica privada, evidenciándose un coeficiente de correlación de Spearman es 0,963, siendo una correlación positiva muy alta, con un valor de $p=0.000 \leq 0.05$. Lo cual refleja que la investigación realizada contribuye al conocimiento de nuevas investigaciones, la cual afirma que si se relacionas las variables.

VII. RECOMENDACIONES

1. De acuerdo con el primer objetivo específico se recomienda al jefe del área comercial encargado que implemente estrategias de marketing sobre los precios, ya que al liderar en precios bajos la productividad de la empresa se mantendrá en el tiempo y en el mercado ante sus competidores.
2. En cuanto a la clínica privada, deberá brindar un mejor servicio diferenciándose e la competencia ya que está comprobado que mientras un servicio es distinto en la calidad de atención, de presentación, el usuario y el colaborador ve a la empresa más atractiva.
3. Al encargado de la clínica se le recomienda que tenga un enfoque sobre su segmento de pacientes asegurados, ya que muchas veces pasan desapercibidos, lo cual no es ventajoso para el crecimiento de la productividad de la empresa, porque es cliente potencial de la clínica.
4. Al encargado del personal de comercial y logística, se sugiere, conversar con las jefaturas o gerencias de las distintas áreas para lograr alcanzar el objetivo de plantear estrategias de acuerdo con las necesidades del cliente que necesitan dentro de la clínica, permitiendo el crecimiento del desempeño y productividad de los colaboradores y de la empresa.

VIII. PROPUESTA DE MEJORA

Propuesta de mejora para implementar estrategias competitivas para mejorar la productividad en una clínica privada, Piura 2023.

1.1. Introducción

Se conoce que, a nivel nacional, las organizaciones del sector salud privado siempre se han destacado por brindar un servicio de salud de calidad que están establecidos por la entidad del ministerio de salud, tratando de satisfacer necesidades y expectativas de los clientes. Ya que la gran mayoría de centros de salud públicos o del estado olvidan las normas ISO (Organización internacional de normalización), basada en liderazgo, participación del personal y mejora continua; Y además el trato que debe tener el paciente; sin embargo las entidades privadas de salud tratan de desarrollar estrategias competitivas para impulsar el desarrollo de las organizaciones. Para la clínica una de sus fortalezas es contar, con tecnología de punta, infraestructura, equipos y con los mejores especialistas a nivel regional, además del personal.

Por lo cual ha logrado posicionarse en el transcurso del tiempo; sin embargo, se presenta el desinterés en la atención al paciente asegurado por parte de los médicos y del personal. Esto se debe a que prima un interés económico, al preferir atender a pacientes de modo particular y temor por parte de los colaboradores al realizar el cobro de los procedimientos, al equivocarse en el ingreso del procedimiento, el sistema genera un deducible lo cual genera un pago extra que el paciente debe regularizar o el colaborador deberá reponer. Lo cual genera incomodidad al paciente asegurado, olvidando son sus clientes potenciales.

1.2. Objetivo de la propuesta

Proponer estrategias competitivas para la productividad de una clínica privada.

1.2.1. Objetivos específicos

- a) Reforzar las fortalezas
- b) Desarrollar capacidades
- c) Aprovechar oportunidades

1.3. Justificación

Según los resultados de la investigación la cual determinó la relación significativa entre las estrategias competitivas y la productividad, la propuesta se sustentará en la necesidad de desarrollar estrategias con la finalidad de que el paciente asegurado reciba un buen servicio y poder satisfacer a todos las partes, capacitando al personal sobre el manejo del sitess de las distintas aseguradoras, ya que, esta estrategia permitirá que la atención sea oportuna y rápida, permitiendo que el paciente se autofidelize e incremente el número de nuevos pacientes.

Por lo cual es importante, que el cliente asegurado este informado que cuenta con paquetes de descuento que le favorecen, brindando un servicio de calidad y una atención personalizada. Además de fortalecer a todo el personal de las distintas áreas con incentivos los cuales deben cumplir con la meta de atención a 30 pacientes asegurados y colocar los paquetes de descuento de manera particular por mes. Para la integración de la parte administrativa como médica.

1.4. Matriz estratégica

Matriz EFE				
FACTORES DETERMINANTES		PESO	IMPACTO	TOTAL
OPORTUNIDADES				
1	Política moderna de salud actual	0.10	3	0.30
2	Alta Demanda de servicios de salud de calidad	0.20	4	0.80
3	Cuenta con especialidades y especialistas para demanda local	0.30	3	0.90
4	Falta de ofertas de servicio de salud preventivos y servicio a domicilio en Piura.	0.20	3	0.60
5	Crecimiento económico en Piura.	0.20	3	0.60
TOTAL, PONDERADO		1.00		3.20
AMENAZAS				
1	Presencia de grupos de poder (oligopolios)	0.10	1	0.10
2	Presencia de clínicas privadas con planes de expansión	0.50	2	0.10
3	Competencia desleal de Aseguradoras con convenios con otras clínicas.	0.10	2	0.20
4	Limitada capacidad de proveedores de medicamentos y material médico	0.10	2	0.20
5	Falta de presencia de autoridades sanitarias competentes.	0.20	2	0.40
TOTAL, PONDERADO		1.00		1.20

NOTA. Elaboración propia

La evaluación de los factores externos, presentó una valoración de 4.50 puntos donde las oportunidades mostró una valoración de 3.20 puntos y las amenazas una valoración de 1.20 puntos. De tal manera, la clínica privada puede reducir las amenazas mediante el aprovechamiento de las distintas oportunidades del sector.

Matriz EFI

	FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	IMPACTO	TOTAL, PONDERADO
	FORTALEZAS			0
1	Ubicación estratégica de la empresa	0.20	4	0.80
2	infraestructura de la organización	0.20	4	0.80
3	Tiene capacidad operativa y resolutive	0.10	4	0.40
4	Posicionamiento en el mercado	0.30	4	1.20
5	Brinda garantía en los diferentes servicios.	0.20	4	0.80
TOTAL, PONDERADO		1.00		4.50
	DEBILIDADES			
1	Retraso en el sistema del registro al cliente y en el cobro de procedimiento.	0.10	1	0.10
2	Falta de conocimiento por el personal, debido a falta de	0.10	1	0.10
3	Limitado personal médico para turnos específicos.	0.50	2	1.0
4	Falta de identidad corporativa por personal médico invitado.	0.10	2	0.20
5	Capacidad limitada para su expansión.	0.20	4	0.80
TOTAL, PONDERADO		1.00		2.2.

NOTA. Elaboración propia

La evaluación de los factores internos, presento una valoración de 6.50 puntos donde las oportunidades mostró una valoración de 4.50 puntos y las amenazas una valoración de 2.20 puntos. De tal manera, la clínica privada puede reducir las amenazas mediante el aprovechamiento de las distintas oportunidades del sector.

1.5. Análisis FODA

Para el análisis FODA se consideró a cada cuadrante interno como externo que tiene la clínica; a continuación, se explican:

	Fortalezas	Debilidades
	<p>F₁ Ubicación estratégica</p> <p>F₂ Infraestructura de la organización</p> <p>F₃ Tiene capacidad operativa y resolutive</p> <p>F₄ Posicionamiento en el mercado</p> <p>F₅ Brinda garantía en los diferentes servicios.</p>	<p>D₁ sistema de gestión no implementado para un mejor servicio al cliente.</p> <p>D₂ falta de conocimiento por el personal, debido a la falta de capacitaciones.</p> <p>D₃ limitado personal médico para turnos específicos.</p> <p>D₄ Falta de identidad corporativa por personal médico invitado.</p> <p>D₅ Capacidad limitada para su expansión.</p>
Oportunidades	FO	DO
<p>O1 Política moderna de salud actual</p> <p>O2 Alta Demanda de servicios de salud de calidad</p> <p>O3 Escasa oferta de especialidades y especialistas para demanda local.</p> <p>O4 Falta de ofertas de servicio de salud preventivos y servicio a domicilio en Piura.</p> <p>O5 Crecimiento económico en Piura.</p>	<p>Aprovechar el potencial de crecimiento de la clínica para poder ofrecer paquetes de descuentos a sus pacientes potenciales asegurados de manera particular. (F5; O4)</p>	<p>Capacitar al personal para un mejor funcionamiento del sistema clínico para el registro de pacientes asegurado según el cálculo de su póliza. (D1; A3)</p>
Amenazas	FA	DA
<p>A1 Presencia de grupos de (oligopolios)</p> <p>A2 Presencia de clínicas privadas con planes de expansión</p>	<p>Aprovechar su posicionamiento en el mercado para mantenerse en el tiempo, además personalizar la atención a los</p>	<p>Crear y transmitir sorteos con cupones de beneficio a todo el personal médico cumpla con la meta de atención a 50 pacientes de seguro por mes.</p>

A3 Competencia desleal de Aseguradoras. A4. Crisis sanitaria A5 Falta de presencia de autoridades sanitarias competentes.	usuarios y poder hacer frente a la competencia. (F4; A2)	(D4; A2)
---	---	----------

NOTA. *Elaboración propia*

1.6. Desarrollo de las estrategias

FO: Ofrecer un paquete de descuentos a sus pacientes potenciales asegurados.

a) Descripción

La estrategia tiene como propósito poder ofrecer al usuario asegurado un paquete de promoción con un precio menor por el procedimiento que su póliza no pueda cubrir, permitiendo que el paciente adquiriera el servicio y no recurra a la competencia.

b) Metas

- Alcanzar un aumento del 40% de las ventas en el servicio ofrecido
- Alcanzar un aumento de 60 % de la frecuencia de recurrir a los distintos servicios

c) Tácticas

- Ofrecer los distintos paquetes de promociones que ofrece la clínica al paciente asegurado
- Mejorar el trato con el usuario
- Gestionar de manera más rápida el procedimiento.

d) Programas o actividades

- Realizar charlas en los distintos pisos con un especialista para compartir conocimiento de los servicios que ofrece clínica para pacientes asegurados y particulares.
- Solicitar convenios con Ipress que aún no tengan vínculo con la clínica.
- Publicidad sobre los paquetes de descuento a pacientes que cuenten con seguro
- Ofrecer promociones en productos de farmacia por solicitar el paquete

de precio particular

- Estimación de los resultados

e) Cronograma de actividades

Actividades	Ene-24				Feb-24				Marz-24				Abri-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Realizar charlas en los distintos pisos con un especialista para compartir conocimiento de los servicios que ofrece clínica para pacientes asegurados y particulares.	■	■	■	■												
Solicitar convenios con Ipress que aún no tengan vínculo con la clínica.					■	■			■	■			■	■		
Publicidad sobre los paquetes de descuento a pacientes que cuenten con seguro.					■	■			■	■			■	■		
Ofrecer promociones en productos de farmacia por solicitar el paquete de precio particular							■				■				■	
Estimación de los resultados							■				■				■	

f) Presupuesto

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario (S/)	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				500.00
1.1.1	Publicidad y promociones			500.00	500.00
1.2.	Servicios requeridos				2,200.00
1.2.1	Software		01	1200.00	1,200.00
1.2.2	Transporte		05	200.00	1,000.00
Costo de la estrategia:					2,500.00

g) Viabilidad

La estrategia de ofrecer un paquete de servicio particular al paciente asegurado estará a cargo del gerente comercial que tiene conocimiento

que muchos de los servicios que tiene la clínica no producen; esta estrategia permitirá que los pacientes asegurados consuman de nuestra cartera de servicios aumentando así la productividad de la empresa.

Do: Capacitar al personal para un mejor funcionamiento del sistema clínico para el registro de pacientes asegurado según el cálculo de su póliza.

a) Descripción

La estrategia tiene como propósito preparar al personal con el manejo del sistema siteds para generar conocimiento, el cual pueda realizar un registro de manera rápida, optima y segura, brindado una atención apropiada al usuario.

b) Metas

- Alcanzar un aumento del 70% de destreza en el manejo del sistema.
- Alcanzar un aumento del 30% de la frecuencia de atenciones al usuario.

c) Tácticas

- Ofrecer al paciente asegurado una atención rápida y optima.
- Mejorar el trato con el usuario
- Agilizar el proceso de registro.

d) Programas o actividades

- Contratar a un especialista para que realice la capacitación.
- Determinar el tema de la capacitación. (manejo del sistema siteds)
- Buscar el ambiente adecuado.
- Programar las capacitaciones.
- Realizar una evaluación antes y después de cada capacitación.

e) Cronograma de actividades

Actividades	Ene-24				Feb-24				Marz-24				Abri-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Contratar a un especialista que realice la capacitación																
Determinar el tema de la capacitación. (manejo del sistema siteds).																

Buscar el ambiente adecuado.																	
Programar las capacitaciones.																	
Realizar una evaluación antes y después de cada capacitación.																	

f) Presupuesto

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario (s/)	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				S/. 27.00
1.1.1	Hojas A4	Mill.	02	12.00	S/. 12.00
1.1.2	Material didáctico	Uni.d	30	5.00	S/. 15.00
1.2.	Servicios requeridos				S/. 1,800.00
1.2.1	Contratar al especialista		01	1200.00	S/. 1,200.00
1.2.2	Refrigerio		30	20.00	S/. 600.00
Costo de la estrategia:					S/. 1,827.00

g) Viabilidad

Las capacitaciones estarán a cargo de un especialista para un adecuado manejo en el sistema Siteds ya que tiene conocimiento de las aplicaciones de las Ipress y su desarrollo. Las capacitaciones permitirán que los colaboradores desempeñen sus actividades de una mejor forma. Y por ende el registro sea más rápido y optimo; aumentando así la productividad de la empresa.

FA: Aprovechar su posicionamiento en el mercado, personalizando a los usuarios que viene vienen por visitas médicas con n médicos itinerantes, y poder hacer frente a la competencia .

a) Descripción

La estrategia tiene como propósito poder ofrecer al usuario una experiencia cálida e innovadora, antes y después de adquirir nuestros servicios como la atención personal de cada usuario y la pos venta. Esta estrategia será medida a través de la calificación virtual al personal que lo atendió por el usuario.

b) Metas

- Alcanzar un aumento del 50% en la evaluación del colaborador por el usuario.

- Alcanzar un aumento del 50% en la atención del servicio brindado por el especialista.

c) Tácticas

- Ofrecer al paciente asegurado una atención personalizada con un asesor comercial.
- Mejorar el servicio que se le brinda.
- Aplicar una encuesta que califique el servicio.

d) Programas o actividades

- Activar una encuesta virtual al usuario.
- Reforzar la marca de la empresa (convenios con otras empresas)
- Contratar 4 asesores comerciales

e) Cronograma de actividades

Actividades	Ene-24				Feb-24				Marz-24				Abri-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Activar una encuesta virtual al usuario.	■	■	■	■												
Reforzar la marca de la empresa (convenios con otras empresas)				■				■					■			■
Contratar 4 asesores comerciales.		■	■	■												

f) Presupuesto

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario (s/)	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				1,200.00
1.1.1	Celulares		02	600.00	1,200.00
1.2.	Servicios requeridos				4,700.00
1.2.1	Contratar asesores comerciales		04	1025.00	4,100.00
1.2.2	Pasajes para realizar los convenios.				600.00
Costo de la estrategia:					S/. 5,900.00

g) Viabilidad

La estrategia estará a cargo del gerente comercial y el jefe del área de soporte y sistemas, para el mejor manejo de aplicativos y la contratación correcta del personal, realizando convenios con distintas empresas para fortalecer la marca de la empresa.

DA: Crear y transmitir sorteos como cupones de beneficio a todo el personal médico que cumpla con la meta de atención a 50 pacientes de seguro por mes.

a) Descripción

La estrategia tiene como propósito crear sorteos como cupones de beneficio a todo el personal que cumple con la meta de atención a pacientes que cuenten con seguro, y se evaluará por mes. Para así motivar al personal médico. Esta estrategia será medida a través del récord que tiene cada médico por mes según sus ingresos.

b) Metas

- Alcanzar un aumento del 30% de atenciones a pacientes asegurados.
- Alcanzar un aumento del 70 % de ventas.

c) Tácticas

- Ofrecer al médico un mayor porcentaje por la atención al paciente que cuente con seguro.
- Mejorar el servicio que se le brinda al afiliado.
- Realizar sorteos de servicios que a los médicos les guste recurrir.

d) Programas o actividades

- Activar un indicador en el sistema de los usuarios de las atenciones diarias.
- Reforzar la motivación del personal
- Negociar con las aseguradoras un porcentaje adecuado por atención al afiliado.

e) Cronograma de actividades

Actividades	Ene-24				Feb-24				Marz-24				Abri-24				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Activar un indicador en el sistema de los usuarios de las atenciones diarias.	■			■	■				■	■			■	■			■
Reforzar la motivación del personal.				■				■					■				■
Negociar con las aseguradoras un porcentaje adecuado por atención al afiliado.		■															

f) Presupuesto

Código	Categorías	Med.	Cant.	Costo Unitario (s/)	Costo Parcial
1.1.	Materiales requeridos				
1.1.1	-				
1.2.	Servicios requeridos				1,650.00
1.2.1	Cupones		03	350.00	1050.00
1.2.2	Pasajes para realizar la negociación.				600.00
Costo de la estrategia:					S/. 1,650.00

g) Viabilidad

La realización de la estrategia estará a cargo del gerente general, gerente comercial, y el jefe de sistemas, para poder implantar en el sistema clínico alertas de atención por día, y se realizará las reuniones con las instituciones de seguro para negociar los porcentajes adecuados tanto para el paciente y el médico.

1.7. Cuadro de costo total

Estrategias	Costo (S/)
FO: Ofrecer un paquete de descuentos a sus pacientes potenciales asegurados.	2,500.00
DO: Capacitar al personal para un mejor funcionamiento del sistema clínico para el registro de pacientes asegurado según el cálculo de su póliza.	1,827.00
FA: Aprovechar su posicionamiento en el mercado para mantenerse en el tiempo, además personalizar la atención a los usuarios y poder hacer frente a la competencia.	5,900.00
DA: Crear y transmitir sorteos como cupones de beneficio a todo el personal médico que cumpla con la meta de atención a 50 pacientes de seguro por mes.	1,650.00
COSTO TOTAL:	11,877.00

NOTA. Elaboración propia

IX. REFERENCIAS

- Arenas, e. m. (10 de septiembre de 2019). el ciclo de vida del posicionamiento y el choque de las generaciones en el mercado del siglo xxi. plata. [https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/4338/6523#:~:text=Kotler%20y%20Keller%20\(2006\)%20afirman,310](https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/4338/6523#:~:text=Kotler%20y%20Keller%20(2006)%20afirman,310).
- Belloso, U. P. (2016). Cultura de servicio en la optimización del. VENEZUELA. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- BERMEJO, D. J. (17 de SEPTIEMBRE de 2022). ACCION. LIMA, LIMA, PERU. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/accion.html>
- BURGUILLO, R. V. (2020). Análisis coste/beneficio. LIMA. Obtenid<https://economipedia.com/definiciones/analisis-costebeneficio.html>
- Castro Toscano, H. A. (2022). Gestión del talento humano en la productividad del personal médico que realiza tele consulta en una clínica privada de Lima. 2022. Lima. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/107965/Castro_THA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chumpén Arenas, V. (2022). Gestión administrativa y productividad laboral de los colaboradores de una clínica privada de chincha, 2022. Chincha. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97069/Chump%
%c3%a9n_AV-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97069/Chump%c3%a9n_AV-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Cienfuegos, U. d. (2016). EL LIDERAZGO DE LAS PYMES DE MACHALA. ECUADOR. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus27117.pdf>
- Córdoba, U. N. (2012). Recursos Organizacionales. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de <http://www.cyta.com.ar/ta1101/v11n1a3.htm>
- De la Cruz, Y. Y., & Reyes, M. A. (2020). Diseño del proceso productivo de la empresa confecciones BREY´S con el Value Stream Mapping y las 5S en la ciudad de Huancayo.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10381/1/IV_FI_N_108_TI_De%20la%20Cruz_Reyes_2020.pdf

Dr. Marco A. Zamora Antuñano, D. J. (2002). sistemas de gestión de la calidad. Brasil.

http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_1/nr_802/a_10801/10801.html

Febres Chu, M. d. (2022). La planificación estratégica y la productividad en una empresa automotriz, Piura 2022. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/94092/Febres_CMDS-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Febres Chu, M. d. (2022). La planificación estratégica y la productividad en una empresa automotriz, Piura 2022. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/94092/Febres_CMDS-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Hernández Chauca, J. A. (2020). Estrategias competitivas de la pollería Betty, Callao, 2020. Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54987/Hernandez_CJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, G. D. (2020). Teoría de la toma de decisiones. LIMA, PERU. <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-toma-de-decisiones-definicion-etapas-y-tipos/>

Humberto, M. T. (s.f.). Estrategias competitivas y calidad de servicio del área logística de la agencia de carga JS Perú Cargo S.A.C. Magdalena, 2018. Lima, Peru. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40603/Marro_TDH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jaramillo, I. F. (2019). Marketing aplicado en el sector. Machala, Ecuador. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/arroyo_g_dm/capitulo2.pdf

- Jorge Vera Martínez, R. D. (2010). ¿Qué es un competidor directo? MEXICO.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v57n1/v57n1a8.pdf>
- kiziryan, m. (2020). Economías de Escala. lima, Peru.
<https://economipedia.com/definiciones/economias-de-escala.html>
- Lancho Pérez, R. M. (2021). Estrategias competitivas y las PYMES exportadoras agrícolas de Lambayeque, Chiclayo, Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/94227/Lancho_PRMB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Licari, S. (2023). Planificación Estratégica. Dublin.
<https://es.scribd.com/document/673620147/Planeacion-Estrategica>
- Liliana M. Scoponi, F. A. (2017). Teoría general del costo y contabilidad de gestión: revisión doctrinal. ARGENTINA.
<https://revistas.uns.edu.ar/cea/article/view/834>
- Orellana Garrido, f. j., & Troncoso Castillo, n. a. (enero de 2017). Estrategias de negocios seguida por una clínica de la provincia de ñuble. Chillan.
<http://repopib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2565/1/Orellana%20Garrido%2C%20Francisco%20Javier.pdf>
- Pecanha, V. (marzo de 2020). El modelo de gestión por competencias y cómo colabora para aumentar la productividad en las empresas. LIMA.
<https://rockcontent.com/es/blog/gestion-por-competencias/>
- Pozo Anglas, C. K., & Quispe Caceres, L. G. (2022). Estrategias competitivas y productividad en la Empresa HT Ingeniería y Consultoría S.A.C. Lima 2022.Peru
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/104251/Pozo_ACK-Quispe_CLG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, M. G. (22 de Mayo de 2023). EUMET.NET. <https://www.eumed.net/libros->
- Reyes, E. (2022). que es la comunicación. PERU.
<https://www.emprendedorinteligente.com/definiciones-de-comunicacion-segun-autores/>

- Rosey, J. C. (s.f.). Filosofías de la calidad: Deming, Juran, Ishikawa, Crosby. LIMA, PERU. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Sánchez, A. S. (10 de mayo de 2022). Eficiencia, Eficacia y efectividad. Perú. <https://es.linkedin.com/pulse/las-3eficiencia-eficacia-y-efectividad-alvaro-silva-sanchez>
- Sonora, I. T. (s.f.). La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados. Mexico. [http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20autor%20Chiavenato%20\(2007,en%20funci%C3%B3n%20de%20objetivos%20definidos%E2%80%9D](http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20autor%20Chiavenato%20(2007,en%20funci%C3%B3n%20de%20objetivos%20definidos%E2%80%9D).
- Sra. Colcha Guananga Deysi Elizabeth., S. C. (219). Trabajo de titulación de grado previo a la obtención del título de ingeniera en marketing propuesta práctica del examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) investigación documental. Ecuador. <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4906/1/2%20an%c3%81lisis%20de%20la%20influencia%20de%20la%20propuesta%20de%20valor%20en%20las%20empresas%20caso%20aplicarse%20en%20las%20microempresas%20del%20cant%c3%93n%20milagro.pdf>
- Taboada. (2021). Perú. Obtenido de https://cl.linkedin.com/posts/alfredo-taboada-recursos-humanos_oportunidades-liderazgo-productividad-activity-6938523203384270848-rOTy
- Tello, C., & Pereyra, S. (2021). “síndrome de burnout y satisfacción laboral durante la pandemia en el personal de enfermería, hospital Iquitos 2021”.
- Universidades, S. (2021). Análisis PESTEL: el oráculo para emprender con éxito. Londres. <https://www.becas-santander.com/es/blog/analisis-pestel.html>
- VARA. (2015). LIMA, PERÚ. Obtenido de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Zarate Tandazo, C. (2022). repositorio ucv. septiembre de 2023,
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16251/
zarate_TC-SD.pdf? sequence=6&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16251/zarate_TC-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

ANEXOS

Anexo 1.

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Estrategias Competitivas y Productividad de una Clínica Privada, Piura 2023

Investigador (a) (es): Naquiche Guevara, Katerine Isabel

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Estrategias Competitivas y Productividad de una Clínica Privada, Piura 2023” cuyo objetivo es: existe relación entre las estrategias competitivas y productiva de una clínica privada, Piura 2023 Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Tarapoto aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se generará información novedosa sobre si existe relación entre las estrategias competitivas y productividad, de una Clínica Privada Piura 2023.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada:” Estrategias Competitivas y Productividad de una Clínica Privada, Piura 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 15 minutos y se realizará en el ambiente de 4 piso de la clínica, en (“modalidad virtual). Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo

determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) **[Naquiche Guevara, katerine Isabel]** email **knaquicheg@ucvvirtual.edu.pe** y Docente asesor **Mg. Gómez Zúñiga, Cecilia Paula Luisa.**

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos: Yeiko, Navarro Sandoval

Fecha y hora: Piura, 04/08/23 A LAS 5 PM



[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*

Anexo 2.

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos:	DNI:

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal “c” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma y sello: _____

(Titular o Representante legal de la Institución)

() Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal “c” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.*

Anexo 3.

Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°155-2023-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: Estrategias competitivas y productividad de una clínica privada, Piura 2023.

Autor(es): Naquiche Guevara Katerine Isabel

Especialidad del autor principal del proyecto: Administración

Programa: Administración


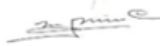



Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Piura, Perú

Código de revisión del proyecto: 2023-2_PREGRADO_PIU_C4T1_05

Correo electrónico del autor de correspondencia/docente asesor: knaquicheg@ucvvirtual.edu.pe; pgomezzu@ucvvirtual.edu.pe.

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
I. Criterios metodológicos				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.	X		
2	Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde.	X		
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.	X		
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.	X		
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.	X		
II. Criterios éticos				
6	Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde.			X
7	Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde.	X		
8	Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica.	X		
9	La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación.	X		

Lima, 14 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	


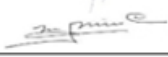

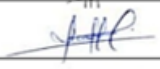

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación.

Anexo 4.

Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de [colocar el nombre la facultad o programa de estudio], deja constancia que el proyecto de investigación titulado “Estrategias competitivas y productividad de una clínica privada, Piura 2023”, presentado por la autora, Naquiche Guevara Katerine Isabel, ha pasado una revisión expedita por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, Dr. Miguel Bardales Cárdenas, Dr. José German Linares Cazola, Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón, Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón, y de acuerdo a la comunicación remitida el 09 de julio de 2023 por correo electrónico se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: (X) favorable () observado () desfavorable.

Lima, 14 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

C/c

Sra. Naquiche Guevara, Katerine Isabel investigadores Principales,

¹ El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.

Anexo 5. Matriz de Operacionalización de la variable Estrategias competitivas

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de valoración
Estrategias competitivas	Fred (2017), 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.	La variable será medida a través del cuestionario Evaluación de las estrategias competitivas. El cual consiste de 3 dimensiones y 10 ítems medibles a través de Likert.	El liderazgo en costos	Economía de escala Control de costos Proveedores	Ordinal
			La Diferenciación	Servicio Calidad Propuesta de valor Branding	
			El Enfoque	Competidores Segmento Posicionamiento	Ordinal

Anexo 5. Matriz de Operacionalización de la variable Productividad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de valoración
Productividad	Gutiérrez (2014), 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	La variable será medida a través del cuestionario Evaluación de la productividad. El cual consiste de 3 dimensiones y 8 ítems medibles a través de Likert.	Competencias Básicas	Perfiles profesionales Capacitaciones Comunicación y colaboración	Ordinal
			Eficiencia y Eficacia	Utilización de los recursos Logro de resultados Costo y beneficio Desarrollo de liderazgo	Ordinal
			Capital Humano	Toma de decisiones Acciones y recursos Talentos y competencias	Ordinal

Anexo 6. Matriz de consistencia

Variable	Problema	Objetivos	Hipótesis	Método
V1: Estrategias competitivas	<p>Problema general: ¿Cómo se relacionan las estrategias competitivas y la productividad de una Clínica Privada, Piura 2023?</p> <p>Problemas específicos: a) ¿De qué manera se relaciona el liderazgo en costos y la productividad de una clínica privada, Piura 2023?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre las estrategias competitivas y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.</p> <p>Objetivos específicos: a) Establecer la relación entre liderazgo en costos y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.</p>	<p>Hi: Existe relación significativa entre las estrategias competitivas y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.</p> <p>Ho: Existe relación significativa entre liderazgo en costos y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.</p>	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Diseño de investigación: no experimental y transversal</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Población: 50 colaboradores</p> <p>Muestra: 50 colaboradores</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: el cuestionario</p>
V2: Productividad	<p>b) ¿Cuál es la relación entre la diferenciación y la productividad de una clínica privada, Piura 2023?</p> <p>c) ¿Cómo se relaciona el enfoque y la productividad de una clínica privada, Piura 2023?</p>	<p>b) Determinar la relación entre la diferenciación y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.</p> <p>c) Identificar la relación entre el enfoque y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.</p>	<p>Ho: Existe relación significativa entre la diferenciación y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.</p> <p>Ho: Existe relación significativa entre el enfoque y la productividad de una clínica privada, Piura 2023.</p>	

ANEXO 7: Instrumento de recolección de datos

Estrategias competitivas y productividad de una Clínica Privada, Piura 2023

Fecha de recolección: 15/08/23

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de **Administración** de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ (X) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: **Establecer la relación entre las Estrategias competitivas y la Productividad de una Clínica Privada, Piura 2023.**

Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo knaquicheg@ucvvirtual.edu.pe

INSTRUCCIONES:

Marque con una X la opción acorde a lo que piensa, para cada una de las siguientes interrogantes. Recuerde que no existen respuestas verdaderas o falsas por lo que sus respuestas son resultado de su apreciación personal, además, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad. Por último, considere la siguiente escala de medición:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

N°	ÍTEMS PARA LA VARIABLE: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	VARIABLE				
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: LIDERAZGO EN COSTOS						
1	¿La empresa ofrece especialización a sus colaboradores?	X				
2	¿La empresa mejora las técnicas en el servicio que ofrece?		X			
3	¿Existe la posibilidad de encontrar paquetes de servicios con mejores precios?	X				
4	¿Existe un plan sobre manejos de costos de los distintos servicios que ofrece la clínica?	X				
5	¿La empresa implementa técnicas de responsabilidad social para la reducción de costos innecesarios?	X				
6	¿Crees que la empresa cuenta con una agenda de proveedores para obtener productos de mejor calidad y precio?		X			
DIMENSIÓN: DIFERENCIACION						

7	¿La empresa satisface necesidades de sus clientes?		x			
8	¿El servicio que la empresa ofrece es satisfactorio para el trabajador y el cliente?		x			
9	¿La empresa cuenta con herramientas de trabajo de calidad para realizar sus actividades?	x				
10	¿La empresa realiza cambios de mejora continua implementando propuestas de valor?					
11	¿Se siente identificado con la marca de la empresa?	x				
12	¿Cree que la empresa es reconocida por su marca?	x				
DIMENSIÓN: ENFOQUE						
13	¿La empresa cuenta con estrategias de precios y ofertas para sus clientes segmentados?		x			
14	¿La empresa se diferencia entre sus competidores?					
15	¿La empresa sabe aprovechar oportunidades en las distintas necesidades del día a día obteniendo un mayor posicionamiento en el mercado?		x			

¡Gracias por su colaboración!

Estrategias competitivas y Pproductividad de una Clínica Privada, Piura 2023

Fecha de recolección: 15/08/23

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de **Administración** de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: **Establecer la relación entre las Estrategias competitivas y la Productividad de una Clínica Privada, Piura 2023.**

Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo knaquicheg@ucvvirtual.edu.pe

INSTRUCCIONES:

Marque con una X la opción acorde a lo que piensa, para cada una de las siguientes interrogantes. Recuerde que no existen respuestas verdaderas o falsas por lo que sus respuestas son resultado de su apreciación personal, además, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad. Por último, considere la siguiente escala de medición:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

N°	ÍTEMS PARA LA VARIABLE: PRODUCCTIVIDAD	VARIABLE				
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: COMPETENCIAS BASICAS						
1	¿La empresa realiza convocatorias de personal dentro de la empresa según sus perfiles profesionales?					
2	¿Sus funciones son acordes con su perfil profesional?					
3	¿La empresa realiza capacitaciones regularmente?					
4	¿Los jefes directos le mantienen informado de hechos que suceden en la empresa?					
DIMENSIÓN EFICIENCIA Y EFICACIA						
5	¿Las herramientas de trabajo le ayudan a desenvolverse de manera exitosa?					
6	¿Crees que la empresa tiene a su personal ubicado en los puestos de trabajos adecuados?					
7	¿Considera que el clima laboral ayuda a obtener					

	mejores resultados?					
8	Su salario está acorde con el mercado					
9	¿Los beneficios que la empresa le ofrece cubren sus expectativas?					
10	¿Crees que puedes llegar a ser un líder en el área de trabajo que te encuentras ubicado?					
DIMENSIÓN: CAPITAL HUMANO						
11	¿El jefe inmediato ayuda a resolver algún tipo de inconveniente de manera pacífica y organizada?					
12	¿Puede tomar decisiones dentro de su puesto de trabajo?					
13	¿La empresa toma acciones apropiadas para sus colaboradores después de un acontecimiento inapropiado?					
14	¿Las acciones que la empresa toma al evaluar su rendimiento son las más convenientes?					
15	¿El puesto de trabajo te permite desempeñar todas tus habilidades profesionales?					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 8: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Estrategias competitivas y productividad de una Clínica Privada, Piura 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Mtro. Huamán Rojas, Carlos Quinto	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Naquiche Guevara, katerine Isabel
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	En una Clínica privada de la ciudad de Piura

Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 8 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 8 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.
----------------	---



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Estrategias Competitivas

Fred, 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.

- **Variable 2:** Productividad

Gutiérrez, 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.

Variable	Dimensiones	Definición
Estrategias competitivas	Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque	Fred, 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.
Productividad	Competencias básicas, eficiencia y eficacia, capital humano	Gutiérrez, 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.



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Estrategias competitivas y productividad de una Clínica Privada, Piura 2023, elaborado por Naquiche Guevara, katerine Isabel, en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Variable del instrumento: Estrategias Competitivas

- Primera dimensión: liderazgo en costos

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Economía de escala	1,2,3	4	4	4	
Control de costos	4,5	4	4	4	
Proveedores	6	4	4	4	

- Segunda dimensión: Diferenciación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Servicio	7,8	4	4	4	
Calidad	9	4	4	4	
Propuesta de valor	10	4	4	4	
Branding	11,12	4	4	4	

- Tercera dimensión: Enfoque

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Segmentación	13	4	4	4	
Competidores	14	4	4	4	
Posicionamiento	15	4	4	4	

Variable del instrumento: Productividad

- Primera dimensión: Competencias Básicas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Perfiles profesionales	1,2	4	4	4	
Capacitaciones	3	4	4	4	
Comunicación y colaboración	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: Eficiencia y Eficacia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilización de los recursos	5,6	4	4	4	
Logro de resultados	7	4	4	4	
Costo y beneficio	8,9	4	4	4	
Desarrollo de liderazgo	10	4	4	4	

Tercera dimensión:
capit.....

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Toma de decisiones	11, 12	4	4	4	
Acciones y recursos	13,14	4	4	4	
Talentos y competencias	15	4	4	4	



.....
**Mtro. Carlos Quinto
Huamán Rojas**
DNI N° 71652689

Anexo 8: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Estrategias competitivas y productividad de una Clínica Privada, Piura 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Dr. Pedro Alfonso, Velásquez Tapullima	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la escuela de posgrado de administración	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años (X)	Más de 5 años ()

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Naquiche Guevara, katerine Isabel
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	En una Clínica privada de la ciudad de Piura



Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 8 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 8 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.
----------------	---

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Estrategias Competitivas

Michael E. Porter, identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que superara el desempeño de los competidores en una industria.

- **Variable 2:** Productividad

Gutiérrez, 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.

Variable	Dimensiones	Definición
Estrategias competitivas	Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque	Michael E. Porter, identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que superara el desempeño de los competidores en una industria.
Productividad	Competencias básicas, eficiencia y eficacia, capital humano	Gutiérrez, 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.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Estrategias competitivas y productividad de una Clínica Privada, Piura 2023, elaborado por Naquiche Guevara, katerine Isabel, en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Variable del instrumento: Estrategias Competitivas

- Primera dimensión: liderazgo en costos

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Economía de escala	1,2,3	4	3	3	
Control de costos	4,5	3	3	4	
Proveedores	6	4	3	4	

- Segunda dimensión: Diferenciación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Servicio	7,8	4	3	3	
Calidad	9	3	3	4	
Propuesta de valor	10	4	3	4	
Branding	11,12	4	3	3	

- Tercera dimensión: Enfoque

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Segmentación	13	4	3	3	
Competidores	14	3	3	4	
Posicionamiento	15	4	3	4	



Variable del instrumento: Productividad

- Primera dimensión: Competencias Básicas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Perfiles profesionales	1,2	4	3	3	
Capacitaciones	3	3	3	4	
Comunicación y colaboración	4	4	3	4	

- Segunda dimensión: Eficiencia y Eficacia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilización de los recursos	5,6	4	3	3	
Logro de resultados	7	3	3	4	
Costo y beneficio	8,9	4	3	4	

Desarrollo de liderazgo	10	4	3	3	
-------------------------	----	---	---	---	--

- Tercera dimensión: Capital Humano

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Toma de decisiones	11, 12	4	3	3	
Acciones y recursos	13,14	3	3	4	
Talentos y competencias	15	4	3	4	



.....
 Dr. Pedro Alfonso, Velásquez Tapullima)
 DNI N° 44300506

Anexo 8: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Estrategias competitivas y productividad de una Clínica Privada, Piura 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Dra. Palacios de Briceño, Mercedes Reneé		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la escuela de posgrado de administración		
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Naquiche Guevara, katerine Isabel
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	En una Clínica privada de la ciudad de Piura
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 8 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 8 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.



4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Estrategias Competitivas

Michael E. Porter, identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que superara el desempeño de los competidores en una industria.

- **Variable 2:** Productividad

Gutiérrez, 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.

Variable	Dimensiones	Definición
Estrategias competitivas	Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque	Michael E. Porter, identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear en el largo plazo esa posición defendible que superara el desempeño de los competidores en una industria.
Productividad	Competencias básicas, eficiencia y eficacia, capital humano	Gutiérrez, 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.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Estrategias competitivas y productividad de una Clínica Privada, Piura 2023, elaborado por Naquiche Guevara, katerine Isabel, en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel



Variable del instrumento: Estrategias Competitivas

- Primera dimensión: liderazgo en costos

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Economía de escala	1,2,3	4	4	4	
Control de costos	4,5	3	4	4	
Proveedores	6	4	4	4	

- Segunda dimensión: Diferenciación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Servicio	7,8	4	4	4	
Calidad	9	4	3	4	
Propuesta de valor	10	4	4	4	
Branding	11,12	4	3	3	

- Tercera dimensión: Enfoque

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Segmentación	13	4	4	4	
Competidores	14	3	4	4	
Posicionamiento	15	4	3	4	

**Variable del instrumento: Productividad**

- Primera dimensión: Competencias Básicas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Perfiles profesionales	1,2	4	4	4	
Capacitaciones	3	4	3	4	
Comunicación y colaboración	4	4	3	4	

- Segunda dimensión: Eficiencia y Eficacia

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilización de los recursos	5,6	4	4	4	
Logro de resultados	7	4	3	4	
Costo y beneficio	8,9	4	3	4	

Desarrollo de liderazgo	10	3	3	3	
-------------------------	----	---	---	---	--

- Tercera dimensión: Capital Humano

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Toma de decisiones	11, 12	4	3	3	
Acciones y recursos	13,14	3	3	4	
Talentos y competencias	15	4	3	4	





Lic. Adm. Eng. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO
REG. UNIC. DE COLEG. N° 5103

.....
Dra. Palacios de Briceño, Mercedes Reneé
DNI N° 02845588

ANEXO 9: VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Tabla 6

Expertos para la validación del instrumento

GRADO ACADÉMICO	NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADOR	OPINIÓN DE EXPERTO
Doctor	Velásquez Tapullima, Pedro Alfonso	Aplicable
MG	Mtro. Huamán Rojas, Carlos Quinto	Aplicable
Doctora	Palacios de Briceño, Mercedes Reneé	Aplicable

ANEXO 10: CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Tabla 7

Baremo para estimación del nivel de confiabilidad

RANGO	EVALUACIÓN DEL COEFICIENTE
Coeficiente alfa $>,9$	Es excelente
Coeficiente alfa $>,8$	Es bueno
Coeficiente alfa $>,7$	Es aceptable
Coeficiente alfa $>,6$	Es cuestionable
Coeficiente alfa $>,5$	Es probable
Coeficiente alfa $<,4$	Es inaceptable

Tabla 8

Estadísticos de fiabilidad del instrumento para Estrategias competitivas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,83	15

Tabla 9

Estadísticos de fiabilidad del instrumento para la productividad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,86	15

ANEXO 11: Matriz de instrumentos

II. DATOS INFORMATIVOS

I.1. ESTUDIANTE:	Naquiche Guevara Katerine Isabel
I.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Estrategias competitivas y productividad de una clínica privada, Piura 2023.
I.3. ESCUELA PROFESIONAL:	ADMINISTRACIÓN
I.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	CUESTIONARIO
I.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson ()
	Alfa de Cronbach. (X)
I.6. FECHA DE APLICACIÓN:	02/09/2023
I.7. MUESTRA APLICADA:	50 colaboradores

III. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.968
------------------------------------	-------

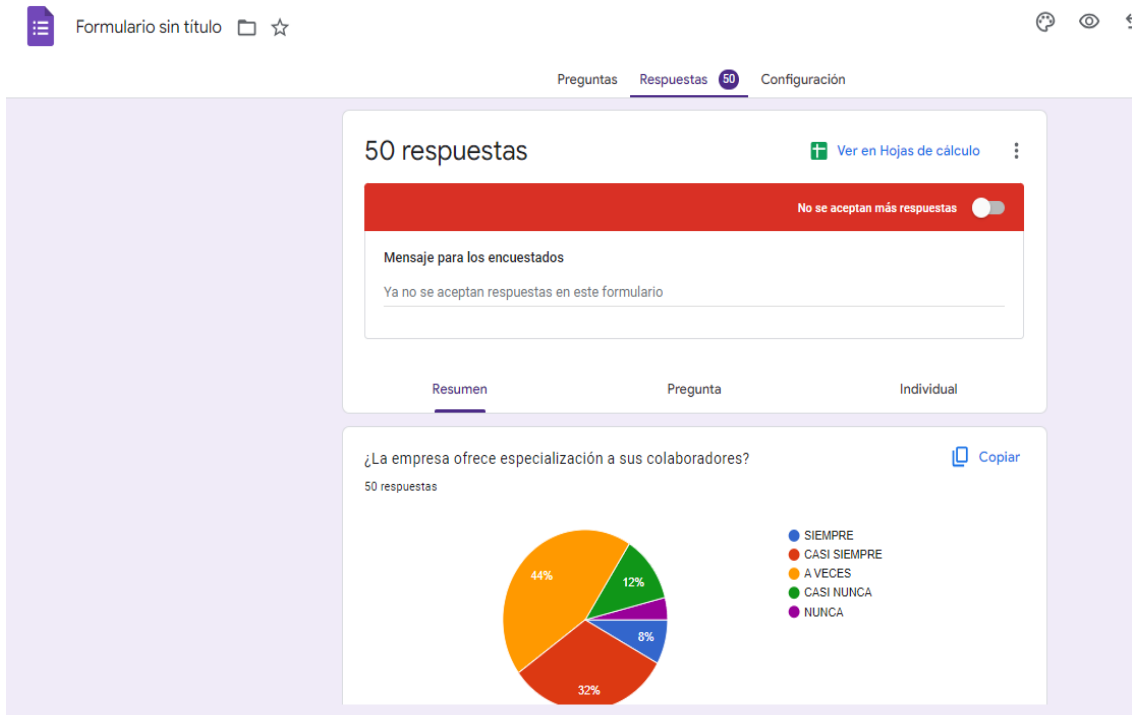
IV. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento de investigación, en el cual se hizo uso de la prueba de coeficiente de Alfa de Cronbach, y nos dio por resultado la recopilación de nuestros 22 ítems del cuestionario, sobre Gestión del Capital Humano y Competencias laborales en los colaboradores de la Municipalidad de Sechura, fue el valor de 0.886, por lo que se concluye que el instrumento tiene una buena confiabilidad.

Estudiante: Naquiche Guevara,
Katerine Isabel
DNI :48865309

FIRMA
Mg. Feja Fabian Pintado Rodríguez
LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
COESPE N° 839

ANEXO 12: CAPTURA DE PANTALLA DEL CUESTIONARIO



ANEXO 13: TURNITIN

Tablero de mandos de ejercicios

> Turnitin ?

Título del trabajo	Cargado	Nota	Similitud
turnitg final.docx	02 Dic 2023 22:23 -05	--	19% ↑ ↓ ☰