



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Gestión Estratégica y Competitividad Sostenible en
Empresas Gráficas de Lima Metropolitana-2016**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. Braulio Venancio Cruz Sumarriva

ASESORA:

Dra. Galia Susana Lescano López

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Planificación

PERÚ - 2017

Dr. Edwin Martínez López
Presidente

Dr. Noel Alcas Zapata
Secretario

Dra. Galia Susana Lescano Lopez
Vocal

Dedicatoria

A mi familia por ese apoyo incondicional y las enseñanzas que forjaron en mí para poder realizar los objetivos que fueron trazados en mi vida.

El autor

Agradecimiento

A Dios por brindarme las facultades necesarias para desarrollar todo lo que me propuse.

El autor

Declaración jurada

De, Braulio Venancio Cruz Sumarriva, con DNI: 40034636 estudiante del Programa maestría en Administración de Negocios de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada “Gestión estratégica y competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016” declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 22 de febrero 2017

Apellidos y Nombres

DNI :

Presentación

Señores miembros del jurado:

Pongo a vuestra consideración la tesis titulada “Gestión estratégica y competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016”, con la finalidad de determinar el uso de herramientas importantes en la gestión empresarial y el desarrollo adecuado de proceso de producción dentro del rubro gráfico.

Con lo cual cumplo con lo exigido por las normas y reglamentos de la SUNEDU para optar el grado de maestro en Administración de negocios.

La presente investigación constituye una contribución a la sociedad empresarial gráfica en general, así como también a los agentes directos involucrados en los servicios gráficos, que busca realizar un cambio en el uso coherente de los recursos para el desarrollo sostenible de la producción gráfica.

El estudio está compuesto o estructurado en el conocimiento científico, compuesto por siete capítulos, el primero denominado Introducción en la segunda sección desarrolla el Marco metodológico, en la tercera sección desarrolla los resultados de la investigación, en la cuarta sección presenta la discusión de estudio, en la quinta y sexta sección presenta las conclusiones y recomendaciones y sexta y última sección se presenta las referencias bibliográficas y demás anexos que se considere necesarios.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

El autor

Índice

	Página
Carátula	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. Introducción	14
1.1 Antecedentes	16
1.2 Fundamentación científica, técnica y humanista	18
1.3 Justificación	24
1.4 Problema	25
1.5 Hipótesis	27
1.6 Objetivos	28
II. Marco Metodológico	29
2.1 Variables	30
2.2 Operacionalización de las variables	31
2.3 Metodología	33
2.4 Tipo de estudio	33
2.5 Diseño	34
2.6 Población, muestra, y muestreo	34
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
2.8 Procedimiento de recolección de datos	38
2.9 Análisis de datos	39
2.10 Aspectos éticos	39
III. Resultados	40
IV. Discusión	55
V. Conclusiones	58
VI. Recomendaciones	60
VIII. Referencias bibliográficas	62

Anexos

Anexo A: Artículo científico

Anexo B: Matriz de consistencia

Anexo C: Instrumentos de recolección de datos

Anexo D: Formato de validación de instrumento

Anexo E: Matriz de datos

Anexo F: Resultado de pruebas

Anexo G: Formato de consentimiento informado

Índice de tabla

Tabla 1	Operacionalización de variable: Gestión estratégica	31
Tabla 2	Operacionalización de variable: Competitividad sostenible	32
Tabla 3	Juicio de expertos	38
Tabla 4	Confiabilidad	38
Tabla 5	Niveles de la Gestión estratégica según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	41
Tabla 6	Niveles de la dimensión ventaja según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	42
Tabla 7	Niveles de la dimensión estrategia según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	43
Tabla 8	Niveles de la dimensión políticas empresariales según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	44
Tabla 9	Niveles de la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	45
Tabla 10	Distribuciones frecuencias entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	46
Tabla 11	Distribuciones frecuencias entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	47
Tabla 12	Distribuciones frecuencias entre estrategia y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	48
Tabla 13	Distribuciones frecuencias entre la política empresarial y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	50
Tabla 14	Grado de correlación y nivel de significación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	51

Tabla 15	Grado de correlación y nivel de significación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	52
Tabla 16	Grado de correlación y nivel de significación entre el estratega y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	53
Tabla 17	Grado de correlación y nivel de significación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.	54

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1: Comparación porcentual de la gestión estratégica según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	41
Figura 2: Comparación porcentual de la ventaja competitiva según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	42
Figura 3: Comparación porcentual de estrategia según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	43
Figura 4: Comparación porcentual de las políticas empresariales según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	44
Figura 5: Comparación porcentual de la Competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	45
Figura 6: Niveles entre gestión estratégica y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	47
Figura 7: Niveles entre ventaja competitiva y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	48
Figura 8: Niveles entre el estrategia y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	49
Figura 9: Niveles entre la política empresarial y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016	50

Resumen

El objetivo de este estudio fue determinar la vía para fortalecer una gestión empresarial adecuada, controlando de manera coherente y sostenible el desarrollo de procesos en una organización, estableciendo los procesos importantes para el funcionar de una empresa gráfica conjuntamente con el desarrollo sostenible integrado en su producción.

Como también el poder integrar una política de desarrollo sostenible en los recursos dentro de la institución con el afán de resguardar la sostenibilidad en los procesos de producción.

En efecto se opta por generar una gestión estratégica para elaborar procesos adecuados coherentes dentro de la institución empresarial, con el objetivo de desarrollar competencias en el mercado y ser vistos como una empresa gráfica que valora mucho los recursos y que trata de fomentar un cambio en la desarrollo de producción sostenible, afianzando la aceptación de usuarios que recurren a una producción limpia en el mercado de esta forma hacer un fenómeno multiplicador en las demás empresas gráficas.

El objetivo importante fue desarrollar la solución a dicho problema para determinar una vía eficiente a seguir dentro de la mejora de la gestión empresarial en este rubro gráfico, tomaremos como muestra 119 empresas gráficas de Lima Metropolitana.

Los resultados obtenidos con la utilización del coeficiente de correlación rho Spearman demuestran que hay correlación con un grado de asociación de 0.860 entre la variable gestión estratégica y la variable competitividad sostenible.

Palabras clave: Competitividad sostenible, gestión estratégica, gestión empresarial.

Abstract

The objective of this study was to determine the way to strengthen an adequate business management, controlling in a coherent and sustainable way the development of processes in an organization, establishing the important processes for the functioning of a graphic company together with the integrated sustainable development in its production.

As well as being able to integrate a policy of sustainable development into the resources within the institution with the aim of safeguarding sustainability in the production processes.

In effect, it is opted to generate a strategic management to develop suitable processes coherent within the business institution, with the objective of developing competences in the market and to be seen as a graphical company that values much the resources and that tries to foment a change in the Development of sustainable production, strengthening the acceptance of users who use a clean production in the market in this way make a multiplier phenomenon in other graphic companies.

The important objective was to develop the solution to this problem to determine an efficient way to continue within the improvement of the business management in this graphic area, we will take as sample 119 print companies of Metropolitan Lima.

The results obtained with the use of the correlation coefficient rho Spearman show that there is correlation with a degree of association of 0.860 between the variable strategic management and the variable sustainable competitiveness.

Key words: sustainable competitiveness, strategic management, business management.

I. Introducción

En el desarrollo integral de esta investigación se basa en la búsqueda de la solución frente a una situación sobre la problemática que muchas entidades gráficas formales e informales actúan frente una desventaja en la inversión de activos importantes como son las maquinarias gráficas como pieza importante en la conformación de una empresa. Frente a esta situación surge una alternativa coherente que otorgue la vía adecuada en desarrollar la adquisición controlada y certera como pieza clave de inversión en el sector gráfico. Asimismo elaborar un plan de desarrollo empresarial como el uso de herramientas adecuadas para una buena gestión empresarial, todo conllevaría a un desarrollo empresarial sostenible donde involucraría la participación principal del empresario, proveedores de insumos y clientes o usuarios del servicio gráfico.

El propósito de la investigación es determinar la correlación que existe entre las variables en estudio que son la gestión estratégica y la competitividad sostenible, lo cual conllevaría a determinar la respuesta frente a la problemática que acontece en las empresas gráficas de Lima Metropolitana el cual son víctimas de la falta de uso y desarrollo sostenible referidas a su forma de producción.

Esta investigación consta de 7 capítulos: En el primer capítulo se plantea el problema de investigación, se explica cuáles fueron las razones que llevaron a formularlo y las limitaciones que encontró en el proceso. En el segundo capítulo se elabora el marco metodológico donde resaltan las teorías administrativas más importantes que sirvieron como base de investigación y como fuente para definir algunos términos. En el tercer capítulo se explica los resultados de la investigación donde se plantea la hipótesis que se desea demostrar, se presentan variables, la metodología a usar, la población, la muestra, las técnicas y métodos de recolección y el análisis de datos. En el cuarto capítulo se presenta la discusión que sustenta la investigación y se interpreta el mismo. En el quinto capítulo se presentan las conclusiones a partir de los resultados obtenidos. En el sexto capítulo se presentan las recomendaciones que aportaran el proceso a seguir para obtener el cambio esperado. En el séptimo capítulo finalmente se presentan las referencias bibliográficas, fuentes obtenidas para el desarrollo de la investigación.

1.1. Antecedentes

1.1.1. Internacionales

Guerrero y Velez (2013) elaboraron la tesis: *Propuesta de un modelo de gestión estratégica e indicadores para la mediana empresa de Guayaquil. Caso Omaconsa S.A.* en el cual se realiza la investigación para la búsqueda de la solución de la problemática de la causa específica que limitan el proceso de planificación estratégica, en el cual los actores directos son los principales colaboradores de la empresa en el cual se busca integrar el plan a ejecutar, en el presente proyecto se utilizó una población de 3848 de medianas empresas con una muestra no probabilística de 20 empresas para ejecutar el instrumento de investigación para este caso la entrevista, de sus principales conclusiones se rescata que la mayoría de las medianas empresas carecen de una verdadera planificación, generando que la gerencia administrativa cumpla funciones operativas ante las contingencias que se suscitan día a día definiendo que la buena gestión empresarial está expuesta a la incertidumbre en busca de la rentabilidad.

Barreiros (2012) elaboro la tesis: *Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa kawamotors* en el cual elabora un análisis intenso en la causa más importante en el desarrollo del incremento eficiente de las actividades de la empresa, a causa de una planificación estratégica que es una herramienta fundamental para alcanzar la excelencia en la calidad empresarial, en la investigación utilizo una población de 15525 personas, con un muestra representativa de 21 personas según cálculo realizado para el desarrollo del instrumento investigación, en el cual una de sus conclusiones importantes describe que una empresa tiene la necesidad de emplear un plan estratégico porque esta contribuirá a adecuar procesos ordenados y sistematizados teniendo como consecuencia la satisfacción de los clientes.

Toledo (2012) elaboró la investigación: *Diseño de gestión estratégico para la imprenta: Aldebaran Impresos*, determina que en el sector pyme del sector

grafico puede integrar una reestructuración integral gracias a herramientas para ser una empresa que lleva lineamientos básicos para la buena gestión, así mismo dicha investigación se basó en el estudio y necesidades de la empresa gráfica mencionada en el título, en causa de las necesidades prioritarias se planteó el integrar estrategias además de un sistema de control de gestión y un plan de marketing, entre sus conclusiones más importantes se destaca; que el sistema de gestión de control aplicado en empresas gráficas de categoría pyme, favorece la utilización de una práctica del método estratégico y esto genera que haya un control constante eficiente referida a la aplicación de la estrategia del negocio.

1.1.2. Nacionales.

Gonzales (2014) elaboro la investigación: *Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley nº28015 en el distrito de la Victoria- 2013*, dicha investigación tenía como objetivo conocer la influencia de la ley que determina la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas dentro de la gestión y competitividad, ya que con una debida gestión llevará como consecuencia desarrollo de competitividad en el mercado a nivel empresarial, la investigación tienen un diseño de tipo no experimental y el diseño metodológico es el transeccional. Se tuvo como población 240 empresarios y con una muestra representativa 50 empresarios. De sus conclusiones más importantes podemos rescatar es que la importancia del planeamiento empresarial conlleva a una ejecución de procesos y conocimiento en el desarrollo y competitividad empresarial, la cual no se evidencia en las micro y pequeñas empresas de la población en investigación.

Meza (2013) elaboro la investigación: *La gestión estratégica de costos en la rentabilidad de las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012* el desarrollo de esta investigación está orientada en buscar la eficiencia en relación a la disminución los costos utilizando una gestión estratégica para poder maximizar la rentabilidad económica y financiera de las empresas. Debido a la influencia de cambios generados por parte de la

globalización y la mejora tecnológica ha impulsado a desarrollar esta estrategia para mantener la competitividad en el mercado. El tipo de investigación es aplicada y de nivel descriptivo, se tomó como población 170 profesionales y tomando una muestra según cálculo de 35 profesionales. De sus conclusiones más importantes se puede rescatar que la ejecución de un plan estratégico y financiero de manera eficiente determinara identificar, medir, evaluar y controlar el riesgo financiero dentro de la empresa.

Barandiarán, Calderón, Chavez y Coello (2012) elaboraron la tesis: *Plan estratégico del sector automotriz en el Perú-vehículos ligeros y comerciales* realizaron una investigación acorde al planeamiento estratégico determinando que el objetivo primordial es el desarrollo sostenible en el sector automotriz, a su vez con los determinantes involucrados en la importación que este genera debido a una demanda del usuario, se necesita de un control por parte del estado para establecer un orden eficiente y lograr un sector comercial adecuado ya que colabora significativamente en el incremento del PBI, una de sus conclusiones más importantes destaca que el sector automotriz según proyecciones se encuentra en un crecimiento relevante, fomentando una generación de planes para potenciar su desarrollo, dichos elementos importantes como las industrias que generan sinergia para lograr el objetivo de la búsqueda de la satisfacción constante del usuario o cliente.

1.2. Fundamentación científica, técnica y humanista.

1.2.1. Variable 1: Gestión estratégica

La gestión estratégica es la capacidad de poder planificar, desarrollar y ejecutar toma de decisiones importantes para el cambio diferencial en una empresa, cumpliendo objetivos trazados acorde a las políticas de gestión, así mismo gestionar procesos eficientes que involucren un cambio favorable, como la asignación de recursos de manera eficaz acorde a la especificidad de funciones.

La gestión estratégica puede definirse como el arte y la ciencia de la formulación, implementación y evaluación de las decisiones de funciones cruzadas que permiten a una organización para lograr sus objetivos. Como

esta definición implica, la gestión estratégica se centra en la integración de la gestión, marketing, finanzas / contabilidad, producción / operaciones, la investigación y el desarrollo, y sistemas de información para lograr el éxito organizacional (David, 2011, p.6).

La gestión estratégica es un conjunto de decisiones y acciones de gestión para el desempeño de una corporación a largo plazo. Esto incluye exploración (externa e interna), formulación de estrategias (planificación estratégica o de largo alcance), implementación de estrategias, evaluación y control. El estudio de la gestión estratégica, por lo tanto, hace hincapié en la supervisión y evaluación de oportunidades y amenazas externas a la luz de las fortalezas y debilidades de una corporación. Originalmente llamada política de negocios, la gestión estratégica incorpora temas como planificación estratégica, análisis ambiental y análisis de la industria (Wheelen y Hunger, 2012, p.5).

Dimensión: Ventaja competitiva

Se define como la acción que determina que una empresa sea posicionada por encima de otras en el mismo rubro, dicha ventaja está diferenciada por el uso de gestiones eficientes y demás factores que la ubiquen en un lugar estratégico.

La gestión estratégica es todo acerca de ganar y mantener una ventaja competitiva. Este término se puede definir como "cualquier cosa que una empresa hace especialmente bien en comparación con las empresas rivales." Cuando una empresa puede hacer algo que las empresas rivales no pueden hacer, o es dueño de algo que desean las empresas rivales, esto puede representar una ventaja competitiva (David, 2011, p.9).

Para dar una definición conceptual de ventaja competitividad está más relacionada con respecto al desempeño empresarial que ha desarrollado cambios significativos favorables frente a sus competidores, creando y manteniendo dicha posición acorde a su del uso correcto de sus competencias internas. Se define como la medida en que una empresa es

capaz de crear y mantener una posición defendible sobre sus competidores (Awwad, Al Khattab, y Anchor, 2013).

Dimensión: Estratega

Se define como la persona ubicada en alto cargo en una entidad empresarial, cuya responsabilidad es la toma de decisiones para el cumplimiento de objetivos metas de la institución.

“Los estrategas son los individuos que son los más responsables del éxito o el fracaso de una organización. Los estrategas tienen varios títulos de trabajo, como director general, presidente, propietario, presidente del consejo, director ejecutivo, canciller, decano o empresario”. (David, 2011, p.10).

El estratega puede, a un costo, mirar hacia adelante y anunciar públicamente un conjunto de opciones (intencionadas) como la estrategia de la empresa. La cuestión de la investigación básica es cómo las características del estratega afectan la estrategia y su implementación. (Van den Steen, 2016, p.8)

Dimensión: Política empresarial

Se define como el conjunto de planteamientos generales o formas de entender que conducen el pensamiento y la acción en el desarrollo de la toma de decisiones de todos los integrantes de una organización.

Las políticas son los medios por los cuales pueden conseguirse los objetivos anuales. Las políticas incluyen directrices, normas y procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos para alcanzar los objetivos establecidos. Las políticas son guías para la toma de decisiones y abordan situaciones repetitivas o recurrentes. (David, 2011, p.14).

La política empresarial es un principio o un grupo de principios relacionados, junto con su (s) regla (s) de acción (s) consecuente (s) que proveen el éxito de objetivos organizacionales / empresariales específicos.

En consecuencia, una política contiene tanto un "principio" como una "regla de acción". Ambos deben estar allí para la máxima eficacia de una política. (Vijaywargia, 2012, p. 5).

Teoría de la gestión estratégica:

La definición en cuanto al concepto de la teoría estratégica, nos da un alcance de lo que puede servir en ejecución de un proceso elaborado como también para la aplicación de medidas a tomar en una institución empresarial. Porque se puede establecer que una teoría de gestión estratégica vendría hacer una conjetura, apreciación o desde luego un sistema de ideas que explicaran el origen, principios y las aplicaciones de la gestión estratégica. Las teorías de la gestión estratégica son elaboradas de la perspectiva de sistemas, el enfoque de contingencia y el enfoque de la tecnología de la información para la gestión corporativa (Omalaja y Eruola, 2011). De tal manera que el uso de dicha teoría nos determinará el camino adecuado en lograr objetivos propuestos, para obtener resultados acorde a la disciplina empresarial fijada en la maximización de los beneficios, como también el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible sobre aquellos competidores que son rivales en el mercado.

1.2.2. Variable 2: Competitividad sostenible

Competitividad sostenible demuestra el uso coherente de los recursos para establecer un plan de gestión económico, social y ambiental, generando una diferenciación con otras empresas con factores de crecimiento empresarial, esta gestión fortalecerá el desarrollo con estrategias definidas que determinará la búsqueda de la rentabilidad esperada.

Procesos o actos de permanencia a largo plazo; haciendo o permitiendo que algo continúe durante un período de tiempo; un proceso o acción que mantiene algo o mantiene algo en ejecución. Por tanto, es fácil concluir que, en un contexto empresarial, la sostenibilidad implica los procesos y acciones que mantienen una empresa solvente en el tiempo. (Scott, 2013, p.1).

“La competitividad sostenible es la capacidad de generar y mantener una riqueza inclusiva sin disminuir la capacidad futura de sostener o aumentar los niveles de riqueza actuales”. (SolAbility Sustainable Intelligence, 2015).

Dimensión: Pensamiento ligero (Lean Thinking)

Se define como “pensamiento ligero” en la traducción al español, el cual se determina como una herramienta de gestión, que involucra una filosofía y estrategia de negocios para ejecutar el uso eficiente de los recursos, desarrollando valor a un costo mínimo y dando atención con una satisfacción esperada de los clientes.

Es una filosofía empresarial que exige la eliminación total y sistemática de los residuos de cada proceso, cada departamento y todos los aspectos de una organización. Con el “Lean Thinking”, sin embargo, los residuos no se definen como "no obtener el 100% de las compras e inversiones". En su lugar, los residuos se definen como "el uso o pérdida de cualquier recurso que no conduce directamente a qué es lo que los clientes quieren" - y lo que quieren los clientes, dicen los defensores del “Lean Thinking”, es el valor. (Scott, 2013, p.59).

Lean Thinking se puede describir como la búsqueda de la perfección mediante la eliminación constante de "residuos" a través de la resolución de problemas. Lean está impulsado por la economía y se basa en la eficiencia operativa. La definición de pensamiento Lean utilizada a lo largo de esta investigación es: "Lean es una forma de enfocarse en lo que el cliente valora y está dispuesto a pagar, cualquier actividad que no agregue valor, tal como percibe el cliente final, es desperdicio. Residuos incluye cualquier uso de los recursos costes, tiempo, movimiento, material, energía, agua y mano de obra". (Oakdene Hollins, 2013).

Dimensión: Establecimiento de redes cooperación (Networking)

Definida por el desarrollo de relaciones directas con entidades ligadas dentro del rubro empresarial, con el fin de lograr alianzas estratégicas y ver oportunidades

de negocio futuras, es decir el incrementar la red de contactos empresariales fortalecerá el crecimiento y reconocimiento de la institución empresarial, determinando una posición en el mercado.

La idea de la creación de redes de cooperación a menudo se vuelve más apetecible una vez que se entiende que la cooperación no se trata de entregar secretos comerciales o la fusión con otra empresa. Más bien, se trata de trabajar con los demás de una manera gratuita. La idea es mejorar la competitividad de los miembros, reducir los costos, crear nuevas bases de capital, aumentar ventajas de escala, el alcance y la velocidad, y la apertura de nuevos mercados. (Scott, 2013, p.55).

Networking significa trabajar con redes, estas redes pueden ser de numerosos tipos, desde redes informáticas hasta lo que hoy se conoce popularmente como redes sociales. Desde este punto de vista, implica la habilidad de conectar con varios tipos de recursos, ya sean personas, instituciones u organizaciones con la finalidad de lograr determinados objetivos profesionales y personales. (Calvo y Rojas, 2013).

Dimensión: Producción limpia (Clean production)

Definida por ser parte de un proceso de gestión el cual determina aspectos importantes de un desarrollo sostenible y la ecoeficiencia, la producción limpia es la consecuencia del proceso del mejoramiento continuo, la cual comprende análisis de operaciones que involucra una empresa de producción o servicios, estableciendo mejoramiento en su producción y optimización en la utilización de los recursos.

"Producción limpia" o "producción más limpia" suele definirse como una estrategia preventiva integrada utilizada en la producción de productos y servicios para aumentar la eficiencia y reducir los riesgos para los seres humanos y el medio ambiente. (Scott, 2013, p.172).

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en 1989, como la “aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva integrada a procesos productivos y servicios para mejorar la ecoeficiencia y reducir los riesgos humanos y al medio ambiente. (Vera, 2015, p. 4).

Teoría de la sostenibilidad

En su efecto la teoría de las sostenibilidad nos anuncia que es de vital importancia el mantener el equilibrio sin generar nada perjudicial dentro de los recursos importantes en la organización como también el entorno medioambiental. Por tanto la primera razón por la cual se necesita la teoría de gestión de sostenibilidad es porque establecen mejor las realidades biofísicas, sociales, actuales y futuras de las organizaciones humanas como también los contextos e impactos de sus decisiones y acciones. La segunda razón es también importante para sugerir la necesidad del potencial del desarrollo inicial de una teoría de gestión de la sostenibilidad, es que cabe resaltar la importancia de atender a los retos de sostenibilidad y los resultados catastróficos relacionados (Starik y Kanashiro, 2013). En tanto enfocar la teoría de sostenibilidad en el ámbito empresarial nos induce a determinar cada recurso.

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica.

El aporte del material bibliográfico de las investigaciones que tienen conceptualizaciones de gestión estratégica y competitividad sostenible aportaron lo necesario para fortalecer el sustento del cual debe seguir ese mismo lineamiento, en ese enfoque demuestra la estrategia a utilizar para poder desarrollar una gestión que otorgue el desarrollo empresarial en las empresas gráficas para fortalecer el crecimiento económico como también la rentabilidad como consecuencia del desarrollo del plan estratégico, por tanto con cierto aporte mencionado gracias a referentes importantes dentro de los temas utilizados para la buena gestión nos impulsan a poder desarrollar dicho plan estratégico e aplicarlo para cumplir con la respuesta al problema que se trata de solucionar en esta investigación.

1.3.2. Justificación práctica.

Esta investigación podrá ser ejecutada en empresas gráficas que buscan el desarrollo empresarial, aplicando estrategias de gestión que colaboren con la rentabilidad aceptable para el empresario, de esta forma se podrá iniciar un proceso de cambio favorable en este mercado y fortalecer la competitividad en el rubro gráfico, como también el cambio en la utilización de plan de gestión estratégica e implementar valores y procesos que colaboren con el buen trabajo eficiente.

1.3.3. Justificación metodológica.

En esta investigación se desarrolló la metodología científica, por el cual siguiendo los lineamientos se optó la base de la interrogatoria al definir la situación problemática que sucede en un entorno, analizando la causalidad del problema acontecido, aplicando luego de forma coherente el uso del conocimiento para desarrollar un plan elaborado en búsqueda de la solución, efectuando así la descripción de objetivos que nos ayuden a seguir la vía adecuada para luego conformar las hipótesis, dicho proceso conjuntamente con la utilización de información relevante condicionara una búsqueda importante, la cual una vez obtenida la respuesta se logrará efectuar teorías que sean de ayuda para cuando dicho problema se presente sea disuelto conforme a la investigación que se desarrolló al descubrir su solución, en efecto cada proceso de la investigación se desarrollará con la disciplina que requiere la utilización del método científico.

1.4. Problema

Realidad Problemática.

La aparición de imprentas a nivel de pequeña empresa fue generando un efecto multiplicador, ya que fue un negocio que tuvo una demanda de muchos emprendedores para aperturar este rubro en el mercado de impresiones graficas de servicios como trabajos manufacturados, la demanda de clientes fue creciendo por el bajo costo de sus precios de servicios, dicha demanda iba aumentando cada periodo por periodo, por tanto muchas casas aledañas alrededor de lima centro fueron a ser arrendadas para negocios gráficos.

La situación era la siguiente, muchas máquinas de impresión eran adquiridas con características de año de fabricación muy menores en relación a máquinas de impresión actuales, muchos emprendedores optaban por la compra de éstas ya que eran de bajo costo y estaban al alcance de cualquier microempresario para poder iniciar su taller de imprenta, por consiguiente la operación de máquinas de uso casi obsoleto generaban la utilización de insumos de bajo costo y de impactos de contaminación que alteraban el medio ambiente, dichos insumos de baja calidad son: papel, tintas, insumos de impresión, etc. Ya que este uso de insumos bajos generaba costos de producción bajos y condicionaba precios bajos para los clientes.

Las empresas de importación de máquinas obsoletas en desuso o de años de fabricación muy antiguos, eran en mayor volumen ya que la demanda de compra de estas era mucho mayor por la aparición de pequeñas imprentas formales e informales, a su vez el costo de compra eran muy bajos hasta consideradas chatarra para poderlas ponerlas en funcionamiento una vez localizadas en Lima, estas empresas importadoras gestionaban el proceso de reparación o activación de estas máquinas de impresión para luego poder ofrecerlas al público de pequeños empresarios demandantes que era un número considerable. El proceso de compra era a crédito manteniendo un margen de ganancia muy considerable para las empresas importadoras, lo cual en parte del gobierno generaba un déficit de recaudación a las imprentas informales, además la falta de control de la importación de insumos contaminantes, como también la pérdida de conciencia total de la formalización de empresas y el impacto de la falta de calidad por parte de la exigencia del consumidor en buscar precios baratos, hasta en la actualidad este tipo de importación y venta de máquinas de años de fabricación antiguos se siguen dando por la falta de conocimiento del pequeño empresario.

La respuesta a este problema es la generación de un plan de importación de maquinaria aceptable, considerando máquinas de año de fabricación a partir del año 2000, apuntando el mercado alemán como principal vendedor o mercado para importar, ya que la cultura alemana respecto a la fabricación de máquinas de impresión tienen una garantía por el producto de la calidad y confianza que ofrece al mercado en especial la marca "Heidelberg". Además de adicionar un plan de

gestión de capacitación a los emprendedores o microempresarios del rubro gráfico, para que lleven al proceso correcto de liderar y hacer rentable su empresa, generando la competitividad esperada buscando la diferenciación frente a otras. Este plan de importación de maquinarias adecuadas fomentará el crecimiento de la búsqueda de calidad de producto, formalización de empresas, erradicar de manera progresiva la importación de insumos baratos contaminantes, como también el comienzo de un cambio en búsqueda de incrementar y mejorar el crecimiento económico en el rubro de impresión gráfica y por lo tanto el gran salto de ser pequeños empresarios a ser grandes empresas gráficas.

1.4.1. Problema general.

¿Cuál es la relación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016?

1.4.2. Problemas específicos.

Problema específico 1

¿Cuál es la relación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016?

Problema específico 2

¿Cuál es la relación entre el estratega y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016?

Problema específico 3

¿Cuál es la relación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016?

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

Existe la relación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

1.5.2. Hipótesis específicas.

Hipótesis específica 1

Existe la relación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Hipótesis específica 2

Existe la relación entre el estrategia y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Hipótesis específica 3

Existe la relación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

1.6. Objetivos.

1.6.1. Objetivo general

Determinar la relación de la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

1.6.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Determinar la relación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Objetivo específico 2

Determinar la relación entre el estrategia y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Objetivo específico 3

Determinar la relación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

II. Marco Metodológico

2.1. Variables

2.1.1. Definición conceptual de la variable Gestión Estratégica

La gestión estrategia es la capacidad de poder planificar, desarrollar y ejecutar toma de decisiones importantes para el cambio diferencial es una empresa cumpliendo objetivos trazados acorde a las políticas de gestión, así mismo gestionar procesos eficientes que involucren un cambio favorable, como la asignación de recursos de manera eficaz acorde a la especificidad de funciones.

La gestión estratégica puede definirse como el arte y la ciencia de la formulación, implementación y evaluación de las decisiones de funciones cruzadas que permiten a una organización para lograr sus objetivos. Como esta definición implica, la gestión estratégica se centra en la integración de la gestión, marketing, finanzas / contabilidad, producción / operaciones, la investigación y el desarrollo, y sistemas de información para lograr el éxito organizacional (David, 2011, p.6).

Definición operacional: Se utilizó el cuestionario que mide las dimensiones, competitividad, capacidades internas y formulación efectiva.

2.1.2. Definición conceptual de la variable Competitividad Sostenible

Competitividad sostenible demuestra el uso coherente de los recursos para establecer un plan de gestión económico, social y ambiental, generando una diferenciación con otras empresas con factores de crecimiento empresarial, esta gestión fortalecerá el desarrollo con estrategias definidas que determinará la búsqueda de la rentabilidad esperada.

Procesos o actos de permanencia a largo plazo; haciendo o permitiendo que algo continúe durante un período de tiempo; un proceso o acción que mantiene algo o mantiene algo en ejecución. Por tanto, es fácil concluir que, en un contexto empresarial, la sostenibilidad implica los procesos y acciones que mantienen una empresa solvente en el tiempo. (Scott, 2013, p.1).

Definición operacional: Se utilizó el cuestionario que mide las dimensiones, pensamiento ligero (lean thinking), establecimiento de redes de cooperación (networking) y producción limpia (clean production).

2.2. Operacionalización de variables.

Tabla 1:

Operacionalización de variable: Gestión estratégica

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles
Ventaja competitiva	<ul style="list-style-type: none"> • Competitividad • Capacidades internas • Formulación efectiva 	Del 1 al 6	Si No	Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
Estrategia	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias competitivas. • Modelos de predicción • Identificación de amenazas de negocio 	Del 7 al 12		Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
Política empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos establecidos. • Objetivos anuales. • Implementación de estrategias 	Del 13 al 18		Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6

Tabla 2:

Operacionalización de variable: Competitividad sostenible

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles
Pensamiento ligero (Lean Thinking)	<ul style="list-style-type: none"> Lean manufacturing (fabricación ligera) eliminación de residuos. Determinación y satisfacción de necesidades de cliente. 	Del 19 al 24	Si No	Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
Establecimiento de redes cooperación (Networking)	<ul style="list-style-type: none"> Identificación y búsqueda de oportunidades de mercado. Proyecto de compra conjunta. Combinación de la logística y operaciones. 	Del 25 al 30		Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
Producción limpia (clean production)	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la rentabilidad. aumento de la seguridad del trabajador y la reducción de los impactos ambientales negativos Elaboración de una línea de producción limpia. 	Del 31 al 36		Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6

2.3. Metodología

Para el desarrollo de la investigación se ejecutó el método hipotético deductivo, estableciendo la observación conforme a la problemática existente en el rubro gráfico, luego se continuo con la generación de hipótesis respectiva para desarrollar la explicación de dicho problema, seguido por la elaboración de consecuencias más elementales que la propia hipótesis, finalizando con la comprobación de la veracidad de los enunciados contrastándolos con la experiencia.

El método hipotético – deductivo lo empleamos corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica. Es el camino lógico para buscar la solución a problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas. (Cegarra, 2012, p. 82).

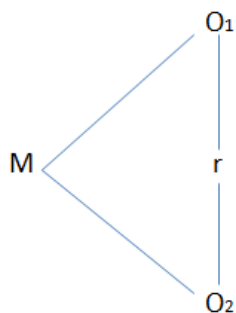
2.4. Tipo de Estudio

El presente trabajo de investigación es de tipo básica

Hernández et al. (2010, p.27), manifiestan que la investigación cumple dos propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica) y b) resolver problemas (investigación aplicada).

2.5. Diseño

No experimental; porque no se va manipular ninguna de las variables de estudio cuyo diagrama es el siguiente.



M= Muestra de Estudio

O1= Observación de la variable 1

O2= Observación de la variable 2

r= Interrelación de las variables

2.6. Población, Muestra y Muestreo

Población

Estuvo conformada por los empresarios gráficos de Lima Metropolitana.

La INEI (2014) afirma que: reportó que entre enero y marzo del 2014, en Lima Metropolitana, el número de empresas dedicadas a la impresión y servicios relacionados a la impresión, fue de 9 mil 904, mayor en 1,1%, respecto al mismo período del año anterior.

La población corresponde a la totalidad de los de una característica medida en el valores conjunto de los individuos que son de interés en un cierto estudio y para los cuales se obtendrán las conclusiones respecto a tal característica, es decir, es el espacio muestral. (Rustom, 2012, p. 95).

Muestra.

Una muestra de la población es cualquier subconjunto de ésta. Surge la cuestión, entonces, de cómo seleccionar la muestra. Dos tipos de muestras son las y las muestras probabilísticas muestras no probabilísticas. (Rustom, 2012, p. 95).

Calculo del tamaño de la muestra

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

Donde:

E=0.075 Error de estimación o margen de error

N=9904 Población

p=0.5 Proporción a favor

q=0.5 Proporción en contra

N.C=90% Nivel de confianza

Z=1.9645 Valor de la tabla normal estándar.

Reemplazando en la fórmula:

$$\begin{aligned} n &= \frac{9904 * 1.645^2 * 0.5 * 0.5}{0.075 * (9904 - 1) + 1.645^2 * 0.5 * 0.5} \\ &= \frac{6698,926}{56,38076} \\ &= 118,8158 \\ &= 119 \end{aligned}$$

Muestreo.

El muestreo del presente estudio es probabilístico aleatorio simple.

También puede definirse como la siguiente manera. El muestreo es la elección de individuos de la muestra, la elección puede ser de forma aleatoria o no probabilística. (Rustom, 2012).

Unidades de análisis.

Las unidades de análisis del presente estudio fueron los empresarios de las entidades gráficas de Lima Metropolitana.

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**2.7.1. Técnicas:**

La técnica que se realizó fue de la encuesta, para realizar la recogida de datos a través del cuestionario de preguntas, teniendo como instrumentos los cuestionarios.

Los estudios que obtienen datos mediante entrevistas a personas se denominan encuestas. Si los entrevistados constituyen una muestra representativa de la población, estos estudios se denominan encuestas por muestreo. El método de encuesta resulta adecuado para estudiar cualquier hecho o característica que las personas estén dispuestas a informar. (Monje, 2011).

2.7.2. Instrumento

Para la presente investigación se utilizó el cuestionario de preguntas organizado sobre la base de los indicadores correspondiente, fueron dos cuestionarios que incluirán la relación de 18 preguntas por cada cuestionario, elaboradas de la utilización de los indicadores que fueron encontrados de las dimensiones de cada variable, dichas preguntas fueron desarrolladas coherentemente conforme al contexto a evaluar.

Ficha Técnica

Nombre original: Cuestionario de gestión estratégica

Autor: Braulio V. Cruz Sumarriva

Objetivo: tiene como finalidad diagnosticar a nivel individual el estado de conocimiento y cultura organizacional por parte de los empresarios gráficos en cuanto a los conceptos de Gestión estratégica.

Duración: Variable, 15 minutos

Aplicación: empresarios gráficos de Lima Metropolitana

Año: 2016

Composición: está conformada por 18 items.

Puntuación: Si=1, No= 0

Nombre original: Cuestionario de competitividad sostenible

Autor: Braulio V. Cruz Sumarriva

Obejtivo: tiene como finalidad diagnosticar a nivel individual el estado de conocimiento y cultura organizacional por parte de los empresarios gráficos en cuanto a los conceptos de Competitividad sostenible.

Duración: Variable, 15 minutos

Aplicación: empresarios gráficos de Lima Metropolitana

Año: 2016

Composición: está conformada por 18 items.

Puntuación: Si=1, No= 0

Validez y confiabilidad

Validez

La validez se realiza mediante el juicio de expertos teniendo en cuenta tres aspectos: pertinencia, relevancia y claridad.

Validez. Se entiende por validez de un instrumento de medición, el valor que nos indica, que un instrumento está midiendo lo que pretende medir. Es la congruencia entre el instrumento de medida y la propiedad medible. Se dice que un instrumento es válido, cuando mide realmente el indicador,

la propiedad o atributo que debe medir, es el grado de seguridad que debe tener un instrumento, que nos permitirá lograr resultados equivalentes o iguales, en sucesivos procesos de recolección de datos y mediciones realizados por tercero. (Quiroz, 2003)

Tabla 3:

Juicio de expertos

Experto	Valoración
Dra. Galia S. Lescano López	Aplicable
Dr. Noel Alcas Zapata	Aplicable

Confiabilidad

Para la confiabilidad se aplicó el estadístico de KR20 dado que ambos instrumentos han sido medidos con escala dicotómica.

Es definido como el grado de consistencia de los puntajes obtenidos por un mismo grupo de sujetos en una serie de mediciones tomadas con el mismo instrumento. La confiabilidad denota estabilidad y constancia de los puntajes, esperando que no presenten variaciones significativas en el curso de una serie de aplicaciones con el mismo instrumento. (Quiroz, 2013).

Tabla 4:

Confiabilidad

Nº	Cuestionario	KR20	Nº de elementos
1	Cuestionario sobre Gestión estratégica	0,763	18
2	Cuestionario sobre competitividad sostenible	0,751	18

2.8. Procedimiento de recolección de datos.

El procedimiento de recolección de datos consta in situ de la entrevista presencial a la muestra para el desarrollo del cuestionario de 36 preguntas, 18 items por variable gestión estratégica y 18 items por variable competitividad sostenible, definida la muestra probabilística se ejecuta la recolección de datos de las unidades de análisis que son 119 empresarios gráficos de Lima Metropolitana, el cual dicho desarrollo de cuestionario tomará alrededor 10 minutos por cada unidad de análisis. Una vez terminada se consolidará en una base de datos para posterior proceso de análisis.

2.9. Análisis de datos.

Se utilizó el programa estadístico SPSS, versión 23 para procesar los datos determinado por la estadística descriptiva el cual hace uso de tabla de frecuencias, tablas de contingencia y gráficos, y también se utilizó el coeficiente de correlación rho Spearman para contrastar las variables e hipótesis que está determinada por la estadística inferencial.

2.10. Aspectos éticos.

El presente documento de investigación tiene sustentado el valor ético que evidencia al ser documentado con referencias citando en base a las indicaciones APA., además el poder definir la autenticidad del autor como también el aporte de las referencias utilizadas para la elaboración.

III. Resultados

Tabla 5
Niveles de la Gestión estratégica según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0.0	0,0
Regular	21	17,6	17,6
Alta	98	82,4	100,0
Total	119	100,0	

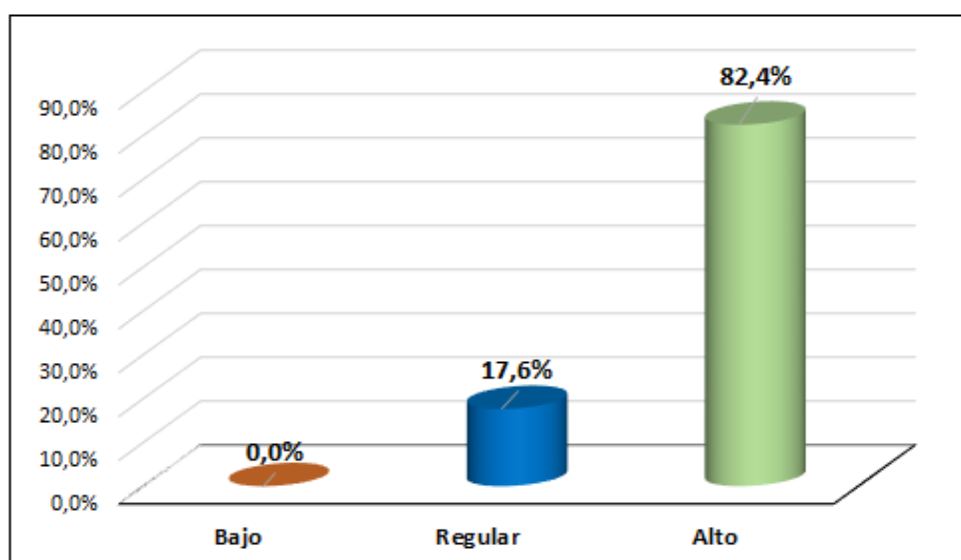


Figura 1: Comparación porcentual de la gestión estratégica según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

De los resultados se aprecia, que en los niveles de la gestión estratégica según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, el 82.4% de encuestados perciben un nivel alto en la gestión estratégica, solo el 17.6% perciben que tienen una gestión estratégica de nivel regular.

Tabla 6
Niveles de la dimensión ventaja competitiva sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	6	5,0	5,0
Regular	21	17,6	22,7
Alta	92	77,3	100,0
Total	119	100,0	

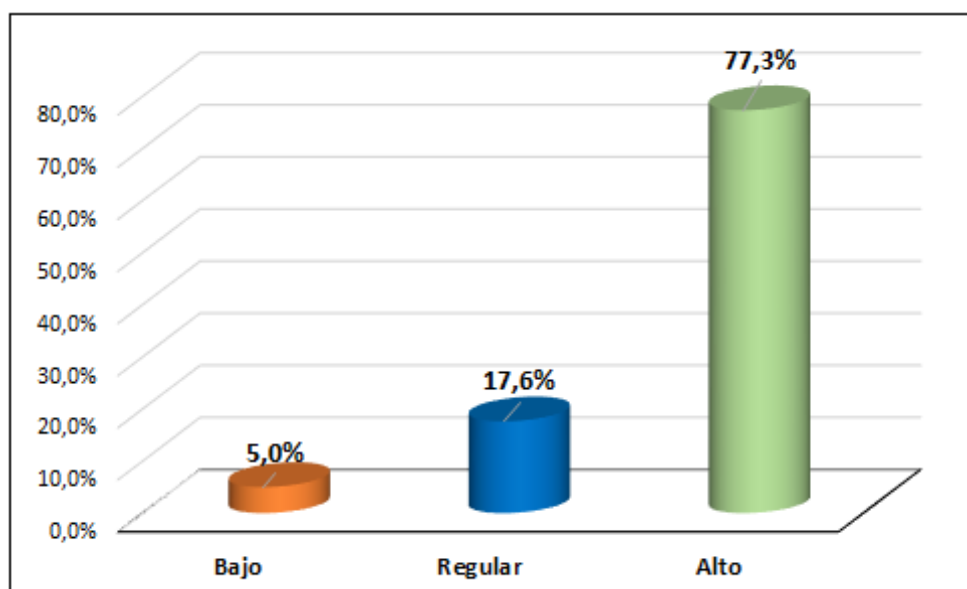


Figura 2: Comparación porcentual de la ventaja competitiva según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

De los resultados se aprecia que, en los niveles de la ventaja competitiva según empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, se tiene que el 77.3% de encuestados, perciben que tienen un nivel alto en la ventaja competitiva, mientras que el 17.6% perciben que tienen un nivel regular, solo el 5,0% perciben que su empresa tiene una ventaja competitiva de nivel bajo.

Tabla 7
Niveles de la dimensión estrategia según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Baja	6	5,0	5,0
Regular	47	39,5	44,5
Alta	66	55,5	100,0
Total	119	100,0	

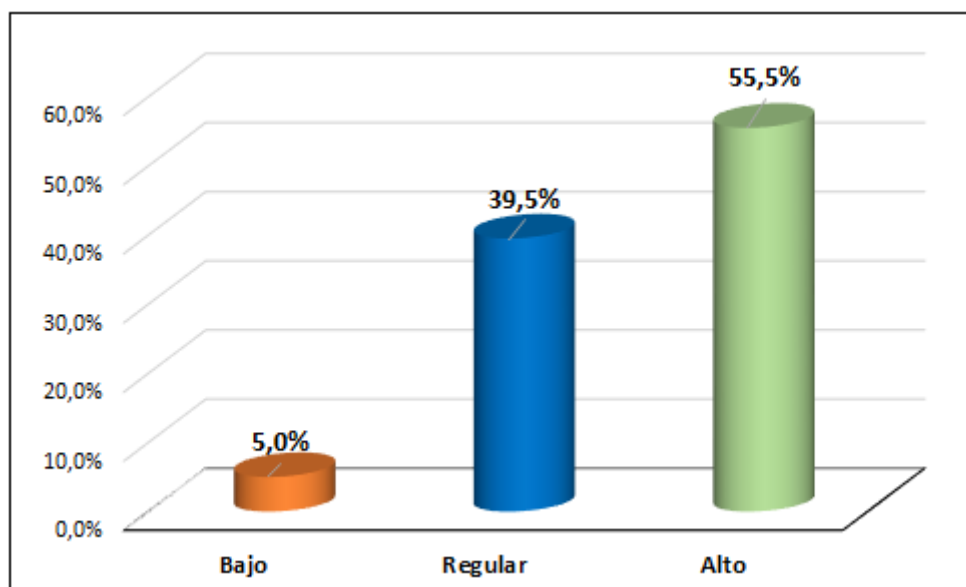


Figura 3: Comparación porcentual del estrategia según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

De los resultados se aprecia que, en los niveles del estrategia según empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, se tiene que el 55,5% de encuestados, perciben que tienen un nivel alto en la dimensión estrategia, mientras que el 39,5% perciben que tienen un nivel regular, solo el 5,0% perciben que su empresa tienen la dimensión estrategia de nivel bajo.

Tabla 8
Niveles de la dimensión políticas empresariales según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0,0	0,0
Regular	41	34,5	34,5
Alto	78	65,5	100,0
Total	119	100,0	

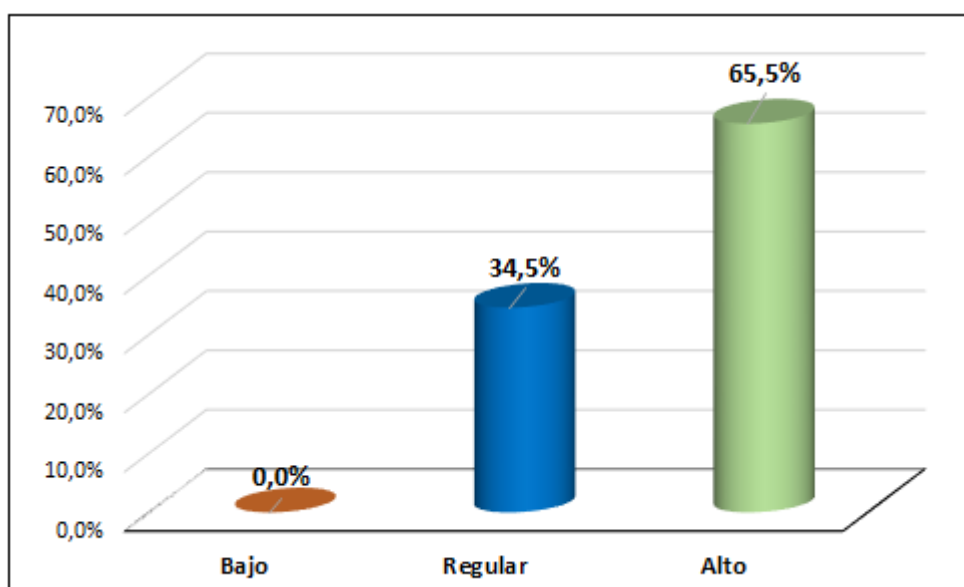


Figura 4: Comparación porcentual de las políticas empresariales según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

De los resultados se aprecia que, en los niveles de las políticas empresariales según empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, se tiene que el 65,0% de encuestados, perciben que tienen un nivel alto en las políticas empresariales, mientras que el 35,0% perciben que tienen un nivel regular.

Tabla 9
Niveles de la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Baja	3	2,5	2,5
Regular	24	20,2	22,7
Alta	92	77,3	100,0
Total	119	100,0	

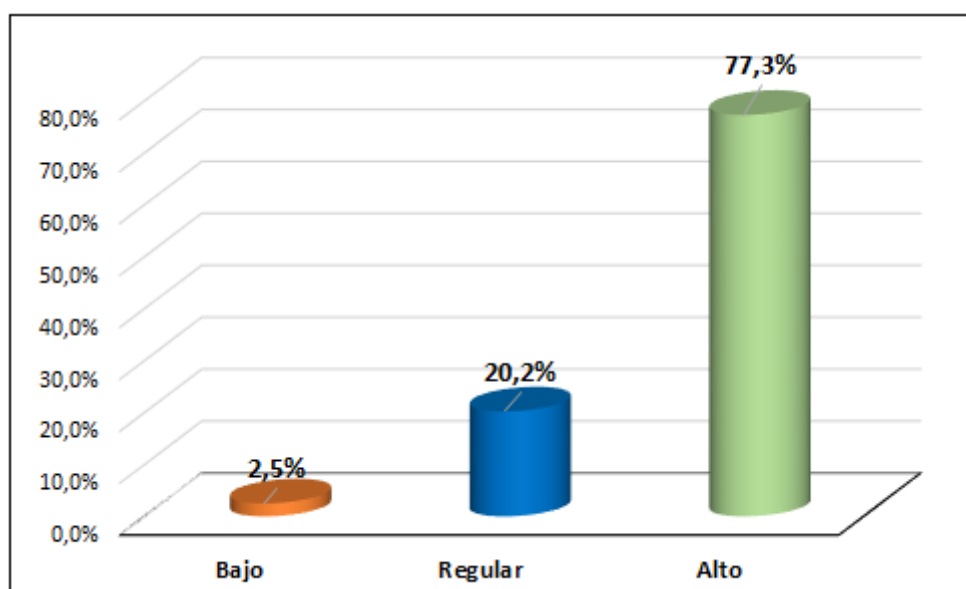


Figura 5: Comparación porcentual de la Competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

De los resultados se aprecia que, en los niveles de la competitividad sostenible según empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, se tiene que el 77.5% de encuestados, perciben que tienen un nivel alto en la competitividad sostenible, mientras que el 20.0% perciben que tienen un nivel regular, solo el 2.5% perciben que su empresa tiene una competitividad sostenible de nivel bajo.

Niveles comparativos entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Después de la obtención de los datos a partir de los instrumentos descritos, procedemos al análisis de los mismos, en primera instancia se presentaran los resultados generales en cuanto a los niveles de la variable de estudio de manera descriptiva, para luego tratar la prueba de hipótesis general como específica.

Tabla 10

Distribuciones frecuencias entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Gestión estratégica	Competitividad sostenible							
	Baja		Regular		Alta		Total	
	fi	%	Fi	%	fi	%	Fi	%
Bajo	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Regular	3	2,5	18	15,1	0	0,0	21	17,6
Alta	0	0,0	6	5,0	92	77,3	98	82,4
Total	3	2,5	24	20,2	92	77,3	119	100,0

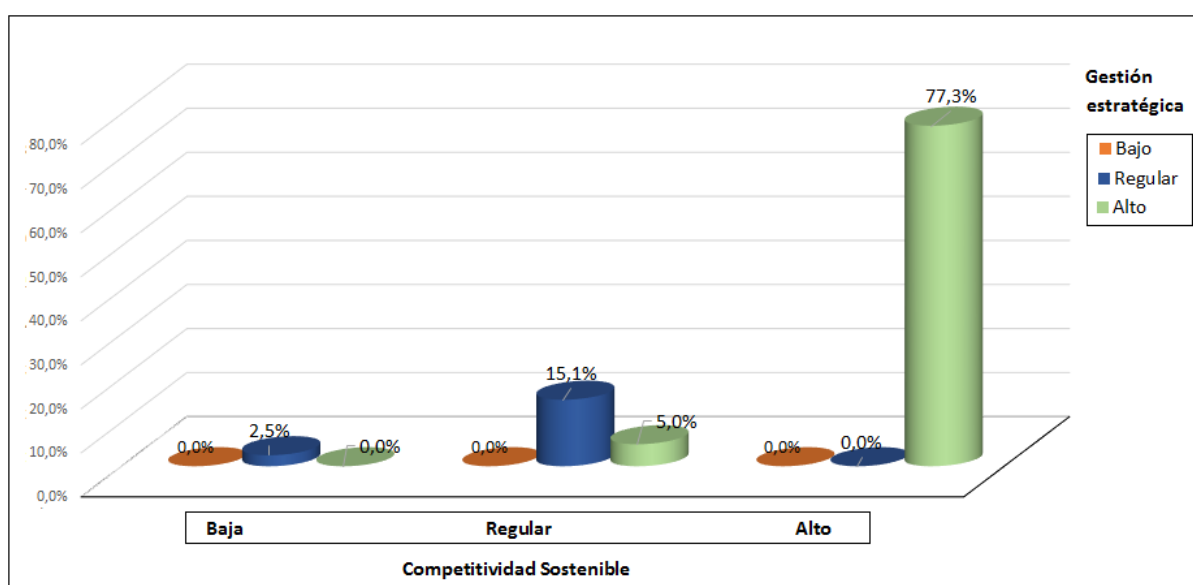


Figura 6: Niveles entre *gestión estratégica y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016*

De la tabla 7 y figura 6 existe una buena orientación con respecto a la gestión estratégica y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, por lo cual el 77.3% perciben que el nivel de gestión estratégica y competitividad sostenible alto, mientras que un 15,1 % considera que la gestión estratégica tiene un nivel regular por lo que el nivel de Competitividad sostenible es regular también y solo el 2.5% consideran que el nivel de competitividad sostenible es bajo y el de la gestión estratégica regular bajo.

Tabla 11

Distribuciones frecuencias entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Ventaja competitiva	Competitividad sostenible							
	Baja		Regular		Alta		Total	
	fi	%	Fi	%	fi	%	Fi	%
Baja	0	0,0	6	5,0	0	0,0	6	5,0
Regular	3	2,5	9	7,6	9	7,6	21	17,6
Alta	0	0,0	9	7,6	83	69,7	92	77,3
Total	3	2,5	24	20,2	92	77,3	119	100,0

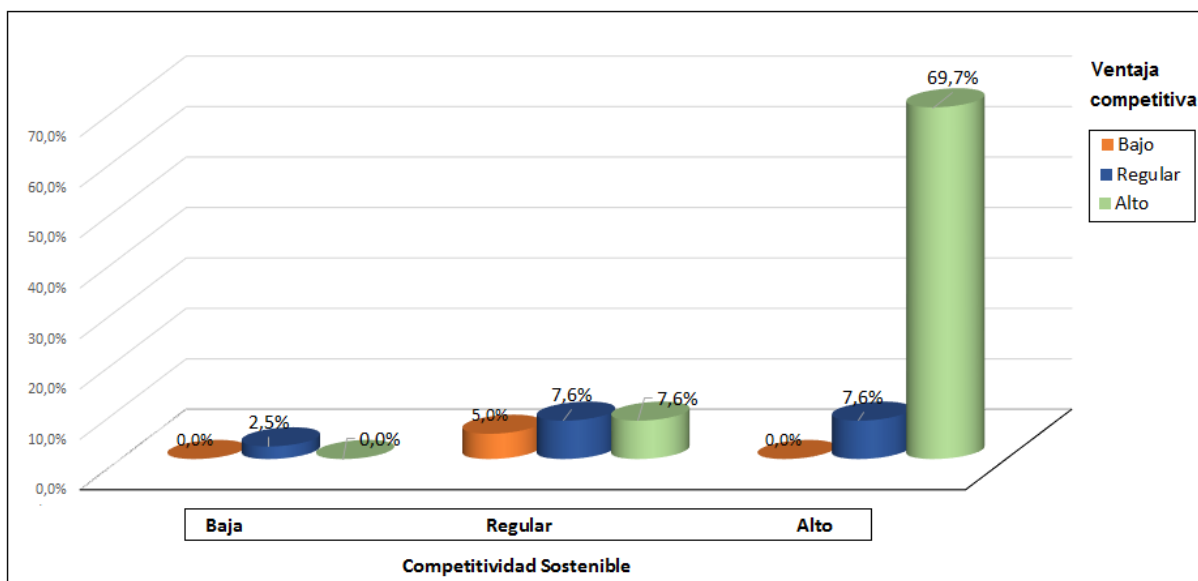


Figura 7: Niveles entre ventaja competitiva y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

De la tabla 8 y figura 7 existe una buena orientación con respecto a la ventaja competitiva y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, por lo cual el 69,7% perciben que el nivel de ventaja competitiva y competitividad sostenible es alto, mientras que un 5,0 % de los encuestados considera que la ventaja competitiva es bajo por lo que el nivel de Competitividad sostenible es regular y solo el 2.5% consideran que el nivel de ventaja competitiva es regular y el nivel de competitividad sostenible es bajo.

Tabla 12

Distribuciones frecuencias entre el estrategia y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Estrategia	Competitividad sostenible						Total	
	Baja		Regular		Alta			
	fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%
Baja	0	0,0	6	5,0	0	0,0	6	5,0
Regular	3	2,5	15	12,6	29	24,4	47	39,5
Alta	0	0,0	3	2,5	63	52,9	66	55,5
Total	3	2,5	24	20,2	92	77,3	119	100,0

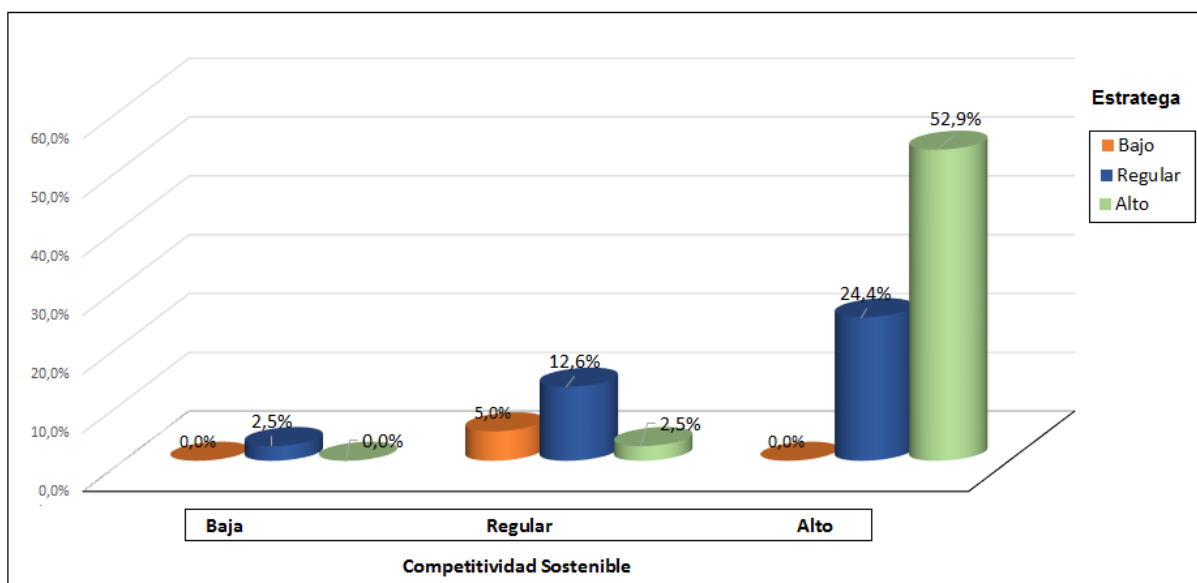


Figura 8: Niveles entre el estrategia y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

De la tabla 9 y figura 8 existe una buena orientación con respecto al estrategia y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, por lo cual el 52,9% perciben que el nivel del estrategia y competitividad sostenible es alto, mientras que un 24,4 % considera que la Competitividad sostenible tiene un nivel alto por lo que el nivel del estrategia es regular, un 12,6% de encuestados consideran que el nivel de competitividad sostenible es regular y el nivel del estrategia también es regular, solo el 2,5% consideran que el nivel del estrategia es regular y el de la competitividad sostenible es bajo.

Tabla 13
Distribuciones frecuencias entre la política empresarial y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Política empresarial	Competitividad sostenible							
	Baja		Regular		Alta		Total	
	Fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%
Bajo	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Regular	3	2,5	18	15,1	20	16,8	41	34,5
Alto	0	0,0	6	5,0	72	60,5	78	65,5
Total	3	2,5	24	20,2	92	77,3	119	100,0

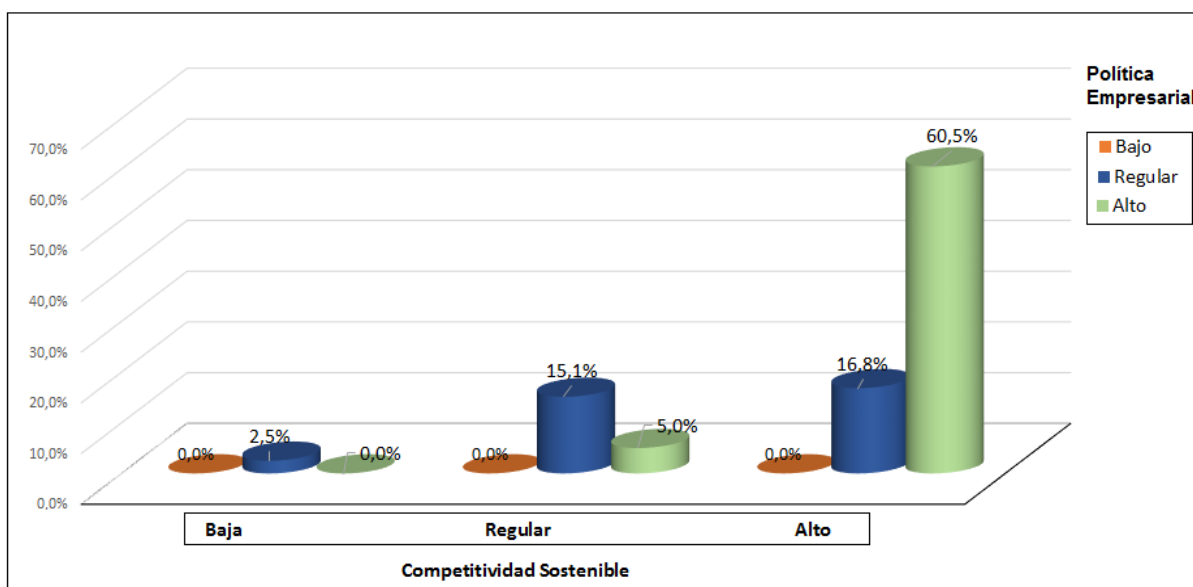


Figura 9: Niveles entre la política empresarial y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

De la tabla 10 y figura 9 existe una buena orientación con respecto a política empresarial y la competitividad sostenible según las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, por lo cual el 60,5% perciben que el nivel de las políticas empresarial y competitividad sostenible es alto,

mientras que un 16,8 % considera que la política empresarial tiene un nivel regular por lo que el nivel de competitividad sostenible es alto, un 15,1% de encuestados consideran que el nivel de políticas empresariales es regular y el nivel de competitividad sostenible también es regular, solo el 2,5% consideran que la política empresarial tiene un nivel regular y la competitividad sostenible es bajo.

4.3. Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Ho: No existe la relación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

H1: Existe la relación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Tabla 14

Grado de correlación y nivel de significación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

			Gestión estratégica	Competitividad sostenible
Rho de Spearman	Gestión estratégica	Coeficiente de correlación	1,000	,860**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	119	119
	Competitividad sostenible	Coeficiente de correlación	,860**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	119	119

** . La correlación es significativa al nivel 0,05

En los resultados de la tabla adjunta se presenta el coeficiente de correlación rho de Spearman de las variables gestión estratégica y competitividad sostenible, en cuanto al grado de asociación de las dos variables es 0.860, que significa que existe una correlación alta entre las variables gestión estratégica y competitividad sostenible de las empresas

gráficas de Lima Metropolitana-2016, con un p-valor= ,000 menor que 0.05, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir existe una relación directa y significativa entre gestión estratégica y la competitividad sostenible en las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Hipótesis específica 1.

Ho: No existe la relación entre la Ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

H1: Existe la relación entre la Ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Tabla 15

Grado de correlación y nivel de significación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

			Ventaja competitiva	Competitividad sostenible
Rho de Spearman	Ventaja competitiva	Coeficiente de correlación	1,000	,594**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	119	119
	Competitividad sostenible	Coeficiente de correlación	,594**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	119	119

** . La correlación es significativa al nivel 0,05

En los resultados de la tabla adjunta se presenta el coeficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión ventaja competitiva y la variable competitividad sostenible, en cuanto al grado de asociación entre la dimensión y la variable es 0,594, que significa que existe una correlación moderada entre la ventaja competitiva y competitividad sostenible de las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, con un p-valor= ,003 menor que 0.05, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir existe una relación directa y significativa entre

ventaja competitiva y la competitividad sostenible en las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Hipótesis específica 2.

Ho: No existe la relación entre el estrategia y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

H1: existe la relación entre el estrategia y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Tabla 16

Grado de correlación y nivel de significación entre el estrategia y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

			Estratega	Competitividad sostenible
Rho de Spearman	Estratega	Coeficiente de correlación	1,000	,531**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	119	119
	Competitividad sostenible	Coeficiente de correlación	,531**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	119	119

** . La correlación es significativa al nivel 0,0.5.

En los resultados de la tabla adjunta se presenta el coeficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión estrategia y la variable competitividad sostenible, en cuanto al grado de asociación entre la dimensión y la variable es 0,531, que significa que existe una correlación moderada entre el estrategia y competitividad sostenible de las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, con un p-valor= ,000 menor que 0.05, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir existe una relación directa y significativa entre el estrategia y la competitividad sostenible en las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

Hipótesis específica 3.

Ho: No existe la relación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

H1: existe la relación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

Tabla 17

Grado de correlación y nivel de significación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

			Política empresarial	Competitividad sostenible
Rho de Spearman	Política empresarial	Coeficiente de correlación	1,000	,499**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	119	119
Rho de Spearman	Competitividad sostenible	Coeficiente de correlación	,499**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	119	119

** . La correlación es significativa al nivel 0,05.

En los resultados de la tabla adjunta se presenta el coeficiente de correlación rho de Spearman de la dimensión política empresarial y la variable competitividad sostenible, en cuanto al grado de asociación entre la dimensión y la variable es 0,499, que significa que existe una correlación moderada entre la política empresarial y competitividad sostenible de las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, con un p-valor= ,000 menor que 0.05, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir existe una relación directa y significativa entre la política empresarial y la competitividad sostenible en las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.

IV. Discusión

De acuerdo con la investigación y verificando los resultados obtenidos se establece lo siguiente que el grado de correlación es de nivel significativo entre las variables gestión estratégica y competitividad sostenible es alta, afirmando la relación fuerte entre ambas variables dentro del campo gráfico, por la cual se puede decir que es acertada la postura de Barreiros (2012) el cual determina la vital importancia del vínculo importante de estos dos factores para poder lograr la calidad empresarial y que una entidad gráfica deber tener. Así mismo está dicha relación de ambos elementos importantes esta respaldada por la teoría de la gestión estratégica que direcciona el camino adecuado para el cumplimiento de objetivos.

Con respecto a la hipótesis específica 1, existe la relación directa entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, determinando una correlación moderada entre ambas. De esta forma se coincide con Gonzales (2014), el cual determina que dicha relación entre ambas llevará al crecimiento empresarial, y el fuerte lazo es relevante para generar un desarrollo empresarial en el rubro gráfico, el cual consolidará elementos importantes para el conocimiento para el líder empresarial.

Con respecto a la hipótesis específica 2, se anuncia que la correlación entre la dimensión estrategia y la variable competitividad sostenible de las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016 es moderada. Evidenciando la postura de Guerrero y Velez (2013) que determina dicha relación va otorgar un valor agregado muy importante en el desarrollo de la toma de decisiones, la relevancia en el uso de ambos factores en el campo grafico está ligada fuertemente a la rentabilidad obtenida y posicionamiento en el mercado gráfico.

Con respecto a la hipótesis específica 3, se encuentran los resultados de la correlación una correlación moderada entre la política empresarial y competitividad sostenible de las empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, En tanto se establece el criterio de la postura de Toledo (2012) el cual precisa la importancia del vínculo entre ambas para el desarrollo primordial de lineamientos para sentar las bases en la organización, asimismo una política empresarial acertada traerá una competitividad sostenible aceptable, fortaleciendo la relevancia del uso de estas en una entidad gráfica.

V. Conclusiones

Primera: Se determinó la existencia de la relación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, según el coeficiente de correlación rho de Spearman el grado de asociación de las dos variables fue de 0.860. Por tanto se evidenció la relación relevante entre las variables que conforman parte estructural del objetivo general.

Segunda: Se determinó la existencia de la relación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016 es significativa según el coeficiente de correlación rho de Spearman el grado de asociación entre la dimensión y la variable fue de 0.594. Por lo tanto dicha relación determinará una adecuada gestión estratégica y posicionamiento en el rubro gráfico.

Tercera: Se determinó la existencia de la relación entre el estratega y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, según el coeficiente de correlación rho de Spearman el grado de asociación entre la dimensión y la variable fue de 0.531. Por lo tanto el vínculo entre ambas es relevante para el desarrollo de una importante gestión estratégica dentro de la dirección en una organización empresarial.

Cuarta: Se determinó la existencia de la relación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, según el coeficiente de correlación rho de Spearman el grado de asociación entre la dimensión y la variable fue de 0.499. Por lo tanto dicha relación va fortalecer las bases iniciales de la institución empresarial gráfica.

VI. Recomendaciones

Primera: Utilizar una buena gestión estratégica para elaborar procesos adecuados dentro de la producción gráfica, para así lograr la rentabilidad esperada y proseguir con el crecimiento empresarial. Además del fortalecimiento del conocimiento para adecuar decisiones.

Segunda: Elaborar la misión y visión de la empresa para direccionar a la institución y generar un plan para el cumplimiento de objetivos, el cual otorgará un nivel competitivo en el mercado grafico para el posicionamiento esperado.

Tercera: Realizar un proceso adecuado en la búsqueda y selección de colaboradores importantes en la institución, el cual va determinar la buena calidad de servicio en la producción gráfica así mismo la aceptación esperada en el mercado.

Cuarta: Fortalecer el trabajo de producción gráfica limpia, para así poder evitar riesgos de salud interna entre los colaboradores y al medio ambiente, para así valorar el recurso importante en la empresa grafica como también el cuidado al medio ambiente importante para la sociedad.

VII. Referencias bibliográficas

- Awwad, A. S., Al Khattab, A. A., & Anchor, J. R. (2013). Competitive priorities and competitive advantage in Jordanian manufacturing. *Journal of Service Science and Management*, 2013, 6, 69-79.
- Barandiarán, M., Calderón, D., Chavez, G. y Coello, A. (2012) *Plan estratégico del sector automotriz en el Perú-vehículos ligeros y comerciales* (tesis de maestría), Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Barreiros, A. (2012) *Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa kawa motors* (tesis de pregrado), Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Calvo, M. y Rojas C. (2013). *Networking: Uso práctico de las redes sociales*. Madrid, España: ESIC editorial.
- Cegarra, J. (2012). *Metodología de la investigación científica y tecnología*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- David, F. R. (2011) *Strategic Management*. New Jersey, USA: Pearson Education, Inc.
- Gonzales, J. (2014) *Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley n°28015 en el distrito de la Victoria- 2013* (tesis de pregrado), Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Guerrero, H. y Velez, W. (2013) *Propuesta de un modelo de gestión estratégica e indicadores para la mediana empresa de Guayaquil. Caso Omaconsa s.a.* (tesis de maestría), Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil, Ecuador.
- Hernández, R, Fernández, C y Baptista, M. (2010). *Metodología de la información*. México: McGraw-Hill.
- Instituto nacional de estadística e informática (2014) nota de prensa N°117-31 de julio. Recuperado de:
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-n-117-2014-inei.pdf>
- Meza, V. (2013) *La gestión estratégica de costos en la rentabilidad de las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012* (tesis de pregrado), Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado de:
<https://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf>

- Oakdene Hollins. (2013). *The role of Lean thinking in increasing resource efficiency in the UK food and drink supply chain*. Recuperado de http://www.oakdenehollins.com/media/270/11668_20131114RevisedLeansearchreport-DEFR01270FO0425_from_defra_website.pdf
- Omalaja, M.A and Eruola, O.A (2011) Strategic Management Theory: Concepts, Analysis and Critiques in Relation to Corporate Competitive Advantage from the Resource based Philosophy. *Economic analysis*, 44 (1-2). pp. 59-77.
- Quiroz, R (2003). *La Infracción al derecho de autor y el rol de Indecopi en su prevención* (tesis doctorado) Universidad mayor de san marcos, Lima. Perú. Recuperado de: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/Quiroz_P_R/Cap4.pdf
- Rustom, A. (2012). *Estadística descriptiva, probabilidad e inferencia una visión conceptual y aplicada*. Santiago de Chile, Chile.
- Scott, J. T. (2013) *The Sustainable Business*. Sheffield, Inglaterra: Greenleaf Publishing Limited.
- SolAbility Sustainable Intelligence. (2015). *The Global Sustainable Competitiveness Index*. Recuperado de <http://solability.com/wp-content/uploads/2015/12/The-Global-Sustainable-Competitiveness-Index-2015.pdf>
- Starik, M., & Kanashiro, P. (2013). Toward a theory of sustainability management: Uncovering and integrating the nearly obvious. *Organization & Environment*, 26(1), 7-30.
- Toledo, G. (2012) *Diseño de gestión estratégico para la imprenta: Aldebaran Impresos* (tesis de pregrado), Universidad Austral de Chile, Puerto Montt, Chile.
- Van den Steen, E. (2016) "Strategy and the Strategist: How It Matters Who Develops the Strategy." *Harvard Business School Working Paper*, No. 17-002.
- Vera, J. A. (2015). Mecanismo de producción más limpia: el reúso de aguas residuales en la actividad minera. *VOX JURIS*, 30 (2).
- Vijaywargia, T. (2012). *Business Policy and Strategic Management*. Jaipur, India: Biyani Shikshan Samiti.
- Wheelen, T. y Hunger D. (2012) *Strategic management and business policy : toward global sustainability*. New Jersey, Usa: Pearson Education, Inc.

Anexos

Anexo A: artículo científico

1. TÍTULO

Gestión estratégica y competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016

2. AUTOR

Braulio Venancio Cruz Sumarriva, bvcs78@hotmail.com y afiliación institucional: Senati.

3. RESUMEN

En ésta investigación trata de enfocar la problemática o falta de gestión como la utilización de herramientas para el desarrollo de procesos adecuados que traerían consigo un desarrollo sostenible en la producción operativa de manufacturación de productos en las empresas gráficas, por ello una de las alternativas correctas a seguir es la orientación capacitación a este sector que adolece de los proceso correctos en una entidad empresarial, el objetivo principal es buscar la relación directa de dos variables importantes que determinaran el camino para el cambio para un desarrollo relevante en su producción, fortalecer el conocimiento del proceso adecuado a seguir de manera coherente. La metodología usada es el hipotético deductivo, en cuanto a los resultados referidos a la correlación de las variables de la hipótesis principal que son las de gestión estratégica y competitividad sostenible mostraron un nivel alto aceptable, quedando las demás hipótesis de manera aceptable en los niveles de correlación, por ende traerá consigo como conclusión de dicha correlación entre ambas variables desarrollará la implicancia necesaria que se debe tener en cuenta para la búsqueda de procesos adecuados y sostenibles, de esta manera se podrá brindar la asesoría necesaria a los empresarios gráficos fortaleciendo el conocimiento adquirido en el desarrollo de producción adecuada sostenible.

4. PALABRAS CLAVE

Gestión, sostenibilidad, competitividad, conocimiento, desarrollo, producción.

5. ABSTRACT

This research tries to focus on the problem or lack of management as the use of tools for the development of suitable processes that would bring with it a sustainable development in the operational production of products manufacturing

in the graphic companies, therefore one of the correct alternatives to Following is the training orientation to this sector that suffers from the correct processes in a business entity, the main objective is to seek the direct relation of two important variables that determine the path for the change for a relevant development in its production, to strengthen the knowledge of the Process to follow consistently. The methodology used is the hypothetical deductive, in terms of the results related to the correlation of the variables of the main hypothesis that are those of strategic management and sustainable competitiveness showed a high level acceptable, remaining the other hypotheses in an acceptable way in the levels of Correlation, will therefore bring with it as a conclusion of this correlation between both variables will develop the necessary implication that must be taken into account for the search for adequate and sustainable processes, in this way can provide the necessary advice to graphic entrepreneurs by strengthening the knowledge acquired In the development of adequate sustainable production.

6. KEYWORDS

Management, sustainability, competitiveness, knowledge, development, production.

7. INTRODUCCIÓN

Gestión estratégica y competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016, determinante para el desarrollo integral en la generación de procesos adecuados de producción, importante para adecuar y establecer medidas de seguridad a los recursos relevantes en una entidad gráfica en búsqueda de mejoras y crecimiento empresarial. Cabe destacar que referida a la problemática la solución daría buenos resultados en la aplicación y fortalecimiento de estas dos variables para el inicio de una política correcta y de culturización en el uso adecuado de los recursos, los antecedentes determinaron una referencia importante en búsqueda del desarrollo adecuado de procesos, desde el uso coherente de herramientas para la mejoría de productividad y cuidado, la importancia de los teorías que suman un sustento verosímil para el incremento o adaptación de la información relevante que sumará un vital cambio para el mercado gráfico, tanto la gestión estratégica y competitividad sostenible en base de teorías utilizadas en la presente investigación conllevarán a obtener

resultados obtenidos propuestos inicialmente, el cual la teoría de gestión estratégica aporta la información necesaria que resalta la disciplina en la ejecución de procesos lo cual determinará competitividad y un posicionamiento en el mercado, en cuanto a la teoría de la sostenibilidad resalta mucho la importancia de los recursos en la entidad empresarial, con la finalidad de reducir los riesgos y mantener el cuidado ambiental para reducir el impacto que pueda generar a niveles estándares. La complejidad de la problemática repercute en la búsqueda de la solución y de poder concientizar a los empresarios del nivel empresarial en estudio y realizar el cambio esperado para lograr el objetivo.

En la redacción debe considerarse los elementos siguientes:

Tema del estudio (componente referencial de acuerdo a la línea de investigación), su importancia académica y práctica, el resumen de la literatura revisada y cita de los estudios previos más importantes, las carencias más importantes inconsistencias y / o controversias en la literatura que el presente estudio abordará, debe estar presente: el problema central de la investigación, los objetivos de la investigación, el contexto en que realizó el estudio, las unidades de análisis del estudio y brindar el testimonio de la solución al problema planteado, relevancia de la aportación original que hace el artículo debe indicar aportación económica, social, tecnológica y/ o científica que implica resolver el problema identificado.

8. METODOLOGÍA

Se procedió con el uso del método hipotético deductivo, estableciendo la observación conforme a la problemática existente en el rubro gráfico, prosiguiendo con la generación de hipótesis respectiva para desarrollar la explicación de dicho problema, seguido por la elaboración de consecuencias más elementales que la propia hipótesis, finalizando con la comprobación de la veracidad de los enunciados contrastándolos con la experiencia. El diseño utilizado fue el de no experimental puesto que no habría caso de modificar las variables de estudio.

Población: Estuvo conformada por los empresarios gráficos de Lima Metropolitana. La INEI (2014) afirma que: reportó que entre enero y marzo del

2014, en Lima Metropolitana, el número de empresas dedicadas a la impresión y servicios relacionados a la impresión, fue de 9 mil 904, mayor en 1,1%, respecto al mismo período del año anterior.

Muestra: según cálculo matemático 119

Muestreo: El muestreo del presente estudio es probabilístico aleatorio simple.

Unidades de análisis: Las unidades de análisis del presente estudio fueron los empresarios de las entidades gráficas de Lima Metropolitana.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

- Técnicas: La técnica que se realizó fue de la encuesta, para realizar la recogida de datos a través del cuestionario de preguntas, teniendo como instrumentos los cuestionarios.
- Instrumento: Para la presente investigación se utilizará el cuestionario de preguntas organizado sobre la base de los indicadores correspondiente, serán dos cuestionarios que incluirán la relación de 18 preguntas por cada cuestionario, elaboradas de la utilización de los indicadores que fueron encontrados de las dimensiones de cada variable, dichas preguntas fueron desarrolladas coherentemente conforme al contexto a evaluar.

En cuanto a la ficha técnica se tiene en cuenta lo siguiente:

Nombre original: Cuestionario de gestión estratégica

Autor: Braulio V. Cruz Sumarriva

Objetivo: tiene como finalidad diagnosticar a nivel individual el estado de conocimiento y cultura organizacional por parte de los empresarios gráficos en cuanto a los conceptos de Gestión estratégica.

Duración: Variable, 15 minutos

Aplicación: empresarios gráficos de Lima Metropolitana

Año: 2016

Composición: está conformada por 18 ítems.

Puntuación: Si=1, No= 0

Nombre original: Cuestionario de competitividad sostenible

Autor: Braulio V. Cruz Sumarriva

Objetivo: tiene como finalidad diagnosticar a nivel individual el estado de conocimiento y cultura organizacional por parte de los empresarios gráficos en cuanto a los conceptos de Competitividad sostenible.

Duración: Variable, 15 minutos

Aplicación: empresarios gráficos de Lima Metropolitana

Año: 2016

Composición: está conformada por 18 items.

Puntuación: Si=1, No= 0

Validez y confiabilidad

Validez

Realizada mediante el juicio de expertos teniendo en cuenta tres aspectos: pertinencia, relevancia y claridad.

Tabla 3:

Juicio de expertos

Experto	Valoración
Dra. Galia S. Lescano López	Aplicable
Dr. Noel Alcas Zapata	Aplicable

Confiabilidad

Para la confiabilidad se aplicó el estadístico de KR20 dado que ambos instrumentos han sido medidos con escala dicotómica.

Tabla 4:

Confiabilidad

Nº	Cuestionario	KR20	Nº de elementos
1	Cuestionario sobre Gestión estratégica	0,763	18
2	Cuestionario sobre competitividad sostenible	0,751	18

9. RESULTADOS

Acorde a los resultados, podemos observar que el análisis porcentual en cada variable, dimensión referida a la recopilación de datos obtenidos en la prueba de campo han sido los esperados, en cuanto a las aplicaciones frente a las hipótesis las correlaciones entre variables principales, dimensiones versus variables han obtenido niveles entre moderada y alta referida a las correlaciones.

10. DISCUSIÓN

Con respecto a la correlación de las variables principales en estudio las cuales son la gestión estratégica y la competitividad sostenible se determinó a un nivel significativo la correlación alta entre ambas con la ayuda del coeficiente de rho Spearman cuya lectura fue de 0.860, de igual forma en la correlación de los objetivos específicos, lo cual dichas lecturas nos indican a analizar que parte de la muestra encuestada tiene noción de llevar procesos adecuados con conocimiento obtenido al llevar estudios superiores el cual determinó una disciplina correcta en el grado de producción gráfica, de alguna forma la parte opuesta adolece de estudios técnicos o superiores, dicho conocimiento fue lograda por la experiencia en cuanto a labores operativas mas no en el desarrollo empresarial y los objetivos que se integran.

11. CONCLUSIONES

Luego de una exhaustiva aplicación del método científico con respecto a la problemática partiendo de lo inicial gracias a herramientas importantes y referencias que nos ayudó a poder integrar comprender y elaborar hipótesis para poder verificar así mismo la relevancia del objetivo principal de dicho estudio, se concluye que dicha correlación de las variables principales gestión estratégica y competitividad sostenible es la esperada según objetivo propuesto, lo que nos determina a ejecutar el proyecto de solución del problema existente, el poder colaborar en un cambio significativo a partir de uso de procesos adecuado en la formación empresarial, cuidado de los recursos, disminución del impacto ambiental, reconocimiento y posicionamiento en el mercado gráfico, política de uso coherente de capital fijo, uso de correcto de conceptos ligados a la

rentabilidad y producción limpia, crecimiento empresarial y mejora continua del sector grafico a nivel de media empresa y formar los pilares de una producción correcta y formal para fortalecer el crecimiento económico.

12. REFERENCIAS

Es de vital importancia las referencias utilizadas en dicha investigación para fortalecer incrementar el conocimiento en búsqueda de la solución y como herramienta importante en el desarrollo de la investigación. A continuación una parte de las referencias que integran este documento:

- Barandiarán, M., Calderón, D., Chavez, G. y Coello, A. (2012) *Plan estratégico del sector automotriz en el Perú-vehículos ligeros y comerciales* (tesis de maestría), Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Barreiros, A. (2012) *Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa kawa motors* (tesis de pregrado), Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- David, F. R. (2011) *Strategic Management*. New Jersey, USA: Pearson Education, Inc.
- Gonzales, J. (2014) *Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley n°28015 en el distrito de la Victoria- 2013* (tesis de pregrado), Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Guerrero, H. y Velez, W. (2013) *Propuesta de un modelo de gestión estratégica e indicadores para la mediana empresa de Guayaquil. Caso Omaconsa s.a.* (tesis de maestría), Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil, Ecuador.
- Meza, V. (2013) *La gestión estratégica de costos en la rentabilidad de las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012* (tesis de pregrado), Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Scott, J. T. (2013) *The Sustainable Business*. Sheffield, Inglaterra: Greenleaf Publishing Limited.

13. RECONOCIMIENTO

Importante valorar el empeño, actitud, deseo de la búsqueda de la solución de un problema de carácter serio, reconocer al autor por su afán de colaborar con la mejora en el rubro grafico a nivel empresarial, con la esperanza de que esta

investigación se sume a las tantas para fortalecer el crecimiento empresarial de una producción sostenible, la presente investigación fue financiada de manera propia.

Anexo B: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES				
<p>Problema General ¿Cuál es la relación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016?</p> <p>Problemas Específicos Problema específico 1: ¿Cuál es la relación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016?</p> <p>¿Cuál es la relación entre estrategia y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la política</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016</p> <p>Objetivos Específicos Objetivo específico 1: Determinar la relación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.</p> <p>Determinar la relación entre la estrategia y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.</p> <p>Determinar la relación entre la política empresarial la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.</p>	<p>Hipótesis General Existe la relación entre la gestión estratégica y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016</p> <p>Hipótesis Específicos Hipótesis específica 1: Existe la relación entre la ventaja competitiva y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.</p> <p>Existe la relación entre la estrategia y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016.</p> <p>Existe la relación entre la política empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de</p>	Variable 1: Gestión estratégica				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valor Nominal	Nivel y Rango
			Ventaja competitiva	<ul style="list-style-type: none"> • Competitividad • Capacidades internas • Formulación efectiva 	Del 1 al 6	Valor Nominal: Si No	Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
			Estratega	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias competitivas. • Modelos de predicción • Identificación de amenazas de negocio 	Del 7 al 12		Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
Política empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos establecidos. • Objetivos anuales. • Implementación de estrategias 	Del 13 al 18	Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6				
Variable 2: Competitividad sostenible							
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Nivel y Rango			

empresarial y la competitividad sostenible en empresas gráficas de Lima Metropolitana-2016?		Lima Metropolitana-2016.	pensamiento ligero (Lean Thinking)	<ul style="list-style-type: none"> • Lean manufacturing (fabricación ligera) • Eliminación de residuos. • Determinación y satisfacción de necesidades de cliente. 			Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
			Establecimiento de redes cooperación (Networking)	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación y búsqueda de oportunidades de mercado. • Proyecto de compra conjunta. • Combinación de la logística y operaciones. 	Del 19 al 24		Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
			Producción limpia (clean production)	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la rentabilidad. • aumento de la seguridad del trabajador y la reducción de los impactos ambientales negativos. • Elaboración de una línea de producción limpia. 	Del 25 al 30 Del 31 al 36		Bajo 0-2 Regular 3-4 Alta 5-6
						Valor Nominal: Si No	

METODOLOGÍA

Tipo de investigación: Descriptiva Correlacional

Diseño: no experimental

Método: hipotético deductivo

Alcance.

Población: Empresas gráficas de Lima Metropolitana

Muestra: 119 Empresas gráficas de Lima Metropolitana

Muestreo.

Anexo C: Instrumentos de recolección de datos

CONTENIDO	SI	NO
Variable 1 : Gestión Estratégica		
Dimensión 1: Ventaja competitiva		
1. ¿Cree usted que una buena gestión estratégica es adquirir maquinarias de impresión gráfica elaboradas a partir de año 2000?		
2. ¿Considera usted que tiene una ventaja competitiva frente a otras empresas gráficas por tener mayor cantidad de maquinarias de impresión?		
3. ¿Cree usted que su personal de colaboradores tienen capacidad interna para desarrollar productos de calidad?		
4. ¿Cree usted que el desarrollo de capacidad interna en su empresa le dará una ventaja competitiva en el mercado gráfico?		
5. ¿Considera usted que es importante un plan de formulación efectiva en su empresa?		
6. ¿El tener un plan de formulación efectiva hará que su empresa sea competitiva?		
Dimensión 2: Estrategia		
7. ¿Se considera usted un estratega dentro del rubro gráfico?		
8. ¿Usted ha aplicado la estrategia de tendencia competitiva en su empresa?		
9. ¿Ha ejecutado usted modelos de predicción en su empresa?		
10. ¿Cree usted que es importante desarrollar un modelo de predicción?		
11. ¿Ha desarrollado el plan de identificación de amenazas en su empresa?		
12. ¿Cree usted que es importante el poder identificar las amenazas en el mercado gráfico?		
Dimensión 3: Política empresarial		
13. ¿Para la política empresarial de su empresa usa procedimientos establecidos?		
14. ¿Cree usted que el uso de procedimientos establecidos traerá un control eficiente en su empresa?		
15. ¿Usted desarrolla objetivos anuales en su empresa?		
16. ¿Cree usted que realizar objetivos anuales será importante en la política de su empresa?		
17. ¿Cree usted que es importante desarrollar implementación de estrategias?		
18. ¿Usted ha aplicado la implementación de estrategias en su política empresarial ?		
Variable 2 : Competitividad sostenible	Si	No
Dimensión 1: Lean Thinking		
19. ¿El uso de lean manufacturing (producción sin desperdicios) es una herramienta importante para la empresa gráfica?		
20. ¿Usted desarrolla en su empresa el uso de Lean manufacturing (producción sin desperdicios)?		
21. ¿Cree usted que tener un plan de eliminación de residuos sería una actividad necesaria en las empresas gráficas?		
22. ¿Usted desarrolla un plan de eliminación de residuos en su empresa gráfica?		
23. ¿Piensa usted que determinar y conocer las necesidades del cliente es importante para la rentabilidad de la empresa?		
24. ¿Lleva usted el proceso de determinar y conocer las necesidades del cliente en su empresa gráfica?		
Dimensión 2: Establecimiento de redes cooperación (Networking)		
25. ¿Usted ha desarrollado la identificación y búsqueda de oportunidades de mercado en el rubro gráfico?		
26. ¿Piensa usted que la gestión de identificación y búsqueda de oportunidades de mercado fortalecerá el rubro gráfico?		
27. ¿Cree usted que el proyecto de compra conjunta puede ofrecer más rentabilidad en su empresa?		
28. ¿Cree usted que el desarrollo del proyecto de compra conjunta le daría un uso eficiente de los insumos de producción?		
29. ¿Cree usted que la combinación de logística y operaciones marcará una ventaja frente a sus competidores?		
30. ¿Desarrolla usted el uso de la combinación logística y operaciones en su empresa gráfica?		
Dimensión 3: Producción limpia (clean production)		
31. ¿Cree usted que el plan de mejorar la rentabilidad es importante en una producción limpia?		
32. ¿Usted cree que se puede mejorar la rentabilidad ejecutando la política de producción limpia?		
33. ¿Usted desarrolla la política de aumento de la seguridad del trabajador y la reducción de los impactos ambientales negativos?		
34. ¿Cree usted que es importante el aumento de la seguridad del trabajador y la reducción de los impactos ambientales negativos?		
35. ¿Su empresa desarrolla el concepto de elaboración de una línea de producción limpia?		
36. ¿Cree usted que es importante el plan de la línea de producción limpia para mejorar la rentabilidad?		

Anexo D: Formato de validación de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "GESTION ESTRATÉGICA"

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 Ventaja comparativa								
1	¿Cree usted que una buena gestión estratégica es adquirir maquinarias de impresión gráfica elaboradas a partir de año 2000?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que tiene una ventaja competitiva frente a otras empresas gráficas por tener mayor cantidad de maquinarias de impresión?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que su personal de colaboradores tiene capacidad interna para desarrollar productos de calidad?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que el desarrollo de capacidad interna en su empresa le dará una ventaja competitiva en el mercado gráfico?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que es importante un plan de formulación efectiva en su empresa?	✓		✓		✓		
6	¿El tener un plan de formulación efectiva hará que su empresa sea competitiva?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2 Estrategia								
7	¿Se considera usted un estratega dentro del rubro gráfico?	✓		✓		✓		
8	¿Usted ha aplicado la estrategia de tendencia competitiva en su empresa?	✓		✓		✓		
9	¿Ha ejecutado usted modelos de predicción en su empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Cree usted que es importante desarrollar un modelo de predicción?	✓		✓		✓		
11	¿Ha desarrollado el plan de identificación de amenazas en su empresa?	✓		✓		✓		
12	¿Cree usted que es importante el poder identificar las amenazas en el mercado gráfico?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3 Política empresarial								
13	¿Para la política empresarial de su empresa usa procedimientos establecidos?	✓		✓		✓		
14	¿Cree usted que el uso de procedimientos establecidos traerá un control eficiente en su empresa?	✓		✓		✓		
15	¿Usted desarrolla objetivos anuales en su empresa?	✓		✓		✓		
16	¿Cree usted que realizar objetivos anuales será importante en la política de su empresa?	✓		✓		✓		
17	¿Cree usted que es importante desarrollar implementación de estrategias?	✓		✓		✓		
18	¿Usted ha aplicado la implementación de estrategias en su política empresarial?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Aplicable.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/Mg: ... LASCANO López, Galia Susana ... DNI: 06451655

Especialidad del validador:

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

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

13 de Dec del 2016

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE"

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 Pensamiento ligero (Lean Thinking)								
1	¿El uso de lean manufacturing (producción sin desperdicios) es una herramienta importante para la empresa gráfica?	✓		✓		✓		
2	¿Usted desarrolla en su empresa el uso de Lean manufacturing (producción sin desperdicios)?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que tener un plan de eliminación de residuos sería una actividad necesaria en las empresas gráficas?	✓		✓		✓		
4	¿Usted desarrolle un plan de eliminación de residuos en su empresa gráfica?	✓		✓		✓		
5	¿Piensa usted que determinar y conocer las necesidades del cliente es importante para la rentabilidad de la empresa?	✓		✓		✓		
6	¿Lleva usted el proceso de determinar y conocer las necesidades del cliente en su empresa gráfica?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2 Establecimiento de redes cooperación (Networking)								
7	¿Usted ha desarrollado la identificación y búsqueda de oportunidades de mercado en el rubro gráfico?	✓		✓		✓		
8	¿Piensa usted que la gestión de identificación y búsqueda de oportunidades de mercado fortalecerá el rubro gráfico?	✓		✓		✓		
9	¿Cree usted que el proyecto de compra conjunta puede ofrecer más rentabilidad en su empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Cree usted que el desarrollo del proyecto de compra conjunta le daría un uso eficiente de los insumos de producción?	✓		✓		✓		
11	¿Cree usted que la combinación de logística y operaciones marcará una ventaja frente a sus competidores?	✓		✓		✓		
12	¿Desarrolla usted el uso de la combinación logística y operaciones en su empresa gráfica?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3 Producción Limpia (Clean production)								
13	¿Cree usted que el plan de mejorar la rentabilidad es importante en una producción limpia?	✓		✓		✓		
14	¿Usted cree que se puede mejorar la rentabilidad ejecutando la política de producción limpia?	✓		✓		✓		
15	¿Usted desarrolla la política de aumento de la seguridad del trabajador y la reducción de los impactos ambientales negativos?	✓		✓		✓		
16	¿Cree usted que es importante el aumento de la seguridad del trabajador y la reducción de los impactos ambientales negativos?	✓		✓		✓		
17	¿Su empresa desarrolla el concepto de elaboración de una línea de producción limpia?	✓		✓		✓		
18	¿Cree usted que es importante el plan de la línea de producción limpia para mejorar la rentabilidad?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Aplicable

Opinión de aplicabilidad:

 Aplicable

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador (Dr/Mg):

Ascando López Gallo Susana

DNI:

06951655

Especialidad del validador:

H. Gráfica
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

13 de *oct* del 20*16*

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "GESTION ESTRATÉGICA"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 Ventaja comparativa								
1	¿Cree usted que una buena gestión estratégica es adquirir maquinarias de impresión gráfica elaboradas a partir de año 2000?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que tiene una ventaja competitiva frente a otras empresas gráficas por tener mayor cantidad de maquinarias de impresión?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que su personal de colaboradores tiene capacidad interna para desarrollar productos de calidad?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que el desarrollo de capacidad interna en su empresa le dará una ventaja competitiva en el mercado gráfico?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que es importante un plan de formulación efectiva en su empresa?	✓		✓		✓		
6	¿El tener un plan de formulación efectiva hará que su empresa sea competitiva?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2 Estratega								
7	¿Se considera usted un estratega dentro del rubro gráfico?	✓		✓		✓		
8	¿Usted ha aplicado la estrategia de tendencia competitiva en su empresa?	✓		✓		✓		
9	¿Ha ejecutado usted modelos de predicción en su empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Cree usted que es importante desarrollar un modelo de predicción?	✓		✓		✓		
11	¿Ha desarrollado el plan de identificación de amenazas en su empresa?	✓		✓		✓		
12	¿Cree usted que es importante el poder identificar las amenazas en el mercado gráfico?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3 Política empresarial								
13	¿Para la política empresarial de su empresa usa procedimientos establecidos?	✓		✓		✓		
14	¿Cree usted que el uso de procedimientos establecidos traerá un control eficiente en su empresa?	✓		✓		✓		
15	¿Usted desarrolla objetivos anuales en su empresa?	✓		✓		✓		
16	¿Cree usted que realizar objetivos anuales será importante en la política de su empresa?	✓		✓		✓		
17	¿Cree usted que es importante desarrollar implementación de estrategias?	✓		✓		✓		
18	¿Usted ha aplicado la implementación de estrategias en su política empresarial?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: ALCAY ZAPATA NORZ DNI: 06167282

Especialidad del validador: Temático

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

13 de DIC del 2016

Firma del Experto Informante.

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE"

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1 Pensamiento ligero (Lean Thinking)								
1	¿El uso de lean manufacturing (producción sin desperdicios) es una herramienta importante para la empresa gráfica?	✓		✓		✓		
2	¿Usted desarrolla en su empresa el uso de Lean manufacturing (producción sin desperdicios)?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que tener un plan de eliminación de residuos sería una actividad necesaria en las empresas gráficas?	✓		✓		✓		
4	¿Usted desarrolla un plan de eliminación de residuos en su empresa gráfica?	✓		✓		✓		
5	¿Piensa usted que determinar y conocer las necesidades del cliente es importante para la rentabilidad de la empresa?	✓		✓		✓		
6	¿Lleva usted el proceso de determinar y conocer las necesidades del cliente en su empresa gráfica?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2 Establecimiento de redes cooperación (Networking)								
7	¿Usted ha desarrollado la identificación y búsqueda de oportunidades de mercado en el rubro gráfico?	✓		✓		✓		
8	¿Piensa usted que la gestión de identificación y búsqueda de oportunidades de mercado fortalecerá el rubro gráfico?	✓		✓		✓		
9	¿Cree usted que el proyecto de compra conjunta puede ofrecer más rentabilidad en su empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Cree usted que el desarrollo del proyecto de compra conjunta le daría un uso eficiente de los insumos de producción?	✓		✓		✓		
11	¿Cree usted que la combinación de logística y operaciones marcará una ventaja frente a sus competidores?	✓		✓		✓		
12	¿Desarrolla usted el uso de la combinación logística y operaciones en su empresa gráfica?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3 Producción limpia (Clean production)								
13	¿Cree usted que el plan de mejorar la rentabilidad es importante en una producción limpia?	✓		✓		✓		
14	¿Usted cree que se puede mejorar la rentabilidad ejecutando la política de producción limpia?	✓		✓		✓		
15	¿Usted desarrolla la política de aumento de la seguridad del trabajador y la reducción de los impactos ambientales negativos?	✓		✓		✓		
16	¿Cree usted que es importante el aumento de la seguridad del trabajador y la reducción de los impactos ambientales negativos?	✓		✓		✓		
17	¿Su empresa desarrolla el concepto de elaboración de una línea de producción limpia?	✓		✓		✓		
18	¿Cree usted que es importante el plan de la línea de producción limpia para mejorar la rentabilidad?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: ALCAY ZAPATA NOEL DNI: 06167282

Especialidad del validador: Temático

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

13 de DIC del 2016


Firma del Experto Informante.

Anexo E: Matriz de datos

Datos para la confiabilidad
Variable: Gestión estratégica

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18
1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1
2	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0
6	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0
7	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1
8	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1
9	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0
14	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0
15	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1

KR20=	0,763
-------	-------

Datos para la confiabilidad
Variable: Competitividad sostenible

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
3	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
7	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
8	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
13	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
14	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
15	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1

KR20= 0,751

Anexo G: Formato de consentimiento informado.

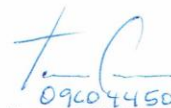
**CONSENTIMIENTO INFORMADO DE PARTICIPACIÓN EN LA
INVESTIGACIÓN MEDIANTE EL CUESTIONARIO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA
Y COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE**

El Sr.: Tony Cruz Sarmiento

Representante de: GEG Corporación EIRL, acepta participar de manera voluntaria, habiendo sido informado previamente de los objetivos, metodología y beneficios como también riesgos de la investigación. Para poder afrontar una solución a la problemática expuesta en el rubro gráfico.



Firma y DNI del investigador



Firma y DNI del participante