



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del
Perú SAC, San Juan de Lurigancho

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Leguía López, Yovana (ORCID: 0000-0003-2136-7621)

Torres Torres, Jaime (ORCID: 0000-0002-2579-1115)

ASESOR:

Mg. Romero Pacora, Jesús (ORCID: 0000-0002-4661-6228)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

Lima – Perú

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos, son los mejores padres. A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas. A nuestros padres, por su apoyo incondicional, que con su amor, dedicación y trabajo han llevado nuestros estudios hasta este punto, por eso les dedicamos este trabajo a ustedes, por su constante esfuerzo, por su dedicación hacia nosotros y su constante atención.

Índice	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
Índice tablas	v
Índice de figuras	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	14
2.1 Tipo y diseño de investigación	14
2.2 Operacionalización de las variables	14
2.3 Población, muestra y muestreo	16
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
2.5 Procedimiento	18
2.6 Método de análisis de datos	18
2.7 Aspectos éticos	19
III. RESULTADOS	20
3.1 Estadística descriptiva	21
3.2 Prueba de normalidad	29
3.3 Prueba de hipótesis	30
IV. DISCUSIÓN	35
V. CONCLUSIONES	39
VI. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	43
ANEXOS	49

Índice de tablas	Pág.
Tabla 1. Cuadro de Operacionalización de las variables	16
Tabla 2. Fiabilidad de la variable Gestión Estratégica	21
Tabla 3. Fiabilidad de la variable Competitividad	21
Tabla 4. Estadística descriptiva de la variable Gestión estratégica	22
Tabla 5. Estadística descriptiva de la dimensión formulación de estrategias	23
Tabla 6. Estadística descriptiva de la dimensión implementación de estrategias	24
Tabla 7. Estadística descriptiva de la dimensión evaluación de estrategias	25
Tabla 8. Estadística descriptiva de la variable Competitividad	26
Tabla 9. Estadística descriptiva de la variable eficacia	27
Tabla 10. Estadística descriptiva de la variable eficiencia	28
Tabla 11. Estadística descriptiva de la variable ventaja competitiva	29
Tabla 12. Prueba de la normalidad	30
Tabla 13. Tabla cruzada para la variable gestión estratégica y competitividad	31
Tabla 14. Tabla cruzada para la dimensión formulación de estrategias y la variable competitividad	32
Tabla 15. Tabla cruzada para la dimensión implementación de estrategias y la variable competitividad	33
Tabla 16. Tabla cruzada para la dimensión evaluación de estrategias y la variable competitividad	34

Índice de figuras	Pág.
Figura 1. Frecuencias de la variable gestión estratégica	22
Figura 2. Frecuencias de la dimensión formulación de estrategias	23
Figura 3. Frecuencias de la dimensión implementación de estrategias	24
Figura 4. Frecuencias de la dimensión evaluación de estrategias	25
Figura 5. Frecuencias de la variable competitividad	26
Figura 6. Frecuencias de la variable eficacia	27
Figura 7. Frecuencias de la variable eficiencia	28
Figura 8. Frecuencias de la variable ventaja competitiva	29

Resumen

La presente investigación, tuvo como propósito determinar la relación entre las variables gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho. En la parte metodológica se utilizó el diseño no experimental, de tipo aplicada y de nivel descriptivo correlacional, el Alfa de Cronbach para la variable de gestión estratégica fue de 0.901 y 0.908 para la variable de competitividad, el tamaño de la muestra censal fue de 50 colaboradores, el instrumento empleado fue el cuestionario, finalmente se llegó a la conclusión de que existe relación entre la gestión estratégica y competitividad con un valor de rho de Spearman 0.674. Asimismo, el nivel de significación fue de 0,000 por lo que se aceptó la hipótesis nula y rechazar la alterna por ello se reafirmó la correlación entre ambas variables. Para la primera hipótesis específica formulación de estrategias y la competitividad se afirmó que existe una correlación positiva débil al nivel de 0.481, así también para la segunda hipótesis específica implementación de estrategias y competitividad se afirmó que existe una correlación positiva media variables al nivel de 0.549, por último, para evaluación de estrategias y competitividad se afirmó que existe una correlación positiva débil al nivel de 0.497. Finalmente se concluyó que la gestión estratégica tiene relación positiva directa con la competitividad, por consiguiente, si se aplica una buena gestión estratégica, mayor será la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.

Palabras clave: Planeamiento estratégico, formulación de estrategias, implementación de estrategias, evaluación de estrategias, pequeña empresa.

Abstract

The purpose of this research was to determine the relationship between the variables strategic management and competitiveness of the Mechatronic Service of Peru SAC, San Juan de Lurigancho. In the methodological part the non-experimental design was applied, of applied type and of correlational descriptive level, the Cronbach Alpha for the strategic management variable was 0.901 and 0.908 for the competitiveness variable, the size of the census sample was 50 collaborators, the instrument used was the questionnaire, finally it was concluded that there is a relationship between strategic management and competitiveness with a value of Rho of Spearman 0.674. Likewise, the level of significance was 0.000, so the null hypothesis was accepted and the alternative was rejected, therefore the correlation between both variables was reaffirmed. For the first specific hypothesis, strategy formulation and competitiveness, it was stated that there is a weak positive correlation at the level of 0.481, as well as for the second specific hypothesis, implementation of strategies and competitiveness, it was stated that there is a positive correlation between variables at the level of 0.549, Finally, for evaluation of strategies and competitiveness, it was stated that there is a weak positive correlation at the level of 0.497. Finally, it was concluded that strategic management has a direct positive relationship with competitiveness, therefore, if good strategic management is applied, the competitiveness of the Mechatronic Service of Peru SAC, San Juan de Lurigancho, will be more competitive.

Keywords: Strategic planning, strategy formulation, strategy implementation, strategy evaluation, small business

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, la administración estratégica en las organizaciones empezó a tomar fuerza a partir de la década de los 70s; Barney y Mackey (2018) mencionaron que el campo de la gestión estratégica está poblado por varias teorías sobre como la competencia imperfecta puede llevar a que las empresas generen beneficios económicos. Angiola y Bianchi (2019) señalaron que la planificación estratégica se considera el proceso de aclarar la misión y visión, definir las principales metas y objetivos y desarrollar estrategias a largo plazo para hacer avanzar a una organización hacia el futuro de manera intencionada y garantizar un alto nivel de desempeño. Así mismo, Ferrer (2018) mencionó que la gestión estratégica implica un enfoque holístico. Además, también es un enfoque para el éxito empresarial, junto con adaptar el pensamiento estratégico de la alta dirección a un proceso. Dentro de los principales representantes de este enfoque esta Peter Drucker quien mencionó que la administración estratégica comprende la gestión de la empresa para poder cubrir el mercado en donde se quiere desarrollar, crecer y permanecer; De acuerdo a la planificación elaborada se tendría que dar en un futuro cercano (Drucker, 1980). Así también, de acuerdo a la publicación del World Economic Forum (2019), Perú ha perdido dos posiciones en el ranking global de competitividad, información contraria a la de años anteriores, ya que en la última década el país mostró dos tendencias opuestas, la registrada del año 2007 al 2012, en donde se evidenció ganancia de situación competitiva. También Brume et al. (2019) investigaron la conexión sobre gestión estratégica como agente catalizador de la competitividad en las pymes. Así mismo Rizan, Mohamad, et al. (2019) analizaron sobre la influencia de la orientación estratégica, organizacional capacidad de innovación y planificación estratégica del desempeño de la empresa. Así también, Byrd (2001) señaló que los estudios realizados por BCG, muestran que las empresas que responden dos veces más rápido a las demandas de los clientes crecen 5 veces el promedio de la industria con precios un 20% más altos.

Posteriormente concluyeron que las empresas deben adoptar una orientación y planificación estratégica en sus prácticas de negocios. Becerra y Gallardo (2015) mencionaron que el mapa del BID tuvo en cuenta ocho áreas de la empresa, planificación, producción, operaciones, aprovisionamiento, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información, cada área con indicadores de análisis que evaluó la competitividad haciendo un mapa por áreas. Woods (2019) señaló que el 91% de los CEO de organizaciones exitosas en los EE. UU creen que la planificación estratégica

jugó un papel transcendental en el triunfo de las organizaciones, donde más del 88% de los CEO consideraron que si reducen el énfasis actual de su compañía en la planificación estratégica dañará el que hacer de la empresa. Esmaili (2015) para lograr el propósito del estudio, se introdujeron las 5 P de la estrategia, a saber, la estrategia como plan, la táctica, el patrón, la posición y estrategia como perspectiva, y el ciclo de gestión estratégica que estaba compuesto por la planificación, ejecución y seguimiento de los desarrollos y avances.

Finalmente, se descubrió que, a pesar de recopilar y evaluar datos sobre factores internos y externos, la gestión estratégica puede ayudar a las organizaciones a obtener información sobre su propio estado actual. Hendrick (2003) señaló que el proceso de planificación puede mejorar el desempeño organizacional de manera directa e independiente de las estrategias que se desarrollaron, el acto de planificar y diseñar estrategias mejoró la comunicación, la coordinación, incluso si el propósito principal de la planificación de la estrategia es desarrollar nuevas estrategias de marketing o ventas. Spillan y Ziennowics (2003) analizaron que la mayoría de los negocios minoristas en Guatemala son pequeñas empresas con estrategias de mercado simples y acciones sin complicaciones que se implementan en respuesta a sus entornos específicos. Finalmente, casi todos los negocios entrevistados participaron en una variedad de funciones de planificación estratégica, pero las realizaron de una manera muy informal. Alshawabkeh, Z. A. E., Aldiabat, B. F., Al-Zubeidi, M., Nsour, B. H., Al-Shalabi, F., Al-Momani, R., y Al-Abbadi, L. (2019) mencionaron que la ventaja competitiva es un concepto que se ha utilizado para describir el desempeño de una empresa en comparación con la competencia en el mercado, dicha ventaja se basa en la diferencia entre diferentes organizaciones que les permite competir y permite generar más valor para sus clientes. De igual forma, López, E. López, G. Agudelo, S. (2019) señalaron que la estrategia competitiva puede definirse como la fórmula que implementa una empresa para alcanzar un rendimiento superior al de sus competidores. Por otro lado, Alaña, T. Crespo, M. Gonzaga. S (2018) señalaron que, en la micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) a nivel mundial representan cerca del 90% del total de las empresas, sin embargo; en América Latina generan cerca del 70% del empleo y constituyen el 99% de la totalidad de las empresas, siendo una fuente significativa de generación de empleo.

A nivel nacional, de acuerdo al diario Gestión (2019) menciona que “solo el 37% de empresas está satisfecho con la implementación de su plan estratégico”, más del 50% de las empresas en Perú formulan o diseñan su plan estratégico sin ayuda externa y en la mayoría de ocasiones, estas se plantean a desarrollarse en un periodo de 3 a 5 años. Así mismo, según

un estudio del Real Time Management gran porcentaje de las empresas llega a ejecutar su planeamiento estratégico, pero solo el 37% se encuentra satisfecho con su implementación. Lo cual se debe a que existen razones que dificultan obtener excelentes resultados al momento de plasmar las estrategias; uno de las dificultades que llega afectar el progreso de las estrategias es el mismo trabajo del día a día, seguido por la falta de personal calificado para ejecutar las estrategias planteadas. Así también, para ser competitivos un mercado globalizado, actualmente se requiere de muchos más aspectos diferenciadores para sobresalir sobre el resto de organizaciones.

las empresas pueden crear una ventaja competitiva a través de la adquisición de mejores y nuevas tecnologías, con innovación, de esa manera enfrentar a los constantes cambios de su entorno. La innovación se podrá ver reflejada con un nuevo producto, proceso o método comercial. (Porter, 2015). Dentro de este contexto, todas las organizaciones tanto pequeñas como grandes deberían procurar tener el panorama empresarial clara, desarrollando una gestión estratégica y a través de ello tener capacidad competitiva en el mercado. La mayoría de empresas que sostiene la economía en el Perú son las medianas y pequeñas empresas, sin embargo, este tipo de organizaciones no suelen tener una planificación a largo plazo, con frecuencia no tienen claro que estrategias implementar para seguir ascendiendo en el mundo empresarial. Según una entrevista realizada a Daniel Vargas, country manager de GRI en el Perú por el diario Gestión (2018), mencionó que con la aparición de muchas medianas y pequeñas empresas en las últimas décadas que hoy en día imperan en la economía nacional, sufren muchos problemas en su gestión que les impide abarcar nichos de mercado.

Después, manifestó que Gloval Reporting Initiative (GRI), decidió poner en marcha una estrategia, la cual consistió en que las grandes empresas presionaran a sus proveedores, que en su mayoría son pymes, a elaborar reportes de sostenibilidad, de esta manera las grandes empresas se aseguraban que estas pymes cumplan con ciertos requisitos y estándares que conllevan a aportar mejor ventaja competitiva para este tipo de organizaciones (p. s/n). En síntesis, la gestión estratégica que vienen realizando las medianas y pequeñas empresas peruanas es casi nulo y están siendo impulsadas a crecer en su gestión por empresas grandes a través de requisitos solicitados. Cabe indicar que los dueños o gerentes de las medianas y pequeñas empresas piensan erróneamente que un plan estratégico es complicado y que tiene costos elevados, por lo cual en muchos casos no priorizan el establecer dichas estrategias, sin embargo, estas decisiones pueden resultar ser contraproducentes a largo plazo, ya que no tendrán personal capacitado ni se adaptarán al cambio que hoy en día el mercado lo exige.

A nivel organizacional, la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, actualmente forma parte de las pequeñas empresas, viene funcionando 9 años en el mercado en el rubro de mantenimiento y reparación de equipos montacargas, sus principales clientes son Nestlé, Química suiza, Ransa, Komatsu, Decor center y Gildemeister, etc. En cuanto a los servicios brindados por la empresa, destaca en primer lugar el mantenimiento preventivo y correctivo, así como también el alquiler de maquinaria y venta de repuestos nacional y de importación. Una de las principales formas de comunicación con el cliente es vía telefónica y por correo, a través del cual se envía las cotizaciones, una vez aceptada la oferta, empieza todo el proceso de planificación y coordinación del trabajo a realizar. La empresa ha tenido un crecimiento favorable en los últimos años, además ha conseguido clientes de gran envergadura que exigen que la organización mejore en diversos aspectos.

Partiendo de lo ante mencionado, la organización aún presenta deficiencias en el establecimiento de una gestión estratégica que pueda implementar estrategias y herramientas de dirección y control del personal administrativo y operativo, por lo cual la empresa se ha visto afectada por el mal servicio ofrecido a sus clientes, el cual según el anexo 7.1 muestra 41 observaciones en los primeros meses del presente año, estos inconvenientes ya se habían visto reflejado periodos previos, por lo cual algunos clientes decidieron optar por otras opciones según detalla el anexo 7.2, así también no se cuenta con una misión, visión y objetivos ni metas a cumplir, por lo cual no existe un plan de crecimiento continuo y seguimiento a las ventas, situación que se muestra en el anexo 7.3 en donde se puede visualizar el poco crecimiento en facturación anual. El objetivo de esta investigación es buscar la correspondencia que existe entre la gestión estratégica y la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC.

Con respecto a los trabajos previos Ríos (2017), describió que los antecedentes como la revisión de trabajos del tema que fueron investigados anteriormente, la cual tiene que estar debidamente validado, por otra parte, Tamayo (2003) refirió que los antecedentes conforman una recapitulación conceptual de trabajos o investigaciones realizados, es la indagación y narración del problema que se está examinando en referencia a trabajos ya estudiados. A nivel internacional, se referenció a los investigadores Mora, Vera y Melgarejo (2015). El artículo expuesto “*Planeamiento Estratégico y Niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá*”, estableció como finalidad principal analizar la concordancia que existió entre ambas variables, por otro lado, para el marco teórico de la primera variable planeación estratégica tomaron a Sallenave (2002). “Gerencia y planeación estratégica”

como autor principal y para la segunda variable competitividad mencionaron al teórico Solleiro (2005).

Sistemas de competitividad e innovación: los desafíos para la inserción de México en el contexto global, como autor transcendental. Los investigadores tuvieron una población de 358 compañías, para obtener la muestra realizaron la técnica de muestreo probabilístico, como resultado se obtuvieron 209 empresas. Los escritores emplearon una estructura metodológica donde se observó y se analizó los datos obtenidos en el proceso de la investigación, por último llegaron a la afirmación de que existió concordancia entre las variables mencionadas en el título de la tesis, además se realizó un análisis no paramétrico, empleando el coeficiente de correlación de rho de Spearman con un puntaje de 0.526 lo cual confirmó una relación positiva considerable, además hallaron una significación de 0.000, por lo cual rechazaron la h_1 y aceptaron la h_0 . Aporte: La tesis planteada ofreció ayuda porque mencionó las metodologías que también son planteadas en la investigación de la tesis, así mismo planteó preguntas para recabar información que luego se procesan mediante un software para detallar cada resultado, por último, el autor concluye que las variables planteadas tienen una relación significativa.

Brume (2019) El artículo titulado: Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. El autor planteó como propósito principal determinar la correlación de ambas variables de investigación. Por otra parte, para la ejecución de su marco teórico se sustentó en el teórico Prieto (2011) titulada: Gestión estratégica organizacional: guía práctica para el diagnóstico empresarial, como autor cardinal para la variable gestión estratégica y Norton y Kaplan (2009). “Cuadro de Mando Integral. Grupo Planeta” para la segunda variable. Por otro lado, el autor planteó un estudio de enfoque cuantitativo de diseño no experimental, la población fue constituida de 48 personas de 8 empresas distintas las cuales fueron encuestadas. Para finalizar el tesista concluyó mencionando que las variables de estudio se relacionan efectivamente, ello se afirmó mediante el Alfa de Cronbach.

La publicación planteada sirvió de ayuda porque el autor menciona la muestra como las pymes, la cual coincide con el trabajo que se realiza en este proyecto de tesis, por otro lado, la metodología de la investigación del autor, coincide con el trabajo se está desarrollando, ello posteriormente también servirá para la discusión del caso.

A nivel nacional se tomó como referencia a Gonzáles (2017) Tesis titulada *Gestión estratégica empresarial y competitividad de personal del colegio data system's ingenieros.*

Para optar el grado académico de maestro en administración, universidad Ricardo Palma. Planteó como finalidad comprobar el nivel de vínculo que existió entre ambas variables descritas inicialmente. En cuanto a la teoría tomada para la variable gestión estratégica el tesista opta por Thompson (2012). “Administración Estratégica. Teoría y casos” como autor inicial y para la variable competitividad menciona a Mathews (2009). “Competitividad: el significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las MYPES” como autor principal. En el apartado de la metodología realizó un estudio sin manipular las variables, el enfoque fue cuantitativo, en el tipo de estudio se verificó si las variables se relacionan entre ambas. En cuanto a la población se concordaron de 69 docentes, el material fue aprobado mediante expertos calificados, la cual sirvió para evaluar las variables mediante cuestionarios de 40 preguntas. El resultado demostró que las variables y la dimensiones relacionas tienen un nivel alto. El autor concluyó mencionado que las variables de estudio se relacionaron de grado intensa positiva mediante la prueba de Rho de Spearman ($r=0,824$) con un nivel bilateral de ($p=0,000$), lo cual permitió al tesista aceptar la hipótesis que se planteó.

El aporte de la tesis mencionada fue de mucha ayuda al importe de investigación, la correspondencia que cuenta las dos variables de la tesis, consiguientemente implementar una buena base realizando la gestión estratégica permitirá a los profesionales tener mayor y mejor competitividad. Por otro lado, el aporte brinda la metodología empleada e instrumentos para recolectar información.

Así mismo, se tomó como referencia a Loayza (2018) tesis titulada “*La gestión estratégica y su relación con la competitividad en la mypes del rubro de restaurante, distrito San Miguel, 2018*”. Para conseguir el título profesional de graduado en administración, universidad Cesar Vallejo, donde se planteó como objetivo primordial establecer la correlación de la variable uno y variable dos, por otro lado, para el marco teórico señaló a D’Alesio (2015) “Planificación estratégica. Perú-Lima” como autor principal para la variable gestión estratégica y para la variable competitividad citó como autor eje a Porter (2014) “Introducción a la teoría general de la administración”. En cuanto a la metodología el tesista realizó una exploración hipotético deductivo, de diseño no experimental, de tipo aplicada, además la muestra estuvo conformado de 258 mypes, donde se recopiló información a través del método de la encuesta, también el análisis de la encuesta fue mediante el software SPSS V24, llegó a concluir que las variables del estudio si guardaron relación, mediante Rho de Spearman de ($r=0.909$), ello alcanzó una correlación positiva muy

alta, por ultimo obtuvo una significancia de ($p=000$), lo que lo llevó a aceptar la hipótesis alterna. En efecto se estimó la existencia de ambas variables del autor mencionado.

La tesis aportó a esta investigación brindando información valiosa, en primer lugar, por las variables que son semejantes, asimismo detalló el método de investigación, las cuales se describen en la tesis expuesta, por último, los datos estadísticos servirán como aporte para afirmar la hipótesis, que demuestra la relación entre uno y el otro variable de estudio.

Castañeda (2017) Tesis titulada: *Planificación Estratégica y Competitividad en el área gestión de rutas empresa de valores Prosegur Surco*, investigación para optar el título de licenciado en administración de la universidad Cesar Vallejo. El autor planteó como objetivo comprobar la correspondencia entre las variables, por otro lado, para el marco teórico en la variable planificación estratégico señaló a Hernández y Pulido (2011). “Fundamentos de la Gestión Empresarial” como autor inicial, también mencionó a Hill, Jones, & Schilling (2015). “Administración Estratégica”, para la segunda variable competitividad. En la estructura metodológica presentó un estudio descriptivo, una investigación donde no se manipularon las variables. La muestra estuvo conformada por 36 trabajadores, al no superar una población de cien se realizó un censo. Para culminar el autor llegó a determinar que las dos variables se relacionen de manera directa positiva moderada mediante el coeficiente de correlación de Pearson con una puntuación de ($r=0.586$) y con una significancia de ($\text{Sig.}=0,011$), por lo cual se rechazó la hipótesis nula para aceptar la alterna, confirmando la relación entre las variables.

La investigación aportó información en cuanto a la estadística, ya que servirán para la discusión de los resultados, la cual se obtendrán a medida que la investigación avance, además la tesis del autor contiene la metodología que se empleará en progreso de la teoría.

Muriel (2017). Investigación expuesta “Estrategia empresarial y competitividad de las agencias de aduana en el distrito de Tacna, 2016-2017.” Investigación para obtener el título profesional de licenciado en administración de negocios internacionales, casa universitaria privada de Tacna. Tuvo como finalidad principal comprobar la correlación que existió entre las variables. Para el marco teórico describió a Kotler (1984) “Marketing Essentials”, como autor importante para la primera variable, sumado a esto para la otra variable citó a Porter (2009) “La ventaja competitiva de las naciones”. La indagación fue de tipo básica, diseño no experimental, por otra parte, se empleó instrumentos estuvo conformando de 24 interrogantes, la cual fue rellenada de manera anónima por los directivos de las diferentes agencias de aduanas, para obtener los datos fue el formulario. La hipótesis general fue la

afirmación de la relación de las variables que se estudiaron, donde se encontró la coexistencia de la concordancia significativa entre uno y otro variable, lo cual da entender que, mientras se implemente un plan estratégico en las organizaciones mayor será la competitividad en la realización de las gestiones en cada agencia aduanera.

La hipótesis general fue la afirmación de la relación de las variables que se estudiaron con un valor de 0.880 con la estadística chi cuadrado, con una significancia de 0.000, lo cual afirma que se encontró la concordancia significativa entre uno y otro variable.

La tesis planteada por el autor, brindó soporte en cuanto a las variables que serán estudiados, así mismo sirve para comparar los problemas que se suscitaron en la empresa, la cual es similar a la tesis que se ejecutará, por otro lado, los métodos de estudio descrito se asemejan en la elaboración de la investigación. Por último, según el autor los problemas que se suscitan se encuentran en la parte administrativa.

Para las teorías relacionadas al tema, Bavaresco (2006) indicó que las bases teóricas constan de una serie de conceptos de referentes teóricos que expliquen y sustente el problema trazado en la investigación. Seguidamente Arias (2012), afirmó que las teorías relacionadas al tema involucran identificar y recopilar información que sea importante, la cual permita desarrollar y exponer el problema que se planteó en la tesis. El sustento bibliográfico para el proceso del presente proyecto de tesis respecto a la gestión estratégica se define como una serie de actividades organizadas que se tienen que realizar para alcanzar la visión de la empresa, mediante la construcción de estrategias; las cuales guiaran a la organización hacia el logro de objetivos (D'Alessio, 2008). Las dimensiones para este autor son: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias. Dimensión 1: Formulación de estrategias; es el primer paso de la gestión estratégica que hace referencia el autor, dentro de esta dimensión están comprendidas una serie de pasos a seguir para elaborar una planeación que toda organización debe implementar.

El establecimiento de la misión, visión, valores, objetivos estratégicos y objetivos específicos permitirán que la empresa genere una mayor competitividad frente al resto de competidores. Los indicadores para esta dimensión son: misión, visión, análisis, objetivos y valores. Dimensión 2: Implementación de estrategias, es el segundo elemento encargado de coordinar y dirigir las actividades previamente establecidas en el planeamiento, en esta dimensión cuenta con seis pasos críticos a seguir, dentro del cual se pueden mencionar a las estrategias internas y externas que permitirán el alcance de los objetivos corto plazo, así mismo es importante tener una buena estructura organización, políticas, recursos y

motivación que ayuden a llegar a una situación futura deseada y cumplir con los objetivos trazados. Los indicadores para esta dimensión son: estrategias, políticas, recursos, procedimiento y resultados. Dimensión 3: Evaluación de las estrategias, el último elemento estará encargado de evaluar si la planeación, coordinación y dirección, si se realizaron de una forma eficiente, ya que de ello depende tener un constante monitoreo y corrección de las situaciones que no estén saliendo de la mejor forma y poder corregirlas en su debido momento, para conseguir logros y objetivos a medida que pase el tiempo.

El aporte que brindó el autor, es que, para tener una gestión estratégica eficiente, debemos alinearlos a seguir ciertos pasos, las cuales parten desde tener una planificación clara y realista de lo que quiere y aspira la organización con una visión a futuro, seguido de dirigir y coordinar todas las actividades ya establecidas previamente. Los indicadores para esta dimensión son: evaluación del desempeño, técnicas, auditoría, retroalimentación y metas. Por último, se tiene que estar monitoreando cada uno de los procesos desde un inicio y poder generar las correcciones que se requiera en el momento, realizando una retroalimentación constante que ayude a cumplir los objetivos en un determinado tiempo. El autor Serna (2008) mencionó que la dirección estratégica permite a que los agentes que toman las decisiones de la organización obtengan, procesen y analicen la información oportuna, a nivel global empresarial, con el fin de examinar la situación de la organización y a su vez medir el nivel de competitividad, para luego plantear mejorarlas dentro de la institución.

El autor mencionó ciertos pasos a seguir para desarrollar una planeación estratégica de manera óptima, en primer lugar, se tiene que elaborar la formulación estratégica en el cual se tiene que definir las estrategias y objetivos a ejecutar dentro de un plazo determinado, así como también la definición de los responsables y las acciones concretas a ejecutarse. En segundo lugar, para que una organización se desarrolle y pueda llegar a obtener una rentabilidad deseada, debe tener muy en claro su público objetivo y el ámbito en el cual se está desarrollando, además de tener bien definido los principios corporativos, misión, visión, objetivos globales y objetivo estratégicos. Finalmente, se tiene que realizar un diagnóstico estratégico en el cual se evaluará la situación de la empresa, a través de herramientas de medición y control, de este modo se identificarán las falencias y fortalezas de la organización, así como su cultura corporativa y en análisis de sus competidores. En escritor David (2013) describió la gestión estratégica como el proceso de formulación, implementación y evaluación de tácticas que permitan a que una empresa pueda redirigir las estrategias con el fin de lograr sus metas. De acuerdo a esta tesis la gestión estratégica apunta

a la integración de las diversas áreas que componen a una empresa, tales como: el marketing, finanzas, administración, contabilidad, operaciones y los sistemas de información para llegar a ser una empresa exitosa.

El argumentista mencionó que la administración estratégica cuenta con tres pasos a implementar, el primer paso es la formulación de estrategias, en donde se identificarán las causas internas y externas que intermedian en la organización, la misión y la visión, los objetivos según los plazos establecidos, así como también se definirán las actividades a aplicar. Como segundo paso se encuentra la implementación de estrategias, es aquí en donde se pone en marcha las estrategias establecidas en lo anterior mencionado, también se crean las políticas y los objetivos anuales. Este es uno de los puntos más complejos en cumplir, ya que implica la acción tanto de los directivos como empleados en. Como último paso a seguir, se encuentra la evaluación de estrategias como parte final de la gestión estratégica. En este paso se tiene que empezar a medir todo lo ejecutado, revisar los elementos externos e internos que pudieron afectar el progreso de lo planeado y poder medir el desempeño del personal, así también de identificar los errores cometidos y se podrá realizar las gestiones correctivas que permitirá alcanzar los objetivos diseñados en un inicio.

La gestión estratégica como direccionamiento de las pequeñas y medianas empresas están dirigidas principalmente por las autoridades de mayor jerarquía, son estos los que dirigen la organización, por lo que los aportes que puedan existir de parte de los colaboradores con mayor experiencia no son tomados en cuenta o son minimizados, en muchas ocasiones las estructuras de este tipo de empresas son muy rígidas y autoritarias. Aguilera, A (2019). La gestión del conocimiento desde el direccionamiento estratégico de las medianas empresas del sector industria y comercio en Santiago de Cali – Colombia, 15(1), 20. Así mismo con respecto a la variable se ha determinado artículos científicos que completan la presente investigación que se detallan en los anexos 11, 12, 13, 14. Para la variable competitividad Baz y Rubio (2007) refieren que en las organizaciones les permite ser exitosas en el rubro en el cual se desenvuelvan, es por ello que las empresas siempre se encuentran en la búsqueda de reducir sus costos y elevar la calidad de sus productos o servicios, de este modo poder sobresalir frente al resto , a partir de ello las empresas pueden empezar a buscar nuevos horizontes para el negocio en el cual se encuentren desarrollando sus actividades.

Las dimensiones para este autor son: eficiencia, eficacia y ventaja competitiva. Las dimensiones de esta variable son: eficiencia, eficacia y ventaja competitiva. Dimensión 1: Eficiencia empresarial; La empresa es eficiente cuando alcanza las metas y objetivos

planteados, al utilizar los recursos disponibles de una manera óptima y siguiendo estándares de calidad que agreguen valor agregado al producto final. Los indicadores para esta dimensión son: productividad, satisfacción, costos, cumplimiento y destreza. Dimensión 2: Eficacia empresarial; La eficacia se entiende como la consecución de objetivos y metas de la empresa a como dé lugar, además puede ser medida en la obtención de metas logradas, es decir que lo que se propone la empresa tiene que ser alcanzable. Los indicadores para esta dimensión son: tecnología, personal, actitud, tiempo y calidad. Dimensión 3: ventaja competitiva; La ventaja competitiva es netamente el valor agregado que ofrece la organización frente a sus competidores, y que no es tan fácil de ser copiado. El constante entorno cambiante en el cual están inmersas las organizaciones, hace que las siempre se encuentren a la expectativa de que poder mejorar para poder captar más clientes y generar mayor rentabilidad.

Hernández y Rodríguez (2011) indicaron que actualmente las empresas se desarrollan en un entorno altamente cambiante, en el cual para poder sobresalir unas entre otras, deben adoptar ciertas estrategias y acciones a poner en marcha. Lo que las organizaciones tienden a buscar es tratar de aminorar costos en sus procesos, sin descuidar la calidad de sus mercancías, bienes o servicios. Los indicadores para esta dimensión son: precios, innovación, servicio, producto y estrategia. Sin embargo, en la realidad, es común que, por tratar de generar ahorros a la organización, se descuida la calidad del producto final, lo cual se ve irradiado en la pérdida de compradores que optan por buscar nuevas opciones de compra. El aporte que nos brindó el autor, es que para ser una organización competitiva en las actividades comerciales en el cual se desarrolle la organización, se debe tratar de reducir los costos de producción y/o servicios sin descuidar la calidad. De este modo, las empresas podrán seguir abriéndose camino hacia su desarrollo, llegando a generar ventajas competitivas frente al resto de organizaciones. La eficiencia y eficacia que implementen las organizaciones en sus procesos, y la correcta utilización de recursos, harán que la administración y la gerencia de una empresa generen una mayor productividad en los servicios y productos ofertados.

El autor mencionó ciertos factores que serán claves para que la organización llegue a efectuar un nivel de competitividad óptimo, en primer lugar, se debe priorizar el utilizar los recursos imprescindibles para poner a efecto los productos o servicios, sin generar mayores mermas que aminoren la rentabilidad deseada. Por otro lado, también mencionó que se deben de dar las condiciones para poder alcanzar los objetivos en breve plazo; es así que con la suma de todo lo antes mencionado, la organización debe alcanzar un nivel de efectividad superior a

la de sus competidores directos. Para Prokopenko (1989) la competitividad tiene que ver con la concordancia que hay entre la cantidad de productos finales a través de un procedimiento de elaboración y los recursos manipulados. Es así que la competitividad se determina como el uso adecuado de los recursos que cuenta la organización. El aporte que nos brindó el autor, refiere a que la competitividad guarda relación entre los recursos que se utilizan y el tiempo de realización de un bien o servicio ofertado.

Un incremento de producción debería implicar el uso racional de los insumos o recursos a utilizar, ya que ser competitivos comprende lograr los objetivos de manera efectiva. Para llegar a ser competitivos en el mercado, es necesario que los que dirigen las organizaciones opten por planear y ejecutar estrategias claras y medibles que ayuden a alcanzar objetivos trazados desde un inicio, también es importante identificar los puntos fuertes de cada organización y potenciarlos. Quero, L (2008). Estrategias competitivas: factor clave del desarrollo. 10(4), 47. Así también, referente a la variable se ha determinado artículos científicos que completan la presente investigación que se detallan en los anexos 15, 16, 17, 18. Con respecto al problema, Ñaupas, *et al.* (2014) indicaron que el problema en la investigación es una incógnita que el autor se plantea frente a un problema la cual constituye el inicio del proceso de la investigación, el problema hallado impulsa al tesista a indagar sobre el tema para luego explicar los hechos o procesos de una realidad que se observaron en el ambiente.

Por otro lado, Vara, (2015) describió el problema de investigación como el punto central y esencia de la investigación, representa una dificultad o carencia que se encuentra en el tema a indagar, posteriormente para dar una solución a ello. El proyecto de investigación planteó como problema principal ¿Qué relación existe entre la gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho? Como primera dificultad específico ¿Qué relación existe entre la formulación de las estrategias y competitividad de dicha empresa? Consiguientemente para el problema específico dos ¿Qué relación existe entre la implementación de las estrategias y competitividad de la misma empresa?, por último ¿Qué relación existe entre la evaluación de las estrategias y la competitividad de la empresa?

Respecto a este punto, Hurtado (2012) relató la justificación de una investigación como un conjunto de razones argumentativas por las cuales se realizó la investigación, en ella, el autor de la tesis establece juicios razonables y el interés que persigue a realizar dicho trabajo. Así mismo, la justificación de estudio sobre el cual se sustenta el proyecto de investigación

desde el punto de vista teórico, precisa revalidar si las dimensiones del autor D'Alessio que se adecua a la realidad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, de igual importancia, la justificación metodológica ayudó a realizar el herramienta de medición de las variables de gestión estratégica y competitividad, las cuales servirán como referencia a futuras investigaciones con similar problemática.

Así también, se tiene como justificación práctica la información relevante a través del contraste de teorías, la cual ayudó a la compañía conocer la problemática que existe sobre la gestión estratégica y competitividad, finalmente, la justificación social brindó los lineamientos para optimizar los procesos en la gestión estratégica y la competitividad en la empresa, por ende alcanzar un mejor desarrollo organizacional, de este modo incentivar a las futuras empresas a implementar una gestión estratégica y ser competitivos. El presente proyecto de investigación se planteó como hipótesis general: la concordancia que existió entre la gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho. Además, se planteó como hipótesis específica: la concordancia que existe entre la formulación de las estrategias y la competitividad, de la misma forma, se propondrá relacionar la implementación de las estrategias y la competitividad, finalmente, se planteó relacionar la evaluación de las estrategias y la competitividad.

Con referente a la hipótesis Bernal (2010) expresó la hipótesis de investigación como la afirmación tentativa y anticipada del problema que el autor plantea, con el desarrollo de la tesis el escritor comprobará si dicha suposición inicial se afirma o se rechaza. El reciente trabajo de investigación estableció como objetivo principal: determinar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad de la organización Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho. Además, para el primer objetivo específico se propuso determinar la correlación entre la formulación de las estrategias y la competitividad, el segundo determinar si existe relación entre la implementación de las estrategias y la competitividad y finalmente el tercero determinar si existe relación entre la evaluación de las estrategias y la competitividad.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

Según los autores Hernández, et al. (2014), las investigaciones de diseño no experimental, son aquellas en donde el grado de manipulación no se da, se centra básicamente en la observación de cada variable. Asimismo, Iglesias (2015) la investigación es no experimental cuando no el investigador no tiene influencia o manipulación en las variables de estudio (p.96)

Fundado en este concepto, la vigente indagación fue de diseño no experimental por tanto las variables de estudio gestión estratégica y competitividad, no se manipularon, solo se visualizó el progreso natural de las actividades. Se obtuvo datos de un solo periodo, por último, el diseño de estudio fue describir y establecer el grado de correspondencia entre las variables mencionadas.

De igual importancia para los autores. Hernández, et al. (2014). Este estudio fue de corte transversal, ya que solo se recolectaron datos de un solo momento. El objetivo principal fue puntualizar las variables y estudiar sus incidencias y relación en un periodo de tiempo preciso

Tipo:

La investigación de tipo aplicada refiere a emplear los progresos y resultados de una investigación básica para que sean aprovechados en la concepción del bienestar social. Así mismo se ejecutaron los conocimientos que se adquieren de la investigación pura, en orden de tratar de resolver los problemas prácticos, tecnológicos y empíricos. (Muñoz, 2011).

Enfoque:

Gómez (2006). Para el autor el enfoque cuantitativo requiere la obtención de datos numéricos, la cuales sirven para analizar, manifestar y confrontar información obtenida, además busca demostrar y responder hipótesis y preguntas que se plantean en la tesis. Partiendo de esta premisa, el presente proyecto de tesis refiere un método cuantitativo, debido a que la información se obtuvo mediante la encuesta, las cuales serán respondidas por los participantes.

2.2 Operacionalización de las variables

Variable

Hernández *et al.* (2014) menciona que la variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse (p.105).

El presente proyecto de investigación lleva las siguientes variables:

V1. Gestión estratégica

V2. Competitividad

Definición conceptual

Variable 1: Gestión estratégica

D'Alessio (2015) define la gestión estratégica como una serie de actividades organizadas que se tienen que realizar para alcanzar la visión de la empresa, mediante la construcción de estrategias; las cuales guiarán a la organización hacia el logro de objetivos de largo plazo (p. 38).

Variable 2: Competitividad

Baz y Rubio (2007) menciona que la competitividad en las organizaciones les permite ser exitosas [...] es por ello que las empresas perennemente se encuentran en la indagación de cómo reducir sus costos y elevar la calidad de sus productos o servicios, de este modo ser una empresa superior frente al resto (p. 5).

Operacionalización

Bernal (2010) indica que operacionalizar una variable significa traducir la variable a dimensiones e indicadores, es decir, traducir los conceptos hipotéticos a unidades de medición (p.140).

Tabla 1.

Cuadro de operacionalización de variables gestión estratégica y competitividad

variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Número de ítems	Escala de medición
Gestión estratégica	D'Alessio (2015) describió que la gestión estratégica es una serie de actividades organizadas que se tienen que realizar para alcanzar la visión de la empresa, mediante la construcción de estrategias; las cuales guiarán a la organización hacia el logro de objetivos de largo plazo.	De acuerdo a la variable gestión estratégica, ello será evaluado mediante las dimensiones de formulación, implementación y evaluación de estrategias, del cual se tomará los indicadores para construir el cuestionario.	Formulación de estrategias	Misión	1,2	Ordinal Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
				Visión	3,4	
				Análisis	5,6	
				Objetivos	7,8	
				Valores	9,10	
			Implementación de estrategias	Estrategias	11,12	
				Políticas	13,14	
				Recursos	15,16	
				Procedimiento resultados	17,18 19,20	
				Evaluación de estrategias	Evaluación del desempeño técnicas auditoria	
23,24						
25,26						
Retroalimentación metas	27,28 29,30					
Competitividad	La competitividad en las organizaciones les permite ser exitosas en el rubro en el cual se desenvuelvan, es por ello que las empresas siempre se encuentran en la búsqueda de reducir sus costos y elevar su calidad de su producto y/o servicio, de este modo poder obtener una ventaja competitiva frente al resto de sus competidores, a partir de ello las empresas pueden empezar a buscar nuevos horizontes para el negocio en el cual se encuentren desarrollando sus actividades. (Según Baz y Rubio, 2007).	De acuerdo a la variable competitividad, ello será evaluado mediante las dimensiones eficiencia, eficacia y ventaja competitiva, del cual se tomará los indicadores para construir el cuestionario.	Eficacia		Productividad	1,2
				Satisfacción	3,4	
				Costos	5,6	
				Cumplimiento	7,8	
				Destreza	9,10	
			Eficiencia	Tecnología	11,12	
				Personal	13,14	
				Actitud	15,16	
				Tiempo	17,18	
				Calidad	19,20	
Ventaja competitiva	Precios	21,22				
	Innovación	23,24				
	Servicios	25,26				
	Producto	27,28				
	estrategia	29,30				

2.3 Población, muestra y muestreo

Para Arias (2012), la población hace referencia a la elección de muestra, para lo cual debe contener criterios determinados. Para reforzar lo dicho por el escritor, Según Iglesias (2015) la población es el conjunto de individuos a quienes está dirigido el problema de investigación (p.111).

En la investigación, la población es considerada como el total del conjunto de personas, objetos, cosas, hasta documentos, quienes presentan peculiaridades habituales. En la tesis planteada la población de estudio no supera a más de cien, por lo tanto, la cantidad de población y La muestra estará formada por 50 trabajadores que están conformadas por el área de gestión administrativa y operativa de la empresa Mechatronic, quienes serán parte del estudio.

Muestra

Hernández et al (2014) explicaron que la muestra es un subconjunto extraído del total población por el cual se muestra interés, además debe mostrar representatividad para que una investigación se desarrolle. Asimismo, Valderrama (2015) la muestra es un conjunto representativo, dado que refleja escrupulosamente las particularidades de la población cuando se aplica la técnica adecuada de muestreo de la cual procede.

En el desarrollo de esta investigación no se contó con una muestra, ya que se tomó en consideración a la totalidad de la población.

Censo

Arias (2012) describió que el censo refiere conseguir información correspondiente al total de una población.

En la investigación dispuesta se realizó un estudio a todo el conjunto de la población ya que el número de colaboradores no supero a más de cien, por lo cual se ejecutó un censo, respetando los criterios de inclusión y exclusión.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

De tal modo el autor Ríos (2017). Describió la técnica como una herramienta, la cual permite obtener información que posteriormente será analizada, procesada y descrita, para ello es importante determinar un instrumento.

El metodólogo Bautista (2009). Explicó que la herramienta de medición es un medio que permite recolectar información acerca de las peculiaridades, testimonios, opiniones, entre otros datos, de la población que se va estudiar. La técnica empleada en esta investigación será la encuesta.

Por otro lado, la escritora Baena (2017). Manifestó la encuesta como un instrumento que se aplica al grupo de estudio, con el fin de obtener información.

En la tesis se realizará un formato con una serie de preguntas que posteriormente serán entregadas a los participantes, con el fin de obtener datos.

Para el autor Niño (2011) el cuestionario es una serie de interrogantes que se realizan de manera secuencial, para luego ser expuestas a los participantes, de modo que tienen la opción de responder de maneras escrita y oral, además mencionó que el cuestionario es una herramienta que se usa con mayor frecuencia.

El recurso que se manejó para la recopilación de datos en la tesis planteada fue el cuestionario, que permitirá adquirir datos a través de contestaciones que brindaron los colaboradores de la empresa Mechatronic, en base a las preguntas que fueron elaboradas. El cuestionario estuvo conformado de 40 ítems, donde 20 es de la primera variable y lo restante es de la segunda variable.

Validez

El metodólogo describió la validez como una herramienta que busca medir la variable o las variables que en específico se quiere medir, la cual tienen que ser de manera fidedigna y adecuada. (Niño, 2011)

En el presente estudio la validez fue aprobada mediante 3 temáticos, quienes son profesores de la casa universitaria, así mismo son conocedores ampliamente del tema, dicha validez permitirá posteriormente aplicarlas, según se muestra en el anexo 4

Confiabilidad

Para los metodólogos Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2013). La confiabilidad consistió en que un instrumento es íntegro ya que al momento de ser evaluada los resultados no varían en gran medida, aun cuando fueran realizadas por las diferentes personas y en diferentes momentos.

En el presente proyecto de tesis para medir la confiabilidad del instrumento se apoyó en las estadísticas de coeficiente de fiabilidad, a medida que el resultado se aproxime al valor máximo, será mejor y aceptable.

2.4 Procedimiento

Respecto al procedimiento para la presente investigación se realizó la identificación de las variables, que en este caso son la gestión estratégica y la competitividad, asimismo de la realidad problemática como base, para ello se utilizaron los antecedentes que cuenten con el mismo protocolo, así como las mismas variables, el cual mantengan la misma línea de

investigación, es por ello que para la elaboración del marco teórico se procedió a identificar tres autores para cada variable, para ello se determinó a un autor principal para cada una de ellas, el cual brindó información acerca de las dimensiones planteadas, seguido a ello se plantea el problema general y los problemas específicos, para identificar si existe vínculo en dichas variables, para luego mencionar el tipo de estudio descriptivo correlacional de corte transversal, de esta manera señalar la población, para establecer la muestra y así poder utilizar los instrumentos de validación tanto externas como internas, ello permitirá a la presente investigación obtener resultados estadísticos mediante el programa SPSS 23 , el cual logrará que se pueda realizar una discusión con los antecedentes utilizados, para después hallar una conclusión y aportar las recomendaciones correspondientes.

2.5 Método de análisis de datos

Para el procesamiento y estudio de información de la tesis se empleó un software que ayudará a conseguir datos a través de los gráficos y tablas estadísticos, de la misma forma se utilizó dos tipos de análisis, en primer lugar, la estadística descriptiva y por último la estadística inferencial.

Estadística descriptiva

Para los escritores Alan & Cortez (2018) la estadística descriptiva es una manera de estudiar, señalar y narrar conjunto de datos obtenidos de la población de estudio, estos datos fueron representados mediante tablas, cuadros, gráficas y barras estadísticos, la cual permite describir las peculiaridades y conductas del conjunto de población.

En la tesis presentada, se usó el programa Statistical Package for the Social Sciences, quien arrojó datos estadísticos, las cuales fueron interpretadas de acuerdo a los resultados obtenidos.

Estadística inferencial

Alan & Cortez (2018) indicaron que la estadística inferencial se encarga de examinar, estudiar e interpretar los datos numéricos, en cuanto a la relación de las variables de estudio, permite realizar pronósticos de la hipótesis teniendo información mediante estadísticas.

En el presente proyecto de tesis se utilizó estadígrafos estadísticos como la medida lineal, prueba de suposición, entre otros que permitió demostrar si la supuesta hipótesis se acepta o de lo contrario se rechaza, la cual brindó información para contrastar las suposiciones que se hicieron a inicios del proyecto.

Criterios de inclusión

Todos los usuarios que laboren en el área administrativa

Criterios de exclusión

Personal técnico mecánico y vigilancia.

2.7 Aspectos éticos

En la vigente tesis se respetó los criterios de originalidad y honestidad, ya que la investigación se abordó sostenidas en autores quienes brindaron información relevante, la cual se desarrolló respetando la propiedad intelectual de cada uno de ellos, empleando la norma APA. Por otro lado, para el desarrollo de la tesis se obtuvo el consentimiento de la empresa Mechatronic, quienes brindaron información necesaria para llevar a cabo esta investigación, además esta tesis se realizó bajo criterios de integridad y de manera honesta.

III. RESULTADOS

Confiabilidad

Para el autor Carrasco (2006) la confiabilidad es el instrumento de medición el cual permite obtener los mismos resultados al ejecutarse una o varias veces a la misma pers de personas en diversos periodos de tiempo.

El instrumento de la investigación se evaluó con el Alfa de Cronbach, de este modo poder analizar la confiabilidad de los ítems del cuestionario. Para poder aplicar el cuestionario, el resultado debe ser igual o mayor a 0.70 para obtener un mejor resultado.

Tabla 2.

Fiabilidad de la variable gestión estratégica

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	50	100,0	,901	30
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	50	100,0		

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

Los datos procesados en el SPSS se validaron el 100% y se logró obtener a través del test alfa de Cronbach el valor de 0,901 de fiabilidad para el instrumento de la variable gestión estratégica, realizada a 50 colaboradores de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC; concluyendo de acuerdo a la tabla de fiabilidad en el nivel de muy bueno.

Tabla 3.

Fiabilidad de la variable competitividad

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	50	100,0	,908	30
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	50	100,0		

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

Los datos procesados en el SPSS se validaron el 100% y se logró obtener a través del test alfa de Cronbach el valor de 0,908 de fiabilidad para el instrumento de la variable

competitividad, realizada a 50 empleados de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC; concluyendo de acuerdo a la tabla de fiabilidad en el nivel de muy bueno.

3.1 Estadística descriptiva

Tabla 4.

Estadística descriptiva de la variable gestión estratégica

		Gestión Estratégica			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	16	32,0	32,0	32,0
	Regular	22	44,0	44,0	76,0
	Optimo	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

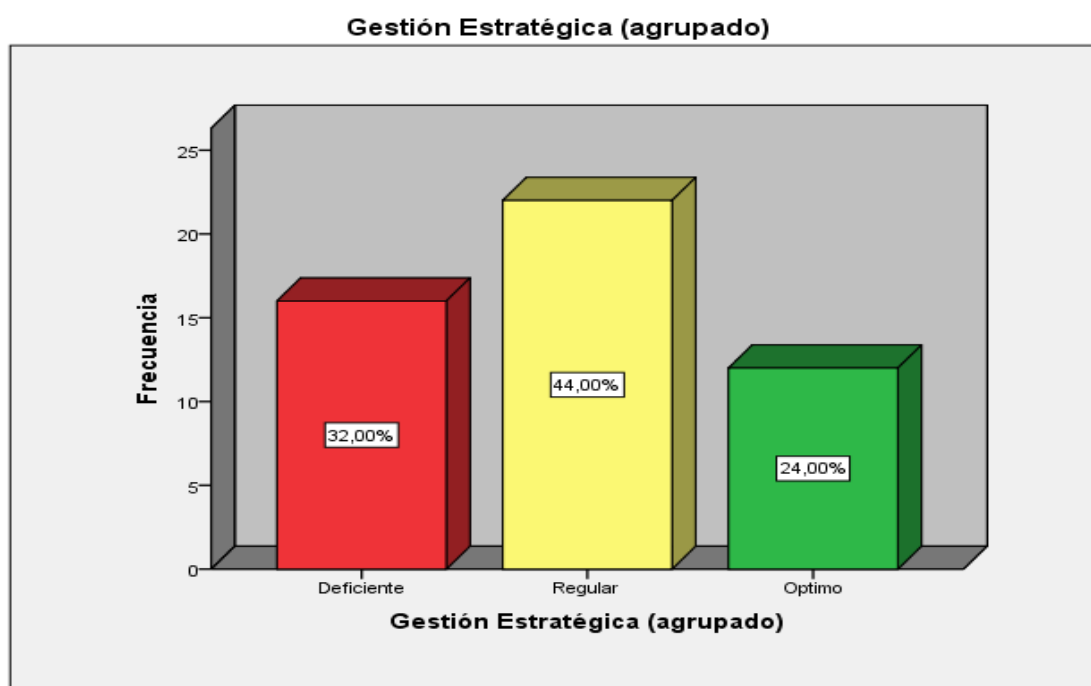


Figura 1. *Frecuencias de la variable gestión estratégica*

De acuerdo a la tabla 4 y la figura 1, del 100% de los participantes el 24% considera que es óptimo la gestión estratégica de la empresa, también el 32% de los encuestados afirma que es deficiente la gestión estratégica. La decisión a tomar con el 32% de los trabajadores que consideran que la gestión estratégica es deficiente, para lo cual se deberá capacitar e informar sobre las estrategias que la organización emplee.

Tabla 5.

Estadística descriptiva de la dimensión formulación de estrategias

Formulación de estrategias					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	23	46,0	46,0	46,0
	Regular	14	28,0	28,0	74,0
	Óptimo	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

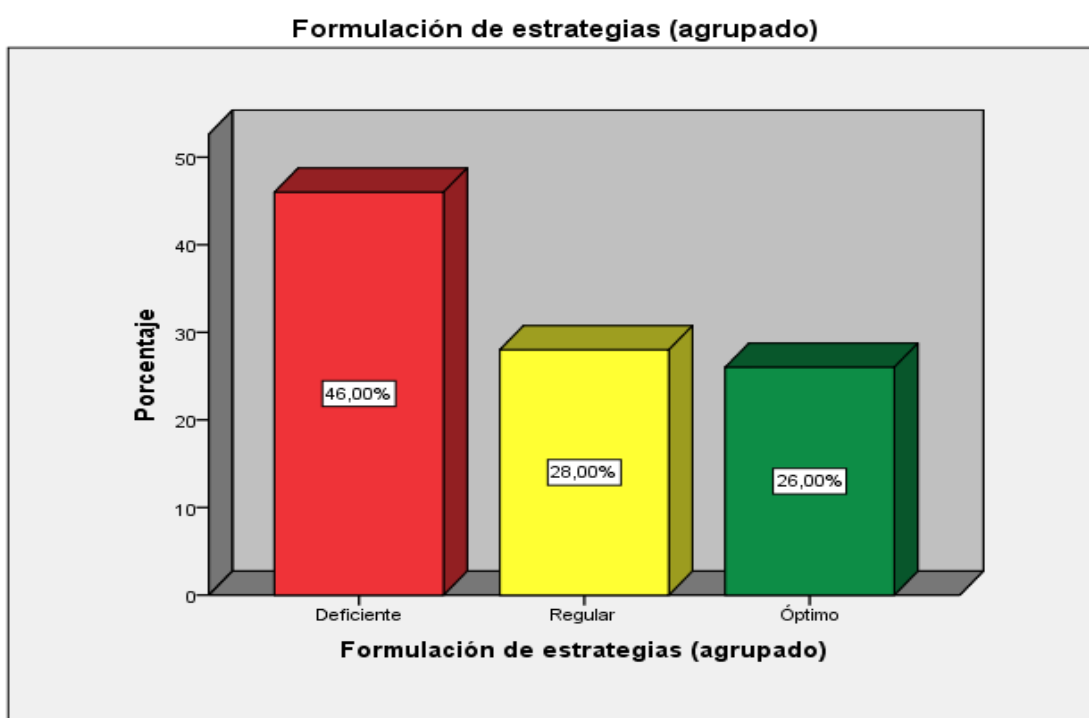


Figura 2. *Frecuencias de la dimensión formulación de estrategias*

De acuerdo a la tabla 5 y la figura 1, del 100% de los participantes el 26% considera que es óptimo la formulación de estrategias de la empresa, también el 46% de los encuestados afirma que es deficiente la formulación de estrategias. La decisión a tomar con el 46% de los empleados que consideran que la formulación de estrategias es deficiente se le debería capacitar e informar sobre los beneficios que debería producir la formulación de estrategias en la organización.

Tabla 6.

Estadística descriptiva de la dimensión implementación de estrategias

Implementación de estrategias (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	13	26,0	26,0	26,0
	Regular	19	38,0	38,0	64,0
	Óptimo	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

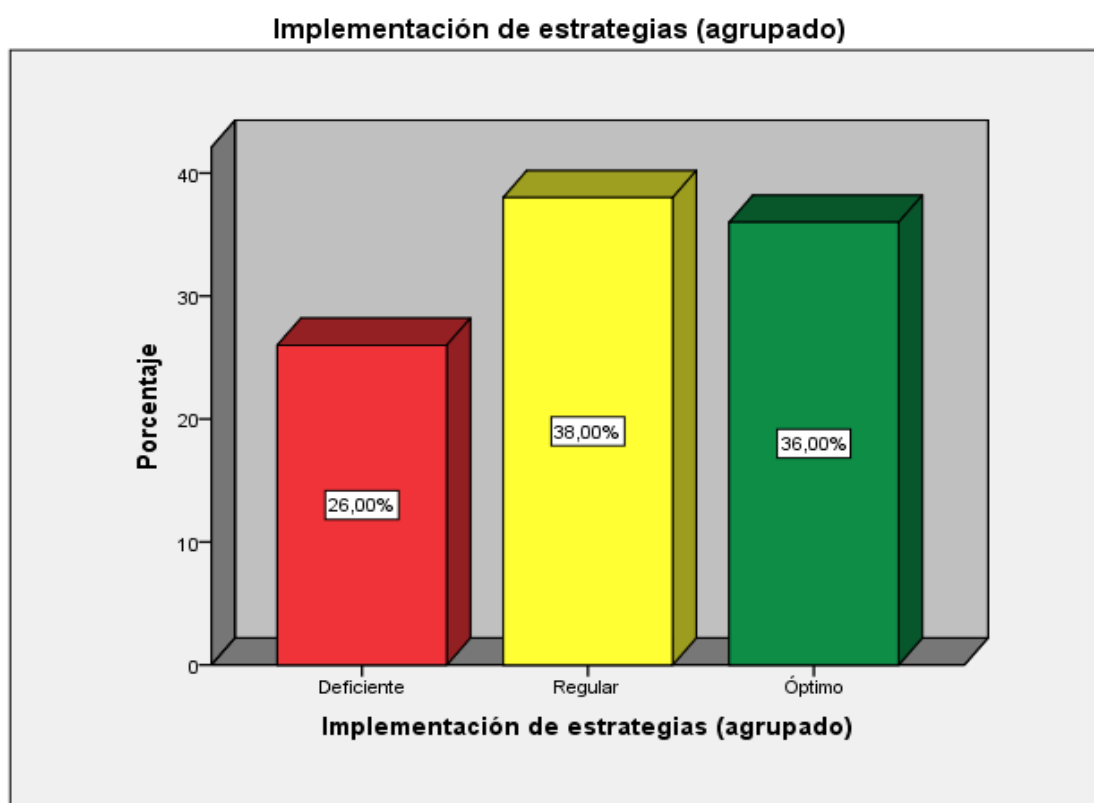


Figura 3. *Frecuencias de la dimensión implementación de estrategias*

De acuerdo a la tabla 6 y la figura 1, del 100% de los participantes el 36% considera que es óptimo la implementación de estrategias de la empresa, también el 26% de los encuestados afirma que es deficiente la implementación de estrategias. La decisión a tomar con el 26% de los empleados que consideran que la implementación de estrategias es deficiente se le debería capacitar e informar sobre los beneficios que debería producir la implementación de estrategias en la organización.

Tabla 7.

Estadística descriptiva de la dimensión evaluación de estrategias

Evaluación de estrategias					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	10	20,0	20,0	20,0
	Regular	34	68,0	68,0	88,0
	Óptimo	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

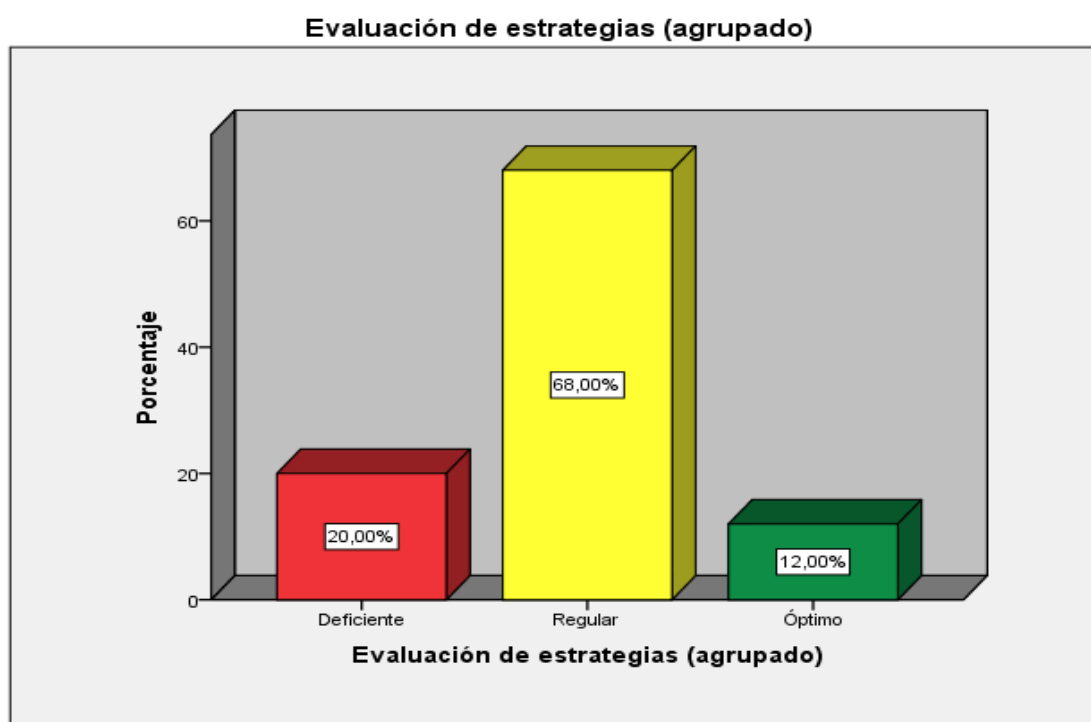


Figura 4. *Frecuencias de la dimensión evaluación de estrategias*

De acuerdo a la tabla 7 y la figura 1, del 100% de los participantes el 12% considera que es óptimo la evaluación de estrategias de la empresa, también el 20% de los encuestados afirma que es deficiente la evaluación de estrategias. La decisión a tomar con el 20% de los empleados que consideran que la evaluación de estrategias es deficiente se le debería capacitar e informar sobre los beneficios que debería producir la evaluación de estrategias en la organización.

Tabla 8.

Estadística descriptiva de la variable competitividad

Competitividad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	26	52,0	52,0	52,0
	Regular	13	26,0	26,0	78,0
	Optimo	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

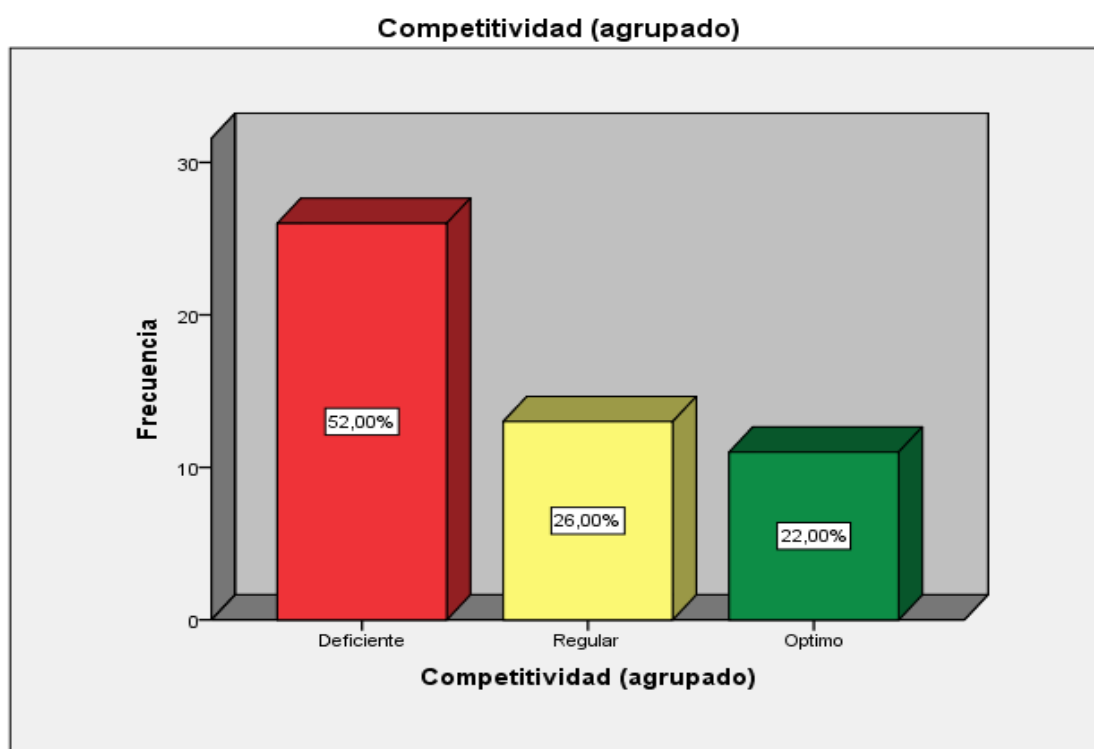


Figura 5. *Frecuencias de la variable competitividad*

De acuerdo a la tabla 8 y la figura 1, del 100% de los participantes el 22% considera que es óptimo la competitividad de la empresa, también el 52% de los encuestados afirma que es deficiente la competitividad. La decisión a tomar con el 52% de los empleados que consideran que la competitividad es deficiente se le debería capacitar e informar sobre los beneficios de ser competitivos frente a los competidores.

Tabla 9.

Estadística descriptiva de la dimensión eficacia

		Eficacia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	16	32,0	32,0	32,0
	Regular	20	40,0	40,0	72,0
	Óptimo	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

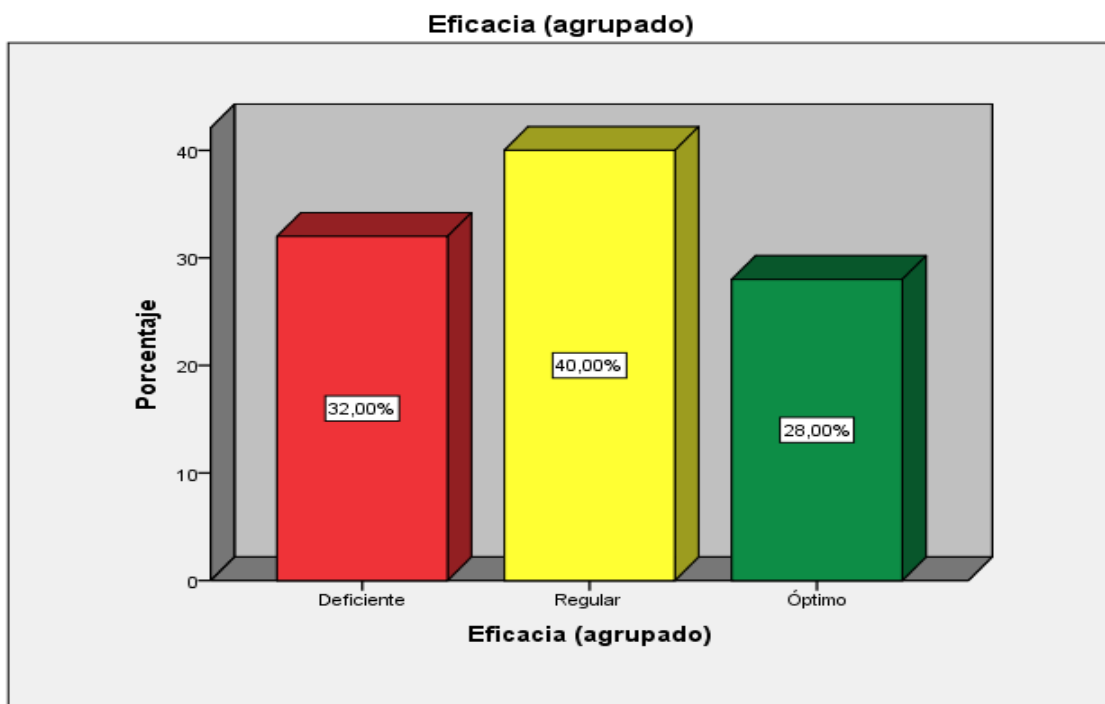


Figura 6. *Frecuencias de la dimensión eficacia*

De acuerdo a la tabla 9 y la figura 1, del 100% de los participantes el 28% considera que es óptimo la eficacia de la empresa, también el 32% de los encuestados afirma que es deficiente la eficacia. La decisión a tomar con el 32% de los empleados que consideran que la eficacia es deficiente se le debería capacitar e informar sobre los beneficios de ser eficaces frente a los competidores.

Tabla 10.

Estadística descriptiva de la dimensión eficiencia

		Eficiencia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	30	60,0	60,0	60,0
	Regular	14	28,0	28,0	88,0
	Óptimo	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

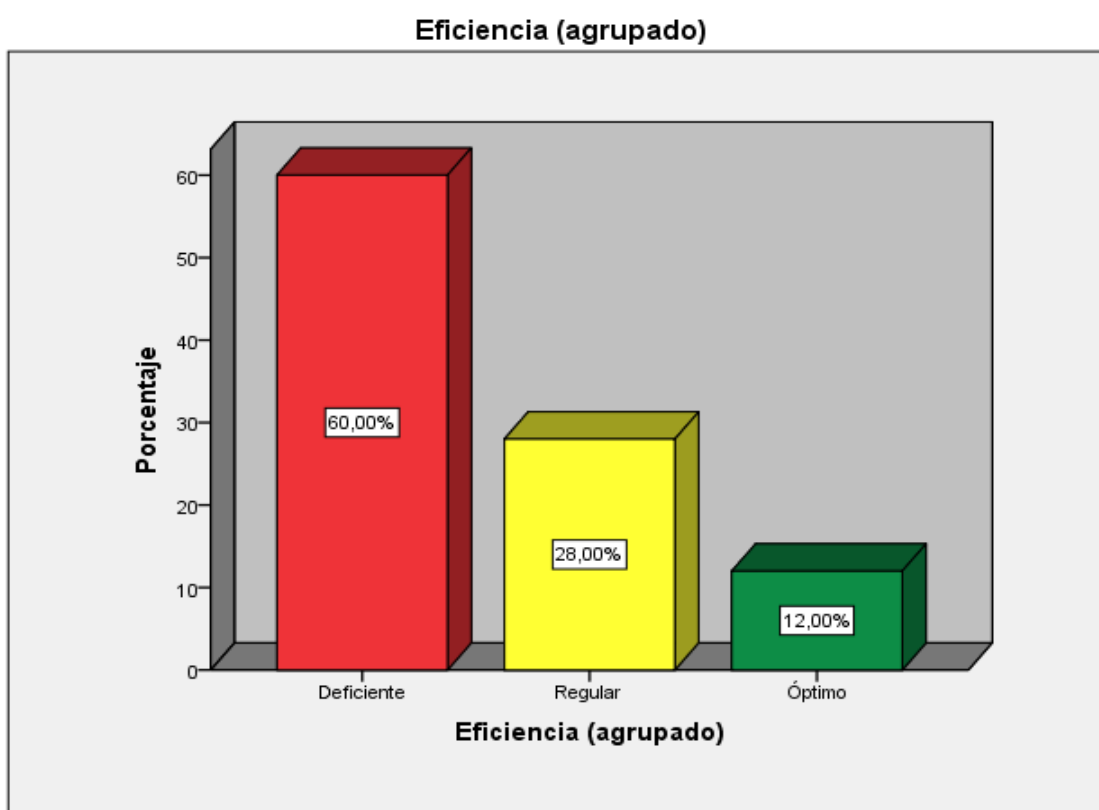


Figura 7. *Frecuencias de la dimensión eficiencia*

De acuerdo a la tabla 10 y la figura 1, del 100% de los participantes el 12% considera que es óptimo la eficiencia de la empresa, también el 60% de los encuestados afirma que es deficiente la eficiencia. La decisión a tomar con el 60% de los empleados que consideran que la eficiencia es deficiente se le debería capacitar e informar sobre los beneficios de ser eficientes frente a los competidores.

Tabla 11.

Estadística descriptiva de la dimensión ventaja competitiva

Ventaja competitiva					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	23	46,0	46,0	46,0
	Regular	18	36,0	36,0	82,0
	Óptimo	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

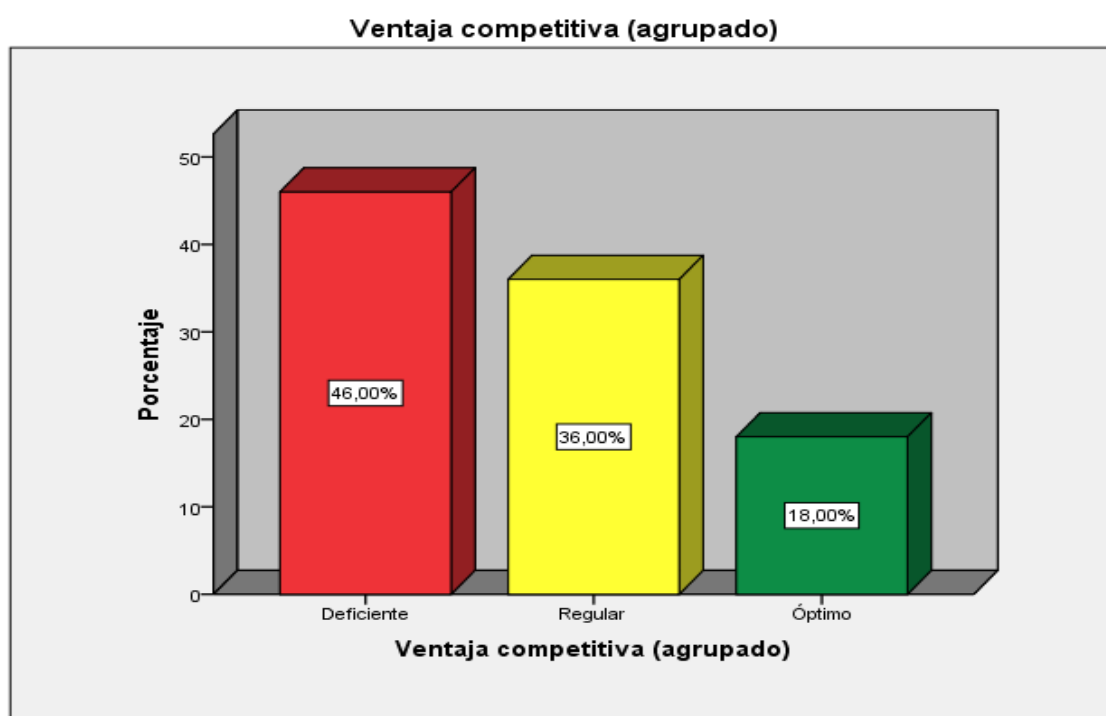


Figura 8. *Frecuencias de la dimensión ventaja competitiva*

De acuerdo a la tabla 11 y la figura 1, del 100% de los participantes el 18% considera que es óptimo la ventaja competitiva de la empresa, también el 46% de los encuestados afirma que es deficiente la ventaja competitiva. La decisión a tomar con el 46% de los empleados que consideran que la ventaja competitiva es deficiente se le debería capacitar e informar sobre los beneficios de ser competitivos frente a los competidores.

3.2 Prueba de la normalidad

Prueba de hipótesis para determinar la distribución normal

Hipótesis nula Valor $p > 0.05$ Los datos siguen una distribución normal

Hipótesis nula Valor $p < 0.05$ Los datos no siguen una distribución normal

Tabla 12.

Prueba de la normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión estratégica (Agrupada)	,322	50	,000	,696	50	,000
Competitividad (Agrupada)	,389	50	,000	,695	50	,000

De acuerdo a la tabla se verificó que el número de la población es > 50 por lo cual se utilizó Kolmogorov-Smirnov, donde se dio un valor de 0.322 en la primera variable y la segunda de 0.389, además se obtuvo un valor p de 0.000 siendo menor a 0.05, lo que implica rechazar la hipótesis nula y se acepte la alterna. Además de acuerdo a los resultados encontrados se concluye que la base de datos no sigue una distribución normal y por lo cual se aplicó la prueba rho de Spearman.

3.3 Prueba de Hipótesis

Ñaupas *et al.* (2014) explicó que la prueba de hipótesis radica en recabar evidencias, con las cuales se pretende validar una suposición. Es decir, recaudar datos y contrastar la aseveración de la hipótesis nula.

Se toma como referencia la tabla de coeficiente de correlación del autor Hernández, Fernández & Bautista (2014, pg. 305)

RANGO

RELACIÓN

-1,00 = Correlación negativa perfecta

-0,90 = Correlación negativa muy fuerte

-0,75 = Correlación negativa considerable

- 0,50 = Correlación negativa media
- 0,25 = Correlación negativa débil
- 0,10 = Correlación negativa muy débil
- 0,00 = No existe correlación alguna entre variables
- +0,10 = Correlación positiva muy débil
- +0,25 = Correlación positiva débil
- +0,50 = Correlación positiva media
- +0,75 = Correlación positiva considerable
- +0,90 = Correlación positiva muy fuerte
- +1,00 = Correlación positiva perfecta

Hipótesis general

Con respecto a la correlación de variables de estudio, se plantearon las siguientes hipótesis:

H_0 No existe relación entre la gestión estratégica y la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.

H_1 existe relación entre la gestión estratégica y la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.

Tabla 13.

Tabla cruzada para la variable gestión estratégica y competitividad

% del total		Competitividad (Agrupada)				Correlaciones
		Deficiente	Regular	Optimo	Total	
Gestión estratégica (Agrupada)	Deficiente		2,0%		2,0%	Rho Spearman Sig. (bilateral)
	Regular	4,0%	46,0%		50,0%	
	Optimo		18,0%	30,0%	48,0%	
Total		4,0%	66,0%	30,0%	100,0%	,000 ^c

De acuerdo a la prueba de hipótesis mediante el estadígrafo Rho Spearman se puede observar que hay una correlación positiva media entre las variables al nivel de 0.674. Además, podemos afirmar que las variables son directamente proporcionales; es decir, a mayor

desarrollo de estrategias relacionadas con la gestión estratégica mayor será los resultados obtenidos en la competitividad de los trabajadores.

En cuanto a los porcentajes obtenidos de la tabla cruzada en relación a las variables, se visualiza que el 46% de la muestra encuestada manifiestan que la gestión estratégica empleada es regular, mientras que la variable competitividad es óptimo en un porcentaje de 30%. Para solidificar esta relación la empresa debería desarrollar estrategias de capacitación y comunicación para generar mayor percepción positiva sobre las estrategias a actuar.

Con respecto a la hipótesis planteada sobre la gestión estratégica y competitividad laboral a través de la prueba Rho Spearman se alcanzó un sig. (Bilateral) = a $0.000 \leq 0.05$; por lo tanto, se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna confirmando que existe relación entre la variable gestión estratégica y competitividad al 95% de fiabilidad y un margen del 5% de error.

Tabla 14.

Tabla cruzada para la dimensión formulación de estrategias y la variable competitividad

% del total		Competitividad (Agrupada)			Total	Correlaciones
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Formulación de estrategias (Agrupada)	Deficiente		2,0%		2,0%	Rho Spearman ,481 Sig. (bilateral) ,000 ^c
	Regular	4,0%	48,0%	8,0%	60,0%	
	Óptimo		16,0%	22,0%	38,0%	
Total		4,0%	66,0%	30,0%	100,0%	

De acuerdo a la prueba de hipótesis mediante el estadígrafo Rho Spearman se puede afirmar que existe una correlación positiva débil entre las variables al nivel de 0.481. Además, podemos afirmar que las variables son directamente proporcionales; es decir, a mayor formulación de estrategias mayor será los resultados obtenidos en la competitividad de los colaboradores.

Por otro lado, de acuerdo a la tabla cruzada en cuanto a la relación entre variable y dimensión, se observa que es de nivel regular con un porcentaje de 48%, mientras que el 22 % se considera una relación de nivel regular. Para solidificar esta relación la empresa debería desarrollar estrategias en percepción de oportunidades, además de capacitaciones y practicar una comunicación asertiva, para generar mayor percepción positiva sobre las estrategias a actuar.

En relación a la hipótesis planteada sobre la formulación de estrategias y competitividad mediante la prueba Rho Spearman se alcanzó un sig. (Bilateral) = a 0.000 ≤ 0.05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna confirmando que existe relación entre la variable formulación de estrategias y competitividad.

Tabla 15.

Tabla cruzada para la dimensión Implementación de estrategias y la variable competitividad

% del total		Competitividad (Agrupada)			Total	Correlaciones
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Implementación de estrategias (Agrupada)	Deficiente		4,0%		4,0%	Rho Spearman ,549 Sig. (bilateral) ,000 ^c
	Regular	4,0%	38,0%	2,0%	44,0%	
	Óptimo		24,0%	28,0%	52,0%	
Total		4,0%	66,0%	30,0%	100,0%	

De acuerdo a la prueba de hipótesis mediante el estadígrafo Rho Spearman se puede afirmar que existe una correlación positiva media entre las variables al nivel de 0.549. Además, podemos afirmar que las variables son directamente proporcionales; es decir, a mayor implementación de estrategias mayor será los resultados obtenidos en la competitividad de los colaboradores.

Respecto a la relación alcanzada se puede comprobar con los porcentajes obtenidos en las tablas cruzadas entre la formulación de estrategias y la competitividad el cual obtuvo el 38% considerando que la relación entre las variables está en el nivel regular y el 28% de la relación cruzada está en el nivel óptimo. Para solidificar esta relación la empresa debería desarrollar estrategias de capacitación y comunicación.

Con relación a la hipótesis planteada sobre la implementación de estrategias y competitividad mediante la prueba Rho Spearman se alcanzó un sig. (Bilateral) = a 0.000 ≤ 0.05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna confirmando que hay relación entre la variable implementación de estrategias y competitividad.

Tabla 16.

Tabla cruzada para la dimensión Evaluación de estrategias y la variable competitividad

% del total		Competitividad (Agrupada)			Total	Correlaciones
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Evaluación de estrategias (Agrupada)	Deficiente		2,0%		2,0%	Rho Spearman ,497 Sig. (bilateral) ,000 ^c
	Regular	4,0%	40,0%	4,0%	48,0%	
	Óptimo		24,0%	26,0%	50,0%	
Total		4,0%	66,0%	30,0%	100,0%	

De acuerdo a la prueba de hipótesis mediante el estadígrafo Rho Spearman se puede afirmar que hay una correlación positiva débil entre las variables al nivel de 0.497. Además, podemos afirmar que las variables son directamente proporcionales; es decir, a mayor evaluación de estrategias mayor será los resultados obtenidos en la competitividad de los trabajadores.

Confirmando la relación obtenida se puede comprobar con los porcentajes obtenidos en las tablas cruzadas entre la formulación de estrategias y la competitividad el cual obtuvo el 40% consideran que la relación entre las variables está en el nivel regular y el 26% considera que la relación cruzada está en el nivel óptimo. Para solidificar esta relación la empresa debería desarrollar nuevos métodos de evaluación para generar un mayor control sobre las estrategias a actuar.

En relación a la hipótesis planteada sobre la evaluación de estrategias y competitividad laboral mediante la prueba Rho Spearman se alcanzó un sig. (Bilateral) = a $0.000 \leq 0.05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna confirmando que existe relación entre la variable evaluación de estrategias y competitividad.

IV.DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar en qué nivel se manifiesta la relación entre la gestión estratégica y la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho. Las evidencias obtenidas posterior al análisis de dato, las cuales fueron halladas de la población de estudio, proporcionó resultados deducciones investigativas que serán contrastadas mediante la matriz de evidencias externa e interna.

Con respecto a la hipótesis general, donde se planteó como conjetura la relación directa y significativa entre la gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Jun de Lurigancho; cuyo resultado obtenido mediante el coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.674, además la significación estadística fue de $0.000 \leq 0.05$, por lo que se procedió a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, certificando que existe una relación positiva media entre las variables de estudio. Citando como referencia para la primera variable al autor D'Alesio (2015) quien describió que la gestión estratégica es una serie de actividades organizadas que se tiene que realizar para alcanzar la visión de la empresa, mediante la construcción de estrategias, las cuales guiarán a la organización hacia el logro de objetivos de largo plazo, asimismo para segunda variable se referenció a Baz y Rubio (2007) quienes explicaron que la competitividad es la capacidad que tiene una organización para participar en el mercado siendo una de las mejores opciones frente la competencia. Esta investigación guarda relación con lo planteado por el tesista Gonzales (2017), donde la gestión estratégica empresarial y la competitividad del personal percibidos por los decentes del colegio se asociaron de manera positiva considerable, lo cual se confirmó con el coeficiente Rho de Spearman 0.824 ($r=0.824$) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤ 0.05) teniendo en cuenta la regla de decisión, rechazó la hipótesis nula y aceptó la alterna, donde ambas variables de su estudio guardaron relación entre sí. Este resultado está en relación con su teórico Thompson (2012) quien planteó que la gestión estratégica consta de una serie de procesos dinámicos y constantes, que permite a las organizaciones enfrentar los retos del entorno y adecuarse a los constantes cambios. Por tanto, para la segunda variable citó a Mathews (2008) explicó que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa para prevalecer y consolidar una ventaja competitiva frente a otros, sin importar si estas son públicas o privadas.

Con respecto a la primera hipótesis específica, donde se planteó como conjetura la relación directa y significativa entre la formulación de estrategias y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Jun de Lurigancho; cuyo resultado obtenido mediante el coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.481, además la significación estadística fue de $0.000 \leq 0.05$, por lo que se procedió a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, certificando que existe una relación positiva débil entre las formulación de estrategia y competitividad. Citando como referencia para la primera variable al autor D'Alessio (2015) quien explicó que la formulación de estrategias es la primera fase donde se diseña la visión, misión, políticas y objetivos de la organización, además la elaboración y selección de tácticas que posteriormente serán implementadas, lo cual permitirá a la empresa a cumplir sus fines y metas señaladas. En cuanto a la variable competitividad se señaló a Hernández y Rodríguez (2011) quienes describieron que para lograr la competitividad hay componentes que se tienen que tener en consideración, como la utilización de materiales sin generar merma o pérdida, para que ello no afecte a la rentabilidad de la empresa. Esta investigación guarda relación con lo planteado por el tesista Loayza (2018), donde la gestión estratégica y la competitividad de las Mypes del rubro de restaurantes se asociaron de manera positiva muy alta, lo cual se confirmó con el coeficiente Rho de Spearman 0.824 ($r=0.909$) Sig. (Bilateral) = $0.000 \leq 0.05$) teniendo en cuenta la regla de decisión, rechazó la hipótesis nula y aceptó la alterna, donde ambas variables de su estudio guardaron relación entre sí. Este resultado está en relación con su teórico Prieto (2017) quien definió que la gestión estratégica es una herramienta gerencial, la cual permite a la organización tener mayor control de escenario y tener visión futuro. Por otro lado, para la segunda variable citó a Porter (2015) explicó que la competitividad son estrategias que la empresa posee para ser competente y rentable ante otras organizaciones.

Con respecto a la segunda hipótesis específica, donde se planteó como conjetura la relación directa y significativa entre la implementación de estrategias y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Jun de Lurigancho; cuyo resultado obtenido mediante el coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.549, además la significación estadística fue de $0.000 \leq 0.05$, por lo que se procedió a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, certificando que existe una relación positiva media entre las implementación de estrategia y competitividad. Citando como referencia para la primera variable al autor D'Alesio (2015) quien explicó que la implementación de estrategias es la segunda fase donde se coordina y dirige las actividades que fueron previamente establecidas

tanto internas y externas. En cuanto a la variable competitividad se señaló a Prokopenko (1989) quien explicó que la competitividad guarda relación entre la capacidad de productos finales y el uso adecuado de los recursos en un tiempo determinado. Esta investigación guarda relación con lo planteado por el tesista Castañeda (2015), donde la planificación estratégica y la competitividad en el área de gestión de rutas empresa de valores se correspondieron de manera positiva medio, lo cual se confirmó con el coeficiente Rho de Pearson 0.586 ($r=0.909$) Sig. (Bilateral) $=0.000 \leq 0.05$) teniendo en cuenta la regla de decisión, rechazó la hipótesis nula y aceptó la alterna, donde ambas variables de su estudio guardaron relación entre sí. Este resultado está en relación con su teórico Hill, Jones y Schilling (2014) quien describió que la planificación estratégica es un conjunto de herramientas que los altos mandos emplean para mejorar el desempeño de la organización. Por otro lado, para la segunda variable citó a Hernández y Rodríguez (2011) quien explicó que la competitividad tiene que ver con la capacidad que tiene la empresa para conquistar a los clientes mediante los productos o servicios oferta en el mercado, generando mayor rentabilidad en un tiempo determinado.

Con respecto a la tercera hipótesis específica, donde se planteó como conjetura la relación directa y significativa entre la evaluación de estrategias y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Jun de Lurigancho; cuyo resultado obtenido mediante el coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.497 , además la significación estadística fue de $0.000 \leq 0.05$, por lo que se procedió a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, certificando que existe una relación positiva débil entre las implementación de estrategia y competitividad. Citando como referencia para la primera variable al autor D'Alesio (2015) quien explicó que la evaluación de estrategias es la última fase donde se examina las estrategias que se sienten que implementar para el buen funcionamiento de la empresa, posterior a ello, se encarga de monitoria y evaluar si dichas estrategias cumplen su propósito. En cuanto a la variable competitividad se señaló a Porter (2015) quien explicó que la competitividad de un país consiste de la capacidad que tienen para mejorar y lograr la diferenciación frente a las competencias a nivel mundial. Esta investigación guarda relación con lo planteado por el tesista Muriel (2018), donde la estrategia empresarial y la competitividad de las agencias de aduana se asociaron de manera positiva alta, lo cual se confirmó con la estadística Chi-cuadrada 0.880 Sig. (Bilateral) $=0.000 \leq 0.05$) teniendo en cuenta la regla de decisión, rechazó la hipótesis nula y aceptó la alterna, donde ambas variables de su estudio guardaron relación entre sí. Este resultado está

en relación con su teórico Kotler (1984) quien describió que para la estrategia empresarial existe tres oportunidades de desarrollo, la analítica de costo beneficio y determinación de una estrategia beneficioso para la institución. Por otro lado, para la segunda variable citó a Porter (1999) quien mencionó que la competitividad se exterioriza en la capacidad de ser mejor frente a la competencia.

Por lo tanto, de acuerdo a los resultados adquiridos en el estudio de las variables mediante los antecedentes, las teorías utilizadas, a su vez la aplicación en otras empresas preexiste correlación entre las variables de estudio. Por esta razón se deduce que mientras hay una buena implementación de gestión estratégica habrá mejorar competitividad a nivel organizacional.

V. CONCLUSIONES

Mediante el análisis estadístico descriptivo e inferencial, se puede concluir las siguientes preposiciones:

- Primero. De acuerdo a la estadística descriptiva de la variable gestión estratégica, del 100% de los datos procesados revelaron que el 32% de los encuestados consideraron que la ejecución de esta variable se da de manera deficiente, sin embargo, el 24% de los encuestados señalaron que es óptimo. Por lo que se puede evidenciar que hay falencias en la implementación de las estrategias por parte del personal encargado.
- Segundo. De acuerdo a la estadística descriptiva para la variable competitividad, del 100% de los datos procesados revelan que el 46% de los encuestados, que son la mayoría; afirmaron que la empresa tiene una competitividad deficiente, mientras que el 52% señalaron que es regular, sin embargo, el 26% consideraron que esta variable es óptimo. Con los porcentajes se evidencia hay aspectos que se tienen que mejorar para que la competitividad sea eficiente.
- Tercero. Se halló relación entre las dos variables de manera significativa en un nivel de 0,674 positivo medio; por lo que, se puede afirmar que existe correlación. En el caso del valor positivo, evidenció que la curva de la tendencia es positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor ejecución de gestión estratégica mayor será la percepción de la competitividad en la empresa Mechatronic. El valor de significación (Bilateral)=0.000<0,05 lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; confirmando la existencia de una relación significativa entre las variables gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.
- Cuarto. Se halló relación entre formulación de estrategia y competitividad de manera significativa en un nivel de 0,481 positivo débil; por lo que, se puede afirmar que existe vinculo. En el caso del valor positivo, evidenció que la curva de la tendencia es positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor ejecución de formulación estratégica mayor será la percepción de la competitividad en la empresa Mechatronic. El valor de significación (Bilateral)=0.000<0,05 lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; confirmando la existencia de una vinculo

significativo entre las formulación estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.

Quinto. Se halló relación entre implementación de estrategias y competitividad de manera significativa en un nivel de 0,549 positivo media; por lo que, se puede afirmar que existe correlación. En el caso del valor positivo, evidenció que la curva de la tendencia es positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor ejecución de implementación de estrategia mayor será la percepción de la competitividad en la empresa Mechatronic. El valor de significación (Bilateral)=0.000<0,05 lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; confirmando la existencia de una relación significativa entre la implantación de estrategias y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.

Sexto. Se halló vínculo entre evaluación de estrategias y competitividad de manera significativa en un nivel de 0,481 positivo débil; por lo que, se puede afirmar que existe un vínculo. En el caso del valor positivo, evidenció que la curva de la tendencia es positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor ejecución de evaluación de estrategias mayores será la percepción de la competitividad en la empresa Mechatronic. El valor de significación (Bilateral)=0.000<0,05 lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; confirmando la existencia de un vínculo significativo entre la evaluación de estrategias y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.

VI. RECOMENDACIONES

Después de haber desarrollado un análisis de los resultados obtenidos en la investigación, se formula las siguientes recomendaciones para la mejora en la gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.

Primero. De acuerdo a los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación se pudo determinar que una gestión estratégica adecuada llega a ser un factor muy importante para llegar a ser competitivos en el rubro en el cual se desarrolla la empresa, por lo cual se recomienda aplicar todas las etapas de la gestión estratégica según lo menciona el autor principal D'Alesio, con lo cual se podrá reducir las deficiencias y generar ventajas competitivas que permitirán que la organización se posicione en el mercado en donde compite.

Segundo. Referente a la segunda variable competitividad, se recomienda que todo el proceso previo en la gestión e implementación de las estrategias sea medible y evaluado para poder identificar los errores y realizar el feedback correspondiente, así también se requiere la implementación de un plan anual de capacitación a todas las áreas de la empresa.

Tercero. Con respecto a la primera dimensión formulación de estrategias, se recomienda que la empresa determine su misión, visión, objetivos de corto, mediano y largo plazo, para generar el logro de pequeñas metas que hagan crecer a la organización y tengan claro hacia donde se quiere llegar, así también se debe examinar los factores internos y externos que afecten al crecimiento de la organización, por ejemplo analizar las estrategias que ejecutan los competidores y crear estrategias que lo contrarresten, para lograr lo antes mencionado, todos los colaboradores deben sentirse identificados con la empresa hacia el logro de los objetivos trazados.

Cuarto. En cuanto a la implementación de estrategias se recomienda la contratación temporal de un especialista en la ejecución de las estrategias a implementar, un profesional en direccionamiento y gestión por resultados, orientado a coordinar y organizar las estrategias planteadas, esto se debe llevar a cabo de acuerdo a los recursos con la que cuenta la empresa. Así mismo, se debe comprometer a todos los involucrados en el proceso para alinearlos a lo que se quiere llegar a conseguir.

Quinto. Por último, respecto a la dimensión evaluación de estrategias, se recomienda que la empresa realice un análisis y medición constante de las estrategias

implementadas a través del seguimiento mensual de las ventas, la evaluación del desempeño del personal e indicadores de gestión, con el fin de corregir y replantear los objetivos requeridos, si se identifica que no son alcanzables en el tiempo adecuado. Así mismo evaluar todo el proceso de gestión que se ejecutará, ya que es la única forma para generar la mejora continua en las diversas etapas y lograr una mejor competitividad.

REFERENCIAS

- Aguilera, A (2019). La gestión del conocimiento desde el direccionamiento estratégico de las medianas empresas del sector industria y comercio en Santiago de Cali – Colombia. *Entramado*, 15(1), 20. Recuperado desde: <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v15n1/1900-3803-entra-15-01-12.pdf>
- Alan, D., Cortez, L. (2018). Procesos y fundamentos de la investigación científica. Ecuador: Utmach.
- Alaña, T, Crespo, M. Gonzaga, S. (2018). ¿Cómo las estrategias empresariales permiten una ventaja competitiva en las micro, pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro? *Universidad y Sociedad*, 10(2), 251–256
- Alshawabkeh, Z. A. E., Aldiabat, B. F., Al-Zubeidi, M., Nsour, B. H., Al-Shalabi, F., Al-Momani, R., y Al-Abadi, L. (2019). Stability strategy and its direct role in achieving competitive advantage at jordanian communication companies. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(3), 1-13. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2294437006?accountid=37408>
- Angiola, N., Bianchi, P., y Damato, L. (2019). How to Improve Performance of Public Universities? A Strategic Management Approach. *Public Administration Quarterly*, 43(3), 372–400.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica*. (6ª. ed) Caracas: Editorial Episteme.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3a ed.) México: Grupo Editorial Patria
- Barney, J. B., & Mackey, A. (2018). Monopoly Profits, Efficiency Profits, and Teaching Strategic Management. *Academy of Management Learning & Education*, 17(3), 359–373. <https://doi.org/10.5465/amle.2017.017>
- Bautista, M. E. (2009). *Manual de Metodología de Investigación* (3ª ed.). Caracas, Venezuela: Editorial TALITIP S.R.L.
- Baz, V. Rubio, L. (2005). *El poder de la competitividad*. México D.F: Cidac.

- Becerra, J., & Gallardo, F. (2015). Competitiveness of agribusiness companies in Boyacá (Colombia); Competitividad de las empresas agroindustriales de Boyacá; Compétitivité des entreprises agro-industrielles de Boyacá (Colombie); Competitividade das empresas agroindustriais de Boyacá (Colômbia). <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.138>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3a ed.) Colombia: Pearson Educación. Bogotá: Ediciones de la U
- Brume González, M. J., Herrera Sandoval, H. M., Barrera Pacheco, A. D. J., & Núñez Rudas, I. (2019). Gestión estratégica como catalizadora de la competitividad en las pymes logísticas del departamento del Atlántico - Colombia. *Redicuc - Repositorio Universidad de La Costa* 40(3), 20. Recuperado desde: <http://hdl.handle.net/11323/4589>
- Byrd, T. A. (2001). Information technology, core competencies, and sustained competitive advantage. *Information Resources Management Journal*, 14(2), 27+. <https://link.gale.com/apps/doc/A178617494/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=06980e68>
- Caldera, D., Ortega, M., & Sánchez, M. (2017). Planeación estratégica en organizaciones de la sociedad civil. un breve análisis para el estado de Guanajuato. *Holos*, 2, 337-348. doi: <https://doi.org/10.15628/holos.2017.4762>
- Castañeda, A. (2017). *Planeación estratégica y competitividad en el área gestión de rutas empresa de valores Prosegur surco – lima 2017* (Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Perú). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/discover>
- Chiavenato, I. (2011). *Planeación estratégica fundamentos y aplicaciones*. (2ª ed.). México D.F: McGraw-Hill.
- D'aleccio, F. (2008). *El proceso estratégico un enfoque de gerencia*. México: Pearson EE. UU: Library of congress.
- Emeagwal, L., & Ogbonmwan, K. O. (2018). Mapping the perceived role of strategic human resource management practices in sustainable competitive advantage. *Academy of*

Strategic Management Journal, 17(2), 1-19. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2046137185?accountid=37408>

Esmaeili, N. (2015). Strategic management and its application in modern organizations. *International Journal of Organizational Leadership*, 4(2), 118+. <https://link.gale.com/apps/doc/A468142319/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=5d516d6b>

Ferrer, E. (2018). Gestión estratégica de proyectos: una metodología para una ventaja competitiva sostenible. *Rev. EAN*. n.spe, pp.15-31. ISSN 0120-8160. Recuperado desde: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n0.2018.2016>.

Fred, D. (2013). *Administración estratégica*. (14^a ed.). México: Pearson Education

García, M. (2018). *La planeación estratégica y la competitividad en la empresa emitec sac, los olivos 2018* (Tesis de Pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú.

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas

Gonzales, A. (2017). *Gestión estratégica empresarial y competitividad de personal del colegio Data System's Ingenieros*. (Tesis de maestría, Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1470>.

Grant, M., & Baden-Fuller, C. (2018). How to Develop Strategic Management Competency: Reconsidering the Learning Goals and Knowledge Requirements of the Core Strategy Course. *Academy of Management Learning & Education*, 17(3), 322–338. <https://doi.org/10.5465/amle.2017.0126>

Hernández y Rodríguez, S. (20119). *Introducción a la administración*. (5^a ed.). México D.F: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6a ed.). México: McGraw-Hill Educación.

Hurtado, J. (2012). *El proyecto de investigación. Comprensión holística de la metodología y la investigación*. (7^a ed) Venezuela: Ediciones Quirón.

- Iglesias, M. (1º Ed.). (2015). Metodología de la Investigación Científica: diseño, elaboración de protocolos y proyectos. Argentina: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico
- Loayza Acosta, G., & Curasma Quispe, S. (2014). Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo; Business management, competitiveness level and productivity of textile companies from Huancayo. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, <https://doi.org/10.18259/acs.2014002>
- Loayza, K. (2018). “*La gestión estratégica y su relación con la competitividad en las Mypes del rubro restaurante, distrito San Miguel, 2018*” (Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/discover>
- López, E. López, G. Agudelo, S. (2019). Relación entre Estrategias Competitivas y Tipos de Aprendizaje Organizativo en Empresas Colombianas. *Información tecnológica*, 30(5), 191-202.
- Luna, J. (2012). *Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato* (Tesis doctoral). Universidad de Celaya, México.
- Macfarlane, M. A. (2014). Sustainable Competitive Advantage for Accountable Care Organizations. *Journal of Healthcare Management*, 59(4), 263–271. <https://doi.org/10.1097/00115514-201407000-00006>
- Meraz, L. (2014). *Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja california, México* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Baja California, México.
- Mora-Riapiraa, E. H., Vera-Colina, M. A., & Melgarejo-Molina, Z. A. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79–87. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Muños, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. (2ª Ed.) México: Pearson.

- Muriel, G. (2017). “Estrategia empresarial y competitividad de las agencias de aduana en el distrito de Tacna, 2016-2017.” (Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna, Perú). Recuperado de <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/307>
- Niño, V. (2011). *Metodología de investigación. Diseño y ejecución*.
- Nita, M., & Goga, I. (2018). Strategic Management in the Local Public Administration Institutions. Case study: Application of the Balanced Scorecard instrument in the Zalau City Hall. *Revista de Stiinte Politice*, 59, 69
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la tesis*. (4ª ed.). Bogotá-Colombia: Ediciones de la U.
- O’Shannassy, T. (2003). Modern Strategic Management: Balancing Strategic Thinking and Strategic Planning for Internal and External Stakeholders. *Singapore Management Review*, 25(1), 53.
- Petkovic, J., Jasinskas, E., & Jeseviciuté-Ufartiené, L. (2016). Significance of strategic planning for results of sport organization. *E+M Ekonomie a Management*, 19(4), 56-72. doi:<http://dx.doi.org/10.15240/tul/001/2016-4-005>
- Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva*. México D.F: Grupo Editorial Patria S.A
- Porter, M. (2015). *Ventaja competitiva*. (3ª Ed.) México D.F: McGraw-Hill.
- Prokopenko, J. (1989). *La gestión de la productividad*. Suiza: Oficina internacional de trabajo.
- Quero, Luisa (2008). Estrategias competitivas: factor clave de desarrollo. *Negotium*, 4(10),36-49. Recuperado desde: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=2875300>
- Hendrick, R. (2003). Strategic Planning Environment, Process, and Performance in Public Agencies: A Comparative Study of Departments in Milwaukee. *Journal of Public Administration Research and Theory: J-PART*, 13(4), 491
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. España: Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

- Rizan, M., Balfas, F., & Purwohedi, U. (2019). The influence of strategic orientation, organizational innovation capabilities and strategic planning on the performance of technology-based firms. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(3), 1-11. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2294438648?accountid=37408>
- Serna, H. (2008). *Gerencia estratégica*. (10^a ed.). Bogotá: 3R editors
- Solleiro, J. L., & Castañón, R. (2005). Competitiveness and innovation systems: the challenges for Mexico's insertion in the global context. *Technovation*, 25(9), 1059–1070. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2004.02.005>
- Spillan, J. E., & Ziemnowicz, C. (2003). Strategic management in small retail businesses: The case of Guatemala. *International Small Business Journal*, 21(4), 461-478. doi:<http://dx.doi.org/10.1177/02662426030214005>
- Thompson, A. Glambe, J. Peteraf, M. y Strickland, A. (2012). *Administración estratégica*. (18^a ed.). México D.F: McGraw-Hill.
- Vara, A. (2015). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Vargas, D. (28 de noviembre de 2018) *Medición de resultados: un punto débil de las pymes peruanas, pero ¿existen otros?*
- Woods, R. H. (1994). Strategic planning: A look at ruby tuesday. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(3), 41. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/209724351?accountid=37408>
- Zapata, L. F., Pérez, I. A., & Taboada, F. (2013). Gestión estratégica de las áreas funcionales de la empresa: una perspectiva competitiva internacional. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 4(1), 56-68. <https://doi.org/10.19053/20278306.2607>

ANEXOS

Anexo 1.

Cuestionario

El significado de las letras es: 1=NUNCA, 2= CASI NUNCA, 3= A VECES, 4: SIEMPRE, 5= SIEMPRE

DIMENSIÓN	ÍTEMS	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	1	Cree Ud. Que es importante dar a conocer la misión de la empresa					
	2	Ud. Tiene definida e interiorizado la misión de la empresa					
	3	Sabe Ud. Exactamente a qué se dedica la empresa donde labora					
	3	Ud. Cumple con todas las actividades designadas por su jefe superior					
	5	Ud. Considera alcanzable lo que la empresa se propone en su visión					
	6	En su centro de práctica se pone en práctica la visión de la organización					
	7	Cree Ud. Que es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas					
	8	Cree Ud. Que las actividades que realiza conllevan al cumplimiento de los objetivos de la organización					
	9	La empresa le informa sobre los objetivos de corto plazo a cumplir					
	10	Las sanciones instauradas por parte de la empresa le estimulan al cumplimiento de principios					
	11	Ud. tiene conocimiento de los valores que se practican en la empresa					
	12	Ud. pone en práctica los valores establecidos por la empresa					
IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS	13	La empresa informa de forma precisa las actividades a realizar					
	14	Se evalúa las estrategias que se implantan en la empresa					
	15	Considera Ud. Que las estrategias implementadas generan el resultado esperado					

	16	Considera Ud. Que las políticas de la empresa contribuyen a mejorar la competitividad de la empresa						
	17	¿El cumplimiento de las políticas es garantizado?						
	18	Considera Ud. Que la normas que la empresa aplica, contribuyen con mejorar el entorno laboral						
	19	Considera Ud. Que la empresa le brinda todo lo necesario para desarrollar su trabajo						
	20	Considera usted que los recursos que posee son suficientes para realizar su trabajo o actividades diarias						
	21	Se ha visto en la necesidad de comprar algunas cosas que la empresa no le brinda						
EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS	22	Ud. Considera que la evaluación del desempeño que realiza en la empresa sea relevante						
	23	Considera Ud. Que la evaluación de desempeño que se da en la empresa la beneficia						
	24	Considera que la evaluación del desempeño se debe realizar de manera continua						
	25	Tienen un monitoreo de supervisión en el área de su trabajo						
	26	Ud. tienen un monitoreo de supervisión en el área de su trabajo						
	27	Conoce el FODA y las líneas de actuación a seguir conducir a la empresa donde quiere llegar						
	28	Cree Ud. Que el área de RR.HH. estimula al personal para que tomen decisiones e impacte cambios dentro de unos parámetros acordados						
	29	Considera que la empresa debe proponer mejoras en sus procesos						
	30	Cree Ud. que la retroalimentación empresarial le ayuda a mejorar su labor diaria						

El significado de las letras es: 1=NUNCA, 2= CASI NUNCA, 3= A VECES, 4= CASI SIEMPRE, 5= SIEMPRE

DIMENSIÓN	ÍTEM	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
EFICACIA	31	Conoce las actividades principales que debe realizar					
	32	Cree Ud. Que los incentivos son elementos para lograr la productividad en su centro laboral					
	33	Existen indicadores claves de desempeño que ayuden a medir y supervisar su desempeño					
	34	La empresa premia a sus mejores empleados					
	35	Se siente satisfecho trabajando en la empresa donde labora					
	36	Recibe remuneración por las horas extras					
	37	Evalúan su desempeño cada 3 meses					
	38	Cuando recibes un encargo de trabajo, lo ejecutas de manera rápida					
	39	¿Tienes que cumplir metas en un cierto periodo de tiempo?					
EFICIENCIA	40	Las nuevas aplicaciones informáticas que usa la empresa están impactando positivamente en la forma de trabajar					
	41	La organización frecuentemente se actualiza a los avances tecnológicos					
	42	La empresa se adapta constantemente a las nuevas tecnologías					
	43	Responden rápidamente a las quejas de sus clientes así como a de los empleados					
	44	Su desarrollo personal permite potenciar sus tareas laborales					
	45	Todo el personal que labora en la empresa debe necesariamente tener un grado académico					
	46	Se supervisa el status final de los trabajos realizados					
	47	Cree Ud. Que cuando hay algún problema la disposición a ayudar al cliente es buena					
	48	Cree Ud. Que la empresa promueve una mejor calidad de servicio					
VENTAJA COMPETITIVA	49	Realizan ofertas en la venta de productos					
	50	Considera que los precios que se aplican a los servicios y productos son justos					

51	Se ofrecen descuentos en la cotización de servicios					
52	La empresa se encarga de capacitar a todo el personal					
53	Cree Ud. Los servicios que ofrece la empresa son acordes a lo que quiere los clientes del rubro					
54	¿La empresa posee las instalaciones para poder realizar su labor?					
55	Normalmente se adquieren productos originales					
56	Cree Ud. que la calidad los productos y servicios de la empresa ofrece es mejor frente a los de la competencia					
57	Se brinda garantía en la venta de todo tipo de repuestos					
58	Aplica los procedimientos de mejora continua que la empresa propone					
59	Ud. Conoce cuál es la finalidad de las estrategias de la organización					
60	Aplica los procedimientos establecidos por la empresa cuando realiza alguna actividad					

Anexo 2.

Matriz de consistencia

Título	Problema de investigación	Objetivos de investigación	Hipótesis de investigación	Operacionalización de variables							
	Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable (1)	Definición conceptual V1	Definición operacional V1	Dimensiones V1	Indicadores V1	No de Ítems	Instrumento de medición	
Gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho	¿Qué relación existe entre la gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho?	Determinar la relación que existe entre la formulación de las estrategias y la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho	Existe relación entre gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho	Gestión estratégica	D'Alessio (2015) describió que la gestión estratégica es una serie de actividades organizadas que se tienen que realizar para alcanzar la visión de la empresa, mediante la construcción de estrategias; las cuales guiarán a la organización hacia el logro de objetivos de largo plazo	La variable gestión estratégica, será evaluada a través de las siguientes dimensiones: formulación, implementación y evaluación de estrategias, del cual se tomara los indicadores para construir el cuestionario.	Formulación de estrategia	Misión	1,2	Escala de LIKERT (Tipo ordinal)	
								Visión	3,4		
								Análisis	5,6		
								Objetivos	7,8		
								Valores	9,10		
								Implementación de estrategias	Estrategias		11,12
									Políticas		13,14
									Recursos		15,16
								Evaluación de estrategias	Procedimientos		17,18
									Resultados		19,20
Evaluación del desempeño	21,22										
Técnicas	23,24										
Auditoría	25,26										
Retroalimentación	27,28										
Metas	29,30										
	Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos	Variable (2)	Definición conceptual V2	Definición operacional V2	Dimensiones V2	Indicadores V2			
	¿Qué relación existe entre la formulación de las estrategias y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho?	Determinar la relación que existe entre la formulación de las estrategias y la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.	Existe relación entre la formulación de las estrategias y la competitividad	Competitividad	Según Baz y Rubio (2007) es la capacidad que tiene una organización para ser triunfador frente a los demás, la competitividad de la empresa dependerá de varios factores, tanto internas como externas para ello es importante tener una buena organización y buscar reducir costos, conservando una buena calidad para tener ventaja competitiva ante la competencia.	La variable competitividad, será evaluada a través de las siguientes dimensiones: eficiencia, eficacia y ventaja competitiva, del cual se tomara los indicadores para construir el cuestionario.	Eficacia	Productividad	31,32	1= Nunca 2= Casi Nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre	
Satisfacción								33,34			
Costos	35,36										
Cumplimiento	37,38										
Destreza	39,40										
Eficiencia	Tecnología	41,42									
	Personal	43,44									
	Actitud	45,46									
	Tiempo	47,48									
	Calidad	49,50									
Ventaja competitiva	Precios	51,52									
	Innovación	53,54									
	Servicios	55,56									
	Productos	57,58									
	¿Qué relación existe entre la evaluación de las estrategias y la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho?	Determinar la relación que existe entre la evaluación de las estrategias y la competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho.	Existe relación entre evaluación de estrategias y la competitividad						59,60		

Anexo 3.

Tabla de especificaciones

VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	ÍTEMS	INDICADORES	PREGUNTAS	
GESTIÓN ESTRATÉGICA	FORMULACION DE ESTRATEGIAS	33.3%	10	Misión	La empresa promueve el conocimiento de la misión Su desempeño va acorde a la misión de la empresa	
				Visión	Cumple con todas las actividades designadas por su jefe superior Considera alcanzable lo que la empresa se propone en su visión	
				Análisis	La empresa analiza las estrategias competitivas de sus competidores La empresa analiza periódicamente a sus colaboradores	
				Objetivos	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas La empresa le informa sobre los objetivos de corto plazo a cumplir	
				Valores	Las sanciones instauradas por parte de la empresa le estimulan al cumplimiento de principios Pone en práctica los valores establecidos por la empresa	
	IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS	33.3%	10	estrategias	La empresa informa de forma precisa las actividades a realizar Las estrategias implementadas generan el resultado esperado	
				Políticas	Las políticas de la empresa contribuyen a mejorar la competitividad de la empresa Se cumplen a cabalidad las políticas implementadas por la empresa	
				Recursos	Considera que la empresa le brinda todo lo necesario para desarrollar su trabajo Se ha visto en la necesidad de comprar algunas cosas que la empresa no le brinda	
				procedimiento	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas Cumple los protocolos de servicio que brinda la empresa	
				resultados	Los resultados de la empresa son medidos periódicamente La empresa le propone metas a cumplir en un periodo de tiempo	
	EVALUACION DE ESTRATEGIAS	33.3%	10	Evaluación del desempeño	El personal es constantemente evaluado La evaluación del desempeño se debe realizar de manera continua	
				Técnicas	el personal es monitoreado constantemente por el supervisor del área Aplica las técnicas de evaluación de herramientas de gestión	
				Auditoria	Se monitorea su desempeño en su área de trabajo Conoce el FODA y las líneas de actuación a seguir en los procesos de la empresa	
				retroalimentación	La empresa estimula al personal para que tomen decisiones en situaciones específicas La empresa propone mejoras en sus procesos	
				Metas	La empresa impone metas a alcanzar Las metas propuestas son cumplidas la mayoría de veces	
	TOTAL		100%	30		

VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	ÍTEMS	INDICADORES	PREGUNTAS
COMPETITIVIDAD	EFICACIA	33.3%	10	productividad	Conoce las actividades principales que debe realizar
					Existen indicadores claves de desempeño que ayuden a medir y supervisar su desempeño
				satisfacción	La empresa premia a sus mejores empleados
					Recibe remuneración por las horas extras
				costos	Los niveles de costos determinan la rentabilidad de una empresa
					Los costos son factor fundamental para competir en el mercado
				cumplimiento	Tiene inconvenientes con los trabajos realizados
					Cumple con los tiempos establecidos para culminar su trabajo
				destreza	Evalúan su rendimiento comparándolo con la de otros colaboradores
					Tiene que cumplir metas en un cierto periodo de tiempo
	EFICIENCIA	33.3%	10	tecnología	Las nuevas aplicaciones informáticas que usa la empresa están impactando positivamente en la forma de trabajar
					La empresa se adapta constantemente a las nuevas tecnologías
				personal	responden rápidamente a las quejas de sus clientes así como a de los empleados
					Es requisito tener un grado académico para ingresar a trabajar a la empresa
				actitud	Normalmente trabaja con energía y rapidez
					Las actividades que realizas lo haces con buena actitud
				tiempo	Evalúan su desempeño constantemente
					Miden sus metas alcanzadas
				calidad	Se supervisa el status final de los trabajos realizados
					La empresa promueve una mejor calidad de servicio
	VENTAJA COMPETITIVA	33.3%	10	precios	Realizan ofertas en la venta de productos
Se ofrecen descuentos en la cotización de servicios					
innovación				Se permite realizar sugerencias de mejora continua	
				Se han implementado nuevas herramientas de gestión	
servicio				La empresa se encarga de capacitar a todo el personal	
				La empresa posee las instalaciones para poder realizar su labor	
producto				Normalmente se adquieren productos originales	
				Se brinda garantía en la venta de todo tipo de repuestos	
estrategia				Se aplica los procedimientos de mejora continua que la empresa propone	
				Se aplica los procedimientos establecidos por la empresa cuando realiza alguna actividad	

Anexo 4.

Validación de jueces



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Gestión estratégica
Inventario *gestión estratégica*

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
DIMENSIÓN 1: FORMULACION DE ESTRATEGIAS														
1	La empresa promueve el conocimiento de la misión				/				/				/	
2	Su desempeño va acorde a la misión de la empresa				/				/				/	
3	Cumple con todas las actividades designadas por su jefe superior				/				/				/	
4	Considera alcanzable lo que la empresa se propone en su visión				/				/				/	
5	La empresa analiza las estrategias competitivas de sus competidores				/				/				/	
6	La empresa analiza periódicamente a sus colaboradores				/				/				/	
7	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas				/				/				/	
8	La empresa le informa sobre los objetivos de corto plazo a cumplir				/				/				/	
9	Las sanciones instauradas por parte de la empresa le estimulan al cumplimiento de principios				/				/				/	
10	Pone en práctica los valores establecidos por la empresa				/				/				/	
DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS														
11	La empresa informa de forma precisa las actividades a realizar				/				/				/	
12	Las estrategias implementadas generan el resultado esperado				/				/				/	
13	Las políticas de la empresa contribuyen a mejorar la competitividad de la empresa				/				/				/	
14	Se cumplen a cabalidad las políticas implementadas por la empresa				/				/				/	
15	Considera que la empresa le brinda todo lo necesario para desarrollar su trabajo				/				/				/	
16	Se ha visto en la necesidad de comprar algunas cosas que la empresa no le brinda				/				/				/	
17	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas				/				/				/	
18	Cumple los protocolos de servicio que brinda la empresa				/				/				/	
19	Los resultados de la empresa son medidos periódicamente				/				/				/	
20	La empresa le propone metas a cumplir en un periodo de tiempo				/				/				/	
DIMENSIÓN 3: EVALUACION DE ESTRATEGIAS														
21	El personal es constantemente evaluado				/				/				/	
22	La evaluación del desempeño se debe realizar de manera continua				/				/				/	
23	el personal es monitoreado constantemente por el supervisor del área				/				/				/	
24	Aplica las técnicas de evaluación de herramientas de gestión				/				/				/	



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Competitividad
Inventario Competitividad

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: EFICACIA										
1	Conoce las actividades principales que debe realizar			✓			✓			✓	
2	Existen indicadores claves de desempeño que ayuden a medir y supervisar su desempeño			✓			✓			✓	
3	La empresa premia a sus mejores empleados			✓			✓			✓	
4	Recibe remuneración por las horas extras			✓			✓			✓	
5	Los niveles de costos determinan la rentabilidad de una empresa			✓			✓			✓	
6	Los costos son factor fundamental para competir en el mercado			✓			✓			✓	
7	Tiene inconvenientes con los trabajos realizados			✓			✓			✓	
8	Cumple con los tiempos establecidos para culminar su trabajo			✓			✓			✓	
9	Evalúan su rendimiento comparándolo con la de otros colaboradores			✓			✓			✓	
10	Tiene que cumplir metas en un cierto periodo de tiempo			✓			✓			✓	
	DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA										
11	Las nuevas aplicaciones informáticas que usa la empresa están impactando positivamente en la forma de trabajar			✓			✓			✓	
12	La empresa se adapta constantemente a las nuevas tecnologías			✓			✓			✓	
13	responden rápidamente a las quejas de sus clientes así como a de los empleados			✓			✓			✓	
14	Es requisito tener un grado académico para ingresar a trabajar a la empresa			✓			✓			✓	
15	Normalmente trabaja con energía y rapidez			✓			✓			✓	
16	Las actividades que realizas lo haces con buena actitud			✓			✓			✓	
17	Evalúan su desempeño constantemente			✓			✓			✓	
18	Miden sus metas alcanzadas			✓			✓			✓	
19	Se supervisa el status final de los trabajos realizados			✓			✓			✓	
20	La empresa promueve una mejor calidad de servicio			✓			✓			✓	
	DIMENSIÓN 3: VENTAJA COMPETITIVA										



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

21	Realizan ofertas en la venta de productos				/		/		/
22	Se ofrecen descuentos en la cotización de servicios				/		/		/
23	Se permite realizar sugerencias de mejora continua				/		/		/
24	Se han implementado nuevas herramientas de gestión				/		/		/
25	La empresa se encarga de capacitar a todo el personal				/		/		/
26	La empresa posee las instalaciones para poder realizar su labor				/		/		/
27	Normalmente se adquieren productos originales				/		/		/
28	Se brinda garantía en la venta de todo tipo de repuestos				/		/		/
29	Se aplica los procedimientos de mejora continua que la empresa propone				/		/		/
30	Se aplica los procedimientos establecidos por la empresa cuando realiza alguna actividad				/		/		/

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: RONERO PACORA JESÚS DNI: 06253522

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

22 de 2019 del 2019



Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Gestión estratégica
Inventario *gestión estratégica*

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A		
	DIMENSIÓN 1: FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS													
1	La empresa promueve el conocimiento de la misión			✓				✓				✓		
2	Su desempeño va acorde a la misión de la empresa			✓				✓				✓		
3	Cumple con todas las actividades designadas por su jefe superior			✓				✓				✓		
4	Considera alcanzable lo que la empresa se propone en su visión			✓				✓				✓		
5	La empresa analiza las estrategias competitivas de sus competidores			✓				✓				✓		
6	La empresa analiza periódicamente a sus colaboradores			✓				✓				✓		
7	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas			✓				✓				✓		
8	La empresa le informa sobre los objetivos de corto plazo a cumplir			✓				✓				✓		
9	Las sanciones instauradas por parte de la empresa le estimulan al cumplimiento de principios			✓				✓				✓		
10	Pone en práctica los valores establecidos por la empresa			✓				✓				✓		
	DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS													
11	La empresa informa de forma precisa las actividades a realizar			✓				✓				✓		
12	Las estrategias implementadas generan el resultado esperado			✓				✓				✓		
13	Las políticas de la empresa contribuyen a mejorar la competitividad de la empresa			✓				✓				✓		
14	Se cumplen a cabalidad las políticas implementadas por la empresa			✓				✓				✓		
15	Considera que la empresa le brinda todo lo necesario para desarrollar su trabajo			✓				✓				✓		
16	Se ha visto en la necesidad de comprar algunas cosas que la empresa no le brinda			✓				✓				✓		
17	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas			✓				✓				✓		
18	Cumple los protocolos de servicio que brinda la empresa			✓				✓				✓		
19	Los resultados de la empresa son medidos periódicamente			✓				✓				✓		
20	La empresa le propone metas a cumplir en un periodo de tiempo			✓				✓				✓		
	DIMENSIÓN 3: EVALUACION DE ESTRATEGIAS													
21	El personal es constantemente evaluado			✓				✓				✓		
22	La evaluación del desempeño se debe realizar de manera continua			✓				✓				✓		
23	el personal es monitoreado constantemente por el supervisor del área			✓				✓				✓		
24	Aplica las técnicas de evaluación de herramientas de gestión			✓				✓				✓		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

21	Realizan ofertas en la venta de productos				✓			✓		✓
22	Se ofrecen descuentos en la cotización de servicios				✓			✓		✓
23	Se permite realizar sugerencias de mejora continua				✓			✓		✓
24	Se han implementado nuevas herramientas de gestión				✓			✓		✓
25	La empresa se encarga de capacitar a todo el personal				✓			✓		✓
26	La empresa posee las instalaciones para poder realizar su labor				✓			✓		✓
27	Normalmente se adquieren productos originales				✓			✓		✓
28	Se brinda garantía en la venta de todo tipo de repuestos				✓			✓		✓
29	Se aplica los procedimientos de mejora continua que la empresa propone				✓			✓		✓
30	Se aplica los procedimientos establecidos por la empresa cuando realiza alguna actividad				✓			✓		✓

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Ros Villavieja Rosas Gomez DNI: 09809744

Especialidad del validador: Administración de Empresas

..... de..... del 2019

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

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Competitividad
Inventario *Competitividad*

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: EFICACIA										
1	Conoce las actividades principales que debe realizar			/			/			/	
2	Existen indicadores claves de desempeño que ayuden a medir y supervisar su desempeño			/			/			/	
3	La empresa premia a sus mejores empleados			/			/			/	
4	Recibe remuneración por las horas extras			/			/			/	
5	Los niveles de costos determinan la rentabilidad de una empresa			/			/			/	
6	Los costos son factor fundamental para competir en el mercado			/			/			/	
7	Tiene inconvenientes con los trabajos realizados			/			/			/	
8	Cumple con los tiempos establecidos para culminar su trabajo			/			/			/	
9	Evalúan su rendimiento comparándolo con la de otros colaboradores			/			/			/	
10	Tiene que cumplir metas en un cierto periodo de tiempo			/			/			/	
	DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA										
11	Las nuevas aplicaciones informáticas que usa la empresa están impactando positivamente en la forma de trabajar			/			/			/	
12	La empresa se adapta constantemente a las nuevas tecnologías			/			/			/	
13	responden rápidamente a las quejas de sus clientes así como a de los empleados			/			/			/	
14	Es requisito tener un grado académico para ingresar a trabajar a la empresa			/			/			/	
15	Normalmente trabaja con energía y rapidez			/			/			/	
16	Las actividades que realizas lo haces con buena actitud			/			/			/	
17	Evalúan su desempeño constantemente			/			/			/	
18	Miden sus metas alcanzadas			/			/			/	
19	Se supervisa el status final de los trabajos realizados			/			/			/	
20	La empresa promueve una mejor calidad de servicio			/			/			/	
	DIMENSIÓN 3: VENTAJA COMPETITIVA										



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

25	Se monitorea su desempeño en su área de trabajo					/				/				/
26	Conoce el FODA y las líneas de actuación a seguir en los procesos de la empresa					/				/				/
27	La empresa estimula al personal para que tomen decisiones en situaciones específicas					/				/				/
28	La empresa propone mejoras en sus procesos					/				/				/
29	La empresa impone metas a alcanzar					/				/				/
30	Las metas propuestas son cumplidas la mayoría de veces					/				/				/

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: RUIR VILLAVIECHA RIVERO GARCIA DNI: 09809744

Especialidad del validador: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

..... de..... del 2019

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

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Gestión estratégica
Inventario *gestión estratégica*

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
DIMENSIÓN 1: FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS														
1	La empresa promueve el conocimiento de la misión				✓				✓				✓	
2	Su desempeño va acorde a la misión de la empresa				✓				✓				✓	
3	Cumple con todas las actividades designadas por su jefe superior				✓				✓				✓	
4	Considera alcanzable lo que la empresa se propone en su visión				✓				✓				✓	
5	La empresa analiza las estrategias competitivas de sus competidores				✓				✓				✓	
6	La empresa analiza periódicamente a sus colaboradores				✓				✓				✓	
7	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas				✓				✓				✓	
8	La empresa le informa sobre los objetivos de corto plazo a cumplir				✓				✓				✓	
9	Las sanciones instauradas por parte de la empresa le estimulan al cumplimiento de principios				✓				✓				✓	
10	Pone en práctica los valores establecidos por la empresa													
DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS														
11	La empresa informa de forma precisa las actividades a realizar				✓				✓				✓	
12	Las estrategias implementadas generan el resultado esperado				✓				✓				✓	
13	Las políticas de la empresa contribuyen a mejorar la competitividad de la empresa				✓				✓				✓	
14	Se cumplen a cabalidad las políticas implementadas por la empresa				✓				✓				✓	
15	Considera que la empresa le brinda todo lo necesario para desarrollar su trabajo				✓				✓				✓	
16	Se ha visto en la necesidad de comprar algunas cosas que la empresa no le brinda				✓				✓				✓	
17	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas				✓				✓				✓	
18	Cumple los protocolos de servicio que brinda la empresa				✓				✓				✓	
19	Los resultados de la empresa son medidos periódicamente				✓				✓				✓	
20	La empresa le propone metas a cumplir en un periodo de tiempo				✓				✓				✓	
DIMENSIÓN 3: EVALUACION DE ESTRATEGIAS														
21	El personal es constantemente evaluado				✓				✓				✓	
22	La evaluación del desempeño se debe realizar de manera continua				✓				✓				✓	
23	el personal es monitoreado constantemente por el supervisor del área				✓				✓				✓	
24	Aplica las técnicas de evaluación de herramientas de gestión				✓				✓				✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

25	Se monitorea su desempeño en su área de trabajo				✓			✓		✓
26	Conoce el FODA y las líneas de actuación a seguir en los procesos de la empresa				✓			✓		✓
27	La empresa estimula al personal para que tomen decisiones en situaciones específicas				✓			✓		✓
28	La empresa propone mejoras en sus procesos				✓			✓		✓
29	La empresa impone metas a alcanzar				✓			✓		✓
30	Las metas propuestas son cumplidas la mayoría de veces				✓			✓		✓

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: HUSHAN PONCOL JUANA BOLVINA DNI: 06186370

Especialidad del validador: TEMATICO

22 de 9 del 2019

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

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Competitividad
Inventario *Competitividad*

Nº	DIMENSIONES / Ítema	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	DIMENSIÓN 1: EFICACIA													
1	Conoce las actividades principales que debe realizar				✓				✓				✓	
2	Existen indicadores claves de desempeño que ayuden a medir y supervisar su desempeño				✓				✓				✓	
3	La empresa premia a sus mejores empleados				✓				✓				✓	
4	Recibe remuneración por las horas extras				✓				✓				✓	
5	Los niveles de costos determinan la rentabilidad de una empresa				✓				✓				✓	
6	Los costos son factor fundamental para competir en el mercado				✓				✓				✓	
7	Tiene inconvenientes con los trabajos realizados				✓				✓				✓	
8	Cumple con los tiempos establecidos para culminar su trabajo				✓				✓				✓	
9	Evalúan su rendimiento comparándolo con la de otros colaboradores				✓				✓				✓	
10	Tiene que cumplir metas en un cierto periodo de tiempo				✓				✓				✓	
	DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA													
11	Las nuevas aplicaciones informáticas que usa la empresa están impactando positivamente en la forma de trabajar				✓				✓				✓	
12	La empresa se adapta constantemente a las nuevas tecnologías				✓				✓				✓	
13	responden rápidamente a las quejas de sus clientes así como a de los empleados				✓				✓				✓	
14	Es requisito tener un grado académico para ingresar a trabajar a la empresa				✓				✓				✓	
15	Normalmente trabaja con energía y rapidez				✓				✓				✓	
16	Las actividades que realizas lo haces con buena actitud				✓				✓				✓	
17	Evalúan su desempeño constantemente				✓				✓				✓	
18	Miden sus metas alcanzadas				✓				✓				✓	
19	Se supervisa el status final de los trabajos realizados				✓				✓				✓	
20	La empresa promueve una mejor calidad de servicio				✓				✓				✓	
	DIMENSIÓN 3: VENTAJA COMPETITIVA													



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

21	Realizan ofertas en la venta de productos					✓			✓			✓
22	Se ofrecen descuentos en la cotización de servicios					✓			✓			✓
23	Se permite realizar sugerencias de mejora continua					✓			✓			✓
24	Se han implementado nuevas herramientas de gestión					✓			✓			✓
25	La empresa se encarga de capacitar a todo el personal					✓			✓			✓
26	La empresa posee las instalaciones para poder realizar su labor					✓			✓			✓
27	Normalmente se adquieren productos originales					✓			✓			✓
28	Se brinda garantía en la venta de todo tipo de repuestos					✓			✓			✓
29	Se aplica los procedimientos de mejora continua que la empresa propone					✓			✓			✓
30	Se aplica los procedimientos establecidos por la empresa cuando realiza alguna actividad					✓			✓			✓

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: HUAMAN RONCAL JUANA BALVINA DNI: 06 18 6370

Especialidad del validador: TEMATICO

22 de 9 del 2019

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

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

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 5.

Detalle de confiabilidad

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La empresa promueve el conocimiento de la misión	80,18	278,926	,084	,904
Su desempeño va acorde a la misión de la empresa	79,84	263,280	,522	,897
Cumple con todas las actividades designadas por su jefe superior	79,78	259,644	,601	,895
Considera alcanzable lo que la empresa se propone en su visión	79,62	275,628	,174	,903
La empresa analiza las estrategias competitivas de sus competidores	79,32	272,712	,234	,902
La empresa analiza periódicamente a sus colaboradores	79,32	272,793	,237	,902
Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas	79,40	258,082	,568	,896
La empresa le informa sobre los objetivos de corto plazo a cumplir	79,66	260,515	,526	,897
Las sanciones instauradas por parte de la empresa le estimulan al cumplimiento de principios	79,22	263,277	,489	,897
Pone en práctica los valores establecidos por la empresa	79,66	257,494	,606	,895
La empresa informa de forma precisa las actividades a realizar	79,44	265,680	,556	,897
Las estrategias implementadas generan el resultado esperado	79,48	263,153	,554	,896

Las políticas de la empresa contribuyen a mejorar la competitividad de la empresa	79,20	259,510	,560	,896
Se cumplen a cabalidad las políticas implementadas por la empresa	79,64	262,807	,595	,896
Considera que la empresa le brinda todo lo necesario para desarrollar su trabajo	79,60	268,735	,372	,899
Se ha visto en la necesidad de comprar algunas cosas que la empresa no le brinda	79,40	262,735	,532	,897
Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas	79,34	262,678	,542	,896
Cumple los protocolos de servicio que brinda la empresa	79,34	262,678	,532	,897
Los resultados de la empresa son medidos periódicamente	79,32	261,569	,557	,896
La empresa le propone metas a cumplir en un periodo de tiempo	79,42	261,514	,518	,897
El personal es constantemente evaluado	79,28	257,185	,680	,894
La evaluación del desempeño se debe realizar de manera continua	79,48	265,928	,460	,898
el personal es monitoreado constantemente por el supervisor del área	78,90	266,500	,453	,898
Aplica las técnicas de evaluación de herramientas de gestión	78,98	268,673	,398	,899
Se monitorea su desempeño en su área de trabajo	79,08	266,116	,511	,897
Conoce el FODA y las líneas de actuación a seguir en los procesos de la empresa	79,08	265,300	,502	,897

La empresa estimula al personal para que tomen decisiones en situaciones específicas	79,24	266,758	,480	,898
La empresa propone mejoras en sus procesos	79,08	273,340	,228	,902
La empresa impone metas a alcanzar	79,30	267,643	,366	,900
Las metas propuestas son cumplidas la mayoría de veces	79,46	269,111	,339	,900

Anexo 6.

Base de datos

Variable: Gestión Estratégica

Visible: 76 de 76 variables

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAF
1	1	1	3	2	2	2	5	1	3	2	3	2	3	2	3	
2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	
3	1	2	1	2	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	2	
4	1	1	1	3	5	4	2	3	1	1	2	1	1	1	2	
5	1	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	2	2	3	4	
6	1	2	2	3	4	2	4	5	4	5	4	5	4	4	4	
7	2	2	3	1	4	4	5	5	4	2	3	3	5	2	3	
8	2	3	3	4	1	1	1	1	5	1	3	4	5	4	1	
9	1	1	1	4	4	1	4	2	1	1	3	2	1	2	1	
10	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	1	4	
11	1	5	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	
12	1	4	5	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
13	1	3	3	4	4	2	5	1	4	2	4	1	2	3	1	
14	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	
15	2	2	2	1	2	4	3	2	3	1	3	3	3	3	3	
16	2	4	5	3	3	4	4	3	1	5	5	4	4	2	1	
17	4	2	4	2	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	
18	4	3	2	3	3	4	2	2	3	1	2	1	1	2	2	
19	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	
20	5	4	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	
21	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	
22	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
23	3	4	3	2	2	3	4	1	4	2	3	1	3	3	2	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

05:03 p.m. 30/11/2019

Variable: Competitividad

TESIS 1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 76 de 76 variables

	VAR00035	VAR00036	VAR00037	VAR00038	VAR00039	VAR00040	VAR00041	VAR00042	VAR00043	VAR00044	VAR00045	VAR00046	VAR00047	VAR00048	VAR00049	VAR00050
1	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4
2	4	3	3	2	4	5	4	3	5	5	2	1	4	5	4	4
3	4	3	1	5	4	5	4	5	5	5	4	2	2	4	4	4
4	2	1	1	2	3	2	4	5	4	3	4	2	2	4	2	2
5	5	5	4	3	2	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4
6	2	1	1	5	5	1	5	4	4	3	4	3	5	4	3	3
7	2	3	1	3	1	4	2	3	3	3	1	1	4	3	2	2
8	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	3	2	2	2
9	1	1	4	4	4	3	3	4	4	3	1	1	4	3	2	2
10	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	5	5
11	3	3	4	4	5	5	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4
12	3	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	3	3	3
13	4	4	2	3	3	2	4	3	4	2	3	2	3	4	3	3
14	4	4	4	2	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
15	1	1	2	1	1	1	2	2	2	3	4	4	4	3	2	2
16	5	5	5	3	4	4	5	3	3	4	1	1	4	5	1	1
17	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4
18	2	3	4	4	2	4	3	4	5	2	3	2	2	4	4	4
19	2	3	3	2	3	2	4	5	3	2	3	2	3	3	1	1
20	4	4	4	3	3	4	5	3	3	5	3	4	4	4	2	2
21	3	3	4	4	2	2	3	5	2	2	4	4	3	4	4	4
22	1	1	2	3	3	2	4	3	2	3	2	3	2	4	5	5
23	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4

Vista de datos Vista de variables

Área de información IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

ANEXO 7.

Evidencias

7.1 Cuadro de observaciones

CUADRO DE OBSERVACION - SERVICIO REALIZADOS - 2019							ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	
ITEM	RAZON SOCIAL	RUC	PERSONAL DE CONTACTO	CARGO	CORREO	CELULAR									
1	NESTLE PERU SA	20263322496	Walter Carhuayo	Jefe de distribucion	Walter.Carhuayo@pe.nestle.com	981543899	ok	ok	ok	ok	X	ok	X	ok	
2	INVERSIONES CYS SA	20215528791	Sandro Sifuentes	Jefe de Operaciones	ssifuentes@decorcenter.pe	994106956	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
3	RANSA COMERCIAL SA	20100039207	Niky Nuñez	Jefe de Maquinarias y Equipos	nnunez@ransa.net	971218274	X	ok	ok	ok	X	ok	ok	ok	
4	DATACONT	20100131359	Patricia Ynsua	Jefe de Almacén	pynsua@datacont.com	933220120	ok	ok	ok	ok	ok	X	ok	ok	
5	KURESA	20100069297	Estefany Osorio	Asistente de Mantenimiento	eosorio.pegafan@gmail.com	991689494	ok	ok	X	ok	ok	ok	ok	ok	
6	POSFORERA PERUANA SA	20100069963	Edith Aguilar	Planificador de Mantenimiento	eaguilar@fopesa.com.pe	941362349	ok	ok	ok	ok	ok	ok	X	ok	
7	CENARES	20538298485	Fredy Rosales	Profesional de Ingeniería	frosales@minsa.gob.com.pe	990267726	ok	X	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
8	DIVEMOTOR	2050279723	Jorge Quispe	Coordinador de Almacenaje	jquispe@divemotor.com.pe	955645236	ok	ok	ok	ok	X	ok	ok	ok	
9	SOCOPUR	20128967606	Juan Guarniz	Jefe de almacén y Distribucion	compras.lima@gruposcp.com	987559340	ok	ok	X	ok	ok	ok	ok	X	
10	AVON	20100078792	Luis Cabello	Encargado de Mantenimiento	takechi.gutarra@avon.com	949218912	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
11	DEPOSITOS SA	20100044626	Wendy Ramirez/Yuri Caballero	Comprador/Mecanico	wramirez@ransa.net	941697540	ok	ok	ok	X	ok	ok	X	ok	
12	QUIMICA SUIZA SAC	20100085225	Ing. Marco Garcia	Jefe de Mantenimiento	mgarciat@quimicasuiza.com	952331678	ok	ok	ok	ok	X	ok	ok	ok	
13	LABORATORIO HOFARM	20340530064	Ing. Angel Lazo	Jefe de Mantenimiento	angel.lazo@hofarm.com	996593941	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
14	GILDEMEISTER	20506006024	Pedro Flores	Encargado de Mantenimiento	pfloresm@gildemeister.pe	997567236	ok	ok	ok	ok	X	ok	ok	ok	
15	DROGAVET	20536363221	Ing. Luis Quillay	Jefe de Mantenimiento	almacen.logistica@grupodroga-vet.com	998392291	ok	ok	X	ok	ok	ok	ok	ok	
16	ELECTROLUX	20100073308	Leoncio Mera	Encargado de Mantenimiento	leoncio.mera@electrolux.com	975582571	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
17	PROVALLE	20254664465	Julio Silva	Supervisor de Mantenimiento	mantenimiento@vallealto.com.pe	992738649	ok	X	ok	ok	X	ok	X	ok	

MECHATRONIC SERVICES DEL PERU SAC.
 RUC: 20536363221

 MERLIZA M. CASTRO MORI
 REPRESENTANTE LEGAL
 DNI: 34653376

18	FARMEX	20100141583	Ing Cesar Amar	Jefe de Mantenimiento	camar@farmex.com.pe	947466583	ok	X	ok	ok	ok	X	ok	ok	
19	FERROSALT	20464265504	Armando Farfan	Jefe de Mantenimiento	jefe.mantenimiento@ferrosalt.com.pe	922183334	ok	ok	X	ok	X	ok	ok	ok	
20	ACEROS OTERO	20555670266	Jorge Ampuero	Encargado de Mantenimiento	jampuero@oteroindustrial.com.pe	-	X	ok	X	ok	ok	X	ok	ok	
21	OLISAC	20430178963	Daniel Hurtado	Encargado de Mantenimiento	nelson.jara@olisac.com.pe	943595176	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
22	EDEGEL	20330791412	Ing. Vicente Zavala	Encargado de Mantenimiento	vzavala@edegel.com	996433086	ok	ok	ok	ok	ok	ok	X	ok	
23	DISTRIBUIDORA EDUSA	20329895352	Cesar Rubio	Encargado de Mantenimiento	crubio@gruposanchez.com.pe	988171796	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
24	LINROS SRL	20168406887	Sol Vasquez	Encargado de Mantenimiento	secretaria.lima@linros-interinsumos.com	957279136	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
25	INVERSIONES LOS ROSALES	20376006361	Robert Canchaya	Encargado de Mantenimiento	rcanchaya@thomas.com.pe	981097335	X	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
26	S & M FOODS	20542089106	Ing. Romel Huaman	Coordinador de planta	rhuaman@smfoods.com.pe	992757186	ok	X	ok	ok	X	X	ok	ok	
27	IND. DEL ESPINO	20163901197	Ing. Victor Romero	Jefe de Mantenimiento	-	975752673	ok	X	ok	ok	ok	ok	ok	ok	
28	LA LLAVE SAC	20503382742	Antony Barrios	Encargado de Mantenimiento	abarrios@lallave.com.pe	981110486	ok	ok	ok	ok	X	ok	ok	ok	
29	ARCHROMA SAC	20552611307	Cristian Valdivia	Jefe de Mantenimiento	crithian.valdivia@archroma.com	983493925	ok	X	ok	X	ok	ok	ok	ok	
30	SOALSACK	20510051395	Saulo Carazas	Asistente de Compras	compras01@soalsac.com	989245986	ok	ok	ok	ok	X	ok	ok	X	
31	KOMATSU MITSUI	20253076495	Jorge Lapoint	Encargado de Mantenimiento	jorgelapoint@kmmp.com.pe	976331803	ok	X	X	ok	ok	ok	X	X	
TOTAL								3	7	6	2	10	4	6	3

MECHATRONIC SERVICE DEL PERÙ SAC.
 RUC: 20542064906
 MERLIZA M. CASTRO MORI
 REPRESENTANTE LEGAL
 DNI: 44609376

7.2 Status de clientes nuevos y salientes

STATUS DE CLIENTES		
TOTAL	NUEVOS CLIENTES	AÑO
3	KOMATSU MITSUI - VALLENORTE - VEGA SAC	2019
4	SOALSACK - INDUPARCK - ELECTROLUX - GILDEMEISTER	2018
5	QUIMICA SUIZA - DINET - OPP FILM - HOFARM - FARMEX	2017
4	NESTLE PERU SA - RANSA - TASA - PROVALLE	2016
TOTAL	CLIENTES PERDIDOS	AÑO
4	DOÑA GUMI - FALABELLA - MAESTRO - PERUVIAN NATURE	2019
3	VALLEFRESCO - SODIMAC - LANSIER SAC	2018
4	LUBCOM - BACKELS - TRANSEL - UNIMAR	2017
3	PEPSICO - CHOCOLATES DEL PERU - TOTTUS	2016

MECHATRONIC SERVICE DEL PERÙ SAC.
RUC 2063004903

MERLIZA M. CASTRO MORI
REPRESENTANTE LEGAL
DNI 44608276

7.3 Reporte de ventas

REPORTE DE VENTAS -MECHATRONIC SERVIC DEL PERU SAC

2015	2016	2017	2018
S/. 620,419.00	S/. 743,690.00	S/ 717,416.00	S/. 754,829.00



MECHATRONIC SERVICE DEL PERÚ SAC.
RUC 2053001805
Merliza M. Castro Mori
MERLIZA M. CASTRO MORI
REPRESENTANTE LEGAL
DNI 8426176

Anexo 8.

Matriz de evidencias para discusión (internas y externas)

Variable y/o dimensión	Resultado	
	Variable y/o dimensión	Interrelación con variable 2
Gestión estratégica	Óptimo 24% Deficiente 32%	De los encuestados un 46% consideraron que la gestión estratégica competitividad está implementada de manera regular, mientras que un 30% consideran que es óptimo
Formulación de estrategias	Óptimo 26% Deficiente 46%	De los encuestados un 48% consideraron que la formulación de estrategias y competitividad se da de manera regular, mientras que un 22% consideran que es óptimo
Implementación de estrategias	Óptimo 12% Deficiente 26%	De los encuestados un 38% consideraron que la implementación de estrategias y competitividad se da de manera regular, mientras que un 28% consideran que es óptimo
Evaluación de estrategias	Óptimo 24% Deficiente 32%	De los encuestados un 40% consideraron que la evaluación de estrategias y competitividad se da de manera regular, mientras que un 26% consideran que es óptimo
Competitividad	Óptimo 22% Deficiente 52%	
Eficacia	Óptimo 28% Deficiente 32%	
Eficiencia	Óptimo 12% Deficiente 60%	
Ventaja competitiva	Óptimo 18% Deficiente 46%	

Matriz de evidencias externas para la discusión

Variables: Administración del cambio y productividad

Autor (Año)	Hipótesis	Prueba estadística
Gonzales (2018)	La gestión estratégica empresarial y la competitividad del personal percibidos por los decente del colegio Data System´s Ingenieros de Ica en el año 2016 se relacionan significativamente.	Rho de Spearman: (r=0.824) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
	Existe relación significativa entre políticas establecidas en la gestión empresarial y la competitividad de personal en el colegio Data System´s Ingenieros de Ica	Rho de Spearman: (r=0.637) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
	Existe relación significativa entre el planeamiento establecido en la gestión empresarial y la competitividad de personal en el colegio Data System´s Ingenieros de Ica	Rho de Spearman: (r=0.729) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
	Existe relación significativa entre el control establecido en la gestión empresarial y la competitividad de personal en el colegio Data System´s Ingenieros de Ica	Rho de Spearman: (r=0.696) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
Loayza(2018)	Existe relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las Mypes del rubro de restaurante, distrito San Miguel, 2018.	Rho de Spearman: (r=0.909) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
	Existe relación entre la formulación estratégica y la competitividad en las Mypes del rubro de restaurante, distrito San Miguel, 2018.	Rho de Spearman: (r=0.855) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
	Existe relación entre la implementación estratégica y la competitividad en las Mypes del rubro de restaurante, distrito San Miguel, 2018.	Rho de Spearman: (r=0.847) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
	Existe relación entre la evaluación estratégica y la competitividad en las Mypes del rubro de restaurante, distrito San Miguel, 2018.	Rho de Spearman: (r=0.969) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
Castañeda(2015)	Existe una relación directa entre planificación estratégica y competitividad en el área de gestión de rutas empresa de valores Prosegur Surco - Lima 2017.	Rho de Pearson: (r=0.586) Sig. (Bilateral) =0.011 ≤0.05)
	Existe una relación entre planificación estratégica y crear, desarrollar y sostener, en el área de gestión de rutas empresa de valores Prosegur Surco - Lima 2017.	Rho de Pearson: (r=0.531) Sig.

		(Bilateral) =0.023 ≤0.05)
	Existe una relación entre planificación estratégica y conquistar la preferencia en el área de gestión de rutas empresa de valores Prosegur Surco - Lima 2017.	Rho de Pearson: (r=0.611) Sig. (Bilateral) =0.024 ≤0.05)
	Existe una relación entre planificación estratégica y los mercados en el área de gestión de rutas empresa de valores Prosegur Surco – Lima 2017.	Rho de Pearson: (r=0.605) Sig. (Bilateral) =0.007 ≤0.05)
	Existe una relación entre planificación estratégica y lograr resultados financieros y humanos en el área de gestión de rutas empresa de valores Prosegur Surco – Lima 2017.	Rho de Pearson: (r=0.605) Sig. (Bilateral) =0.008 ≤0.05)
Mayta (2018)	Existe una relación significativa entre la estrategia empresarial y la competitividad de las agencias de aduana en el distrito de Tacna.	Chi-cuadrada: (x ² =0.880) Sig. (Bilateral) =0.000 ≤0.05)
	El tipo de estrategia empresarial adoptada por las agencias de aduana del distrito de Tacna es la estrategia intensiva.	Chi-cuadrada: (x ² =0.428) Sig. (Bilateral) =0.024 ≤0.05)
	El nivel de competitividad en la agencias de aduana del distrito de Tacna es baja.	Chi-cuadrada: (x ² =0.208) Sig. (Bilateral) =0.001 ≤0.05)

Anexo 9.

Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken

Variable: Gestión estratégica

N° Items		□	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 2	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 3	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 4	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 5	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 6	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00

Item 7	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 8	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 9	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 10	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 11	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 12	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 13	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 14	Relevancia	4	0.00	1.00

	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 15	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 16	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 17	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 18	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 19	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 20	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 21	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00

	Claridad	4	0.00	1.00
Item 22	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 23	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 24	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 25	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 26	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 27	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 28	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00

Item 29	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 30	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00

Fuente: Elaboración propia

Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken

Variable: Competitividad

N° Items		□	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 2	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 3	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 4	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00

	Claridad	4	0.00	1.00
Item 5	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 6	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 7	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 8	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 9	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 10	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 11	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00

Item 12	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 13	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 14	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 15	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 16	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 17	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 18	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 19	Relevancia	4	0.00	1.00

	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 20	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 21	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 22	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 23	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 24	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 25	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 26	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00

	Claridad	4	0.00	1.00
Item 27	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 28	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 29	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 30	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00

Fuente: Elaboración propia

Anexo 10.

Autorización de la empresa



Carabaylo, 16 de septiembre de 2019

CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR TESIS

Estimados estudiantes, Yovana Leguia Lopez y Jaime Torres Torres de la casa universitaria Cesar Vallejo

Presente, _

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la solicitud enviada el 02 de septiembre fue aprobada. Con mucho gusto habré de brindarles mi colaboración para que puedan llevar a cabo su investigación.

Les deseo muchos éxitos en el desarrollo de su tesis y confió que de la misma resulte una aportación valiosa al mejoramiento de nuestra empresa.

Cordialmente

MECHATRONIC SERVICE DEL PERU SAC.

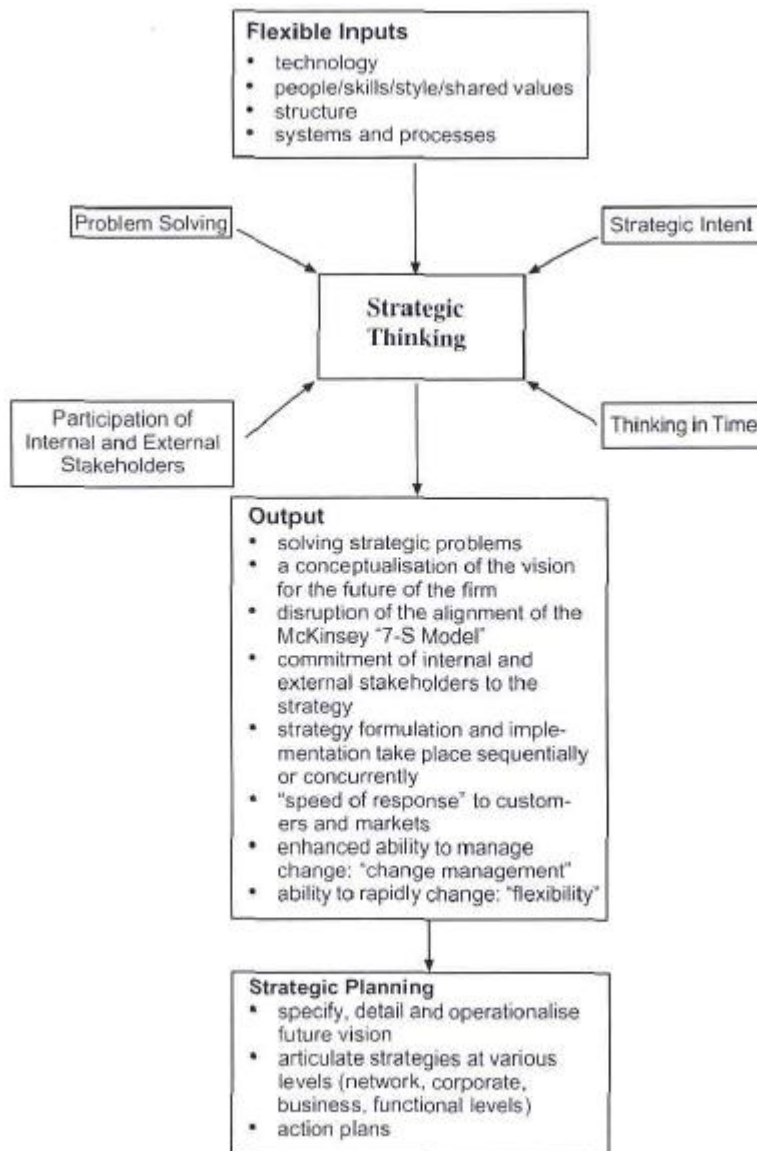

DANNY VALDIVIEZO GOYCOCHEA
GERENTE DE OPERACIONES

DANNY VALDIVIEZO GOYCOCHEA
GERENTE GENERAL
MECHATRONIC SERVICE DEL PERU SAC

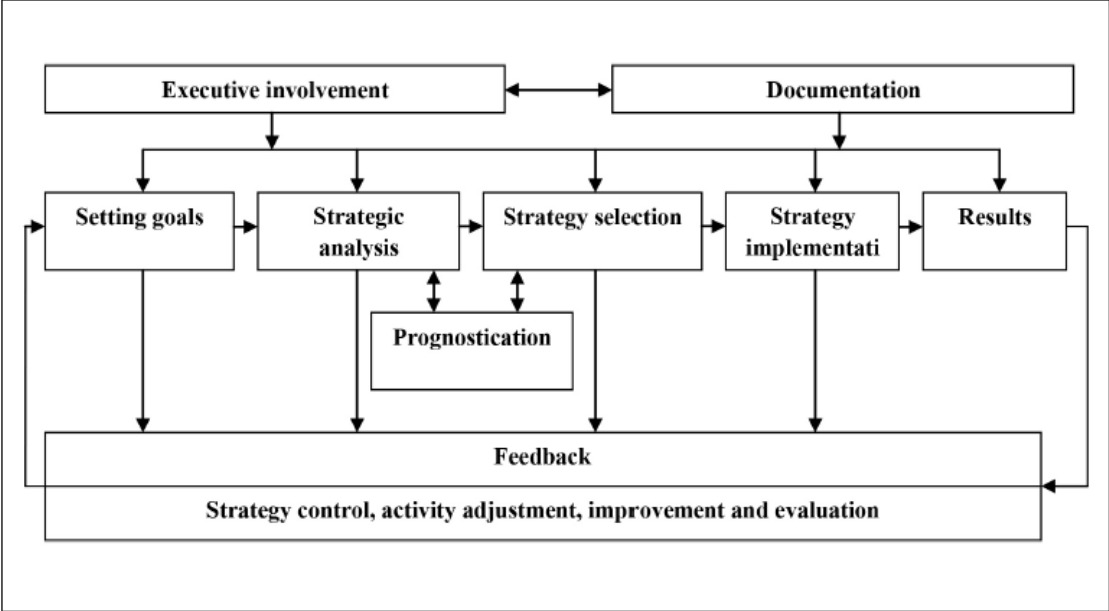
ANEXO 13.

Gráficos de Artículos científicos

Pensamiento estratégico Planeación estratégica



El modelo teórico de la importancia de las actividades de planificación estratégica para los resultados de una organización.

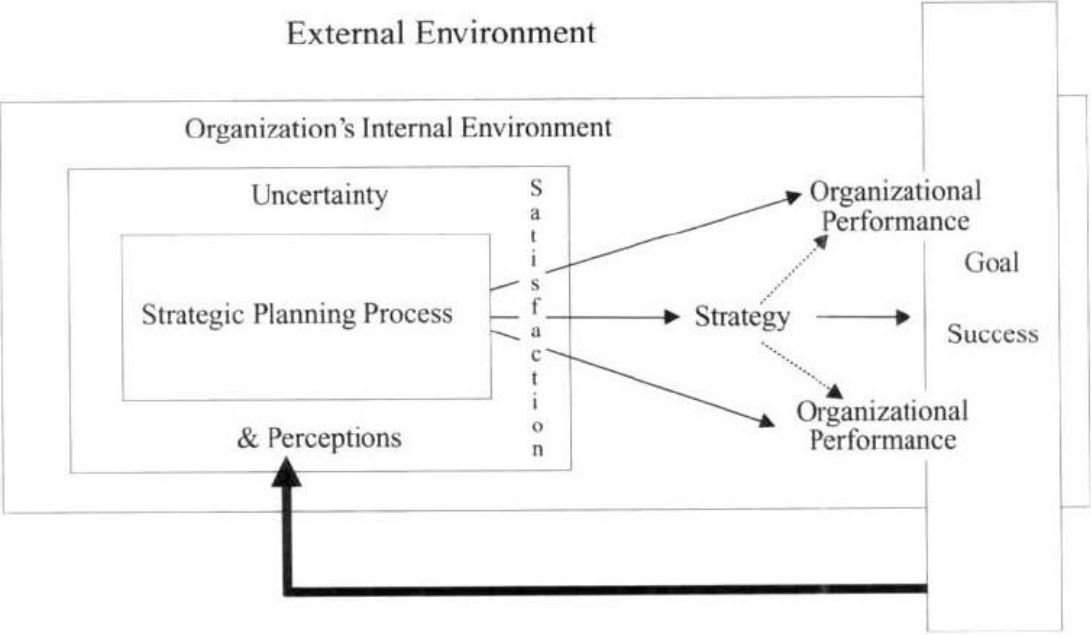


Source: own based on Espinosa (2009), Stewart (2002), Vargo and Seville (2011) and Svagzdiene et al. (2015)

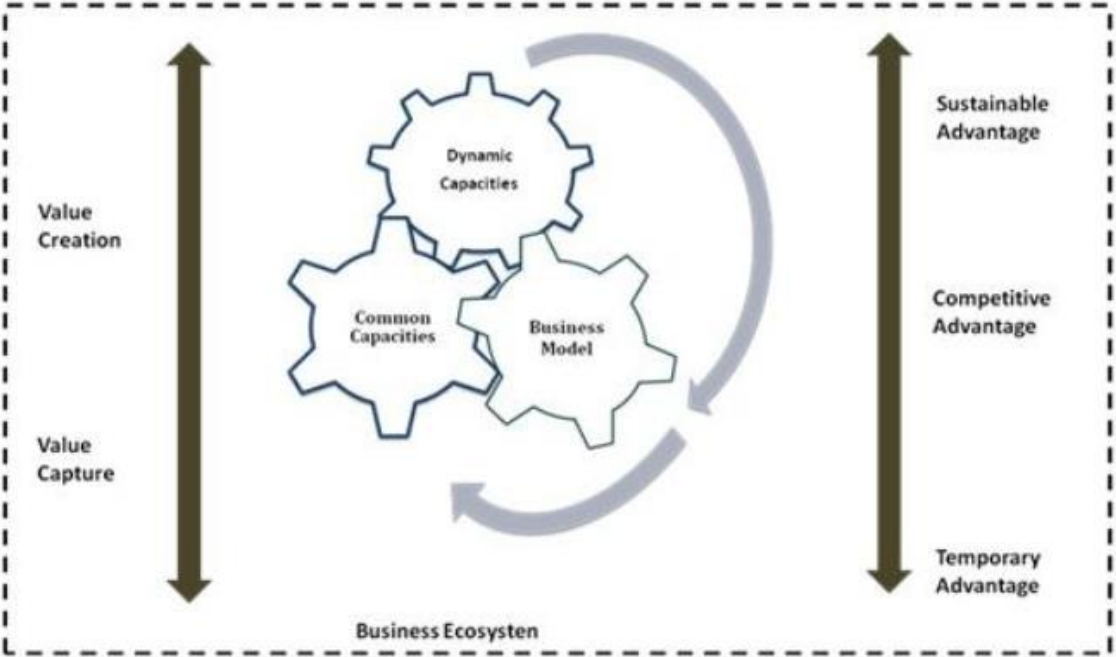
Sistema de planificación estratégica



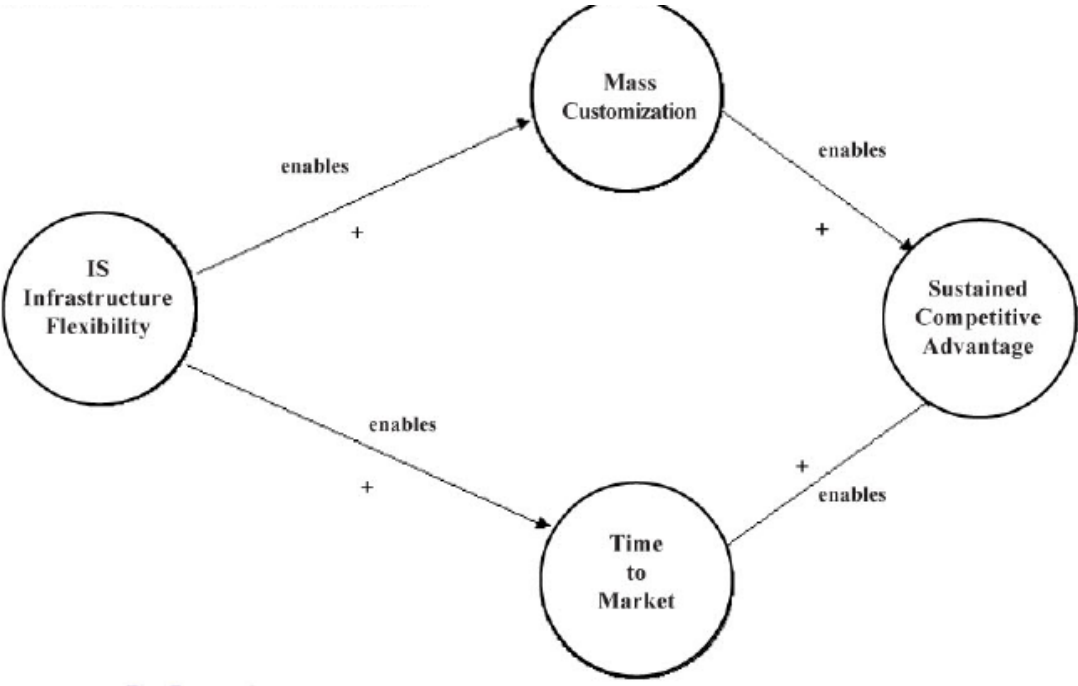
Detalle de las áreas conceptuales de planificación estratégica



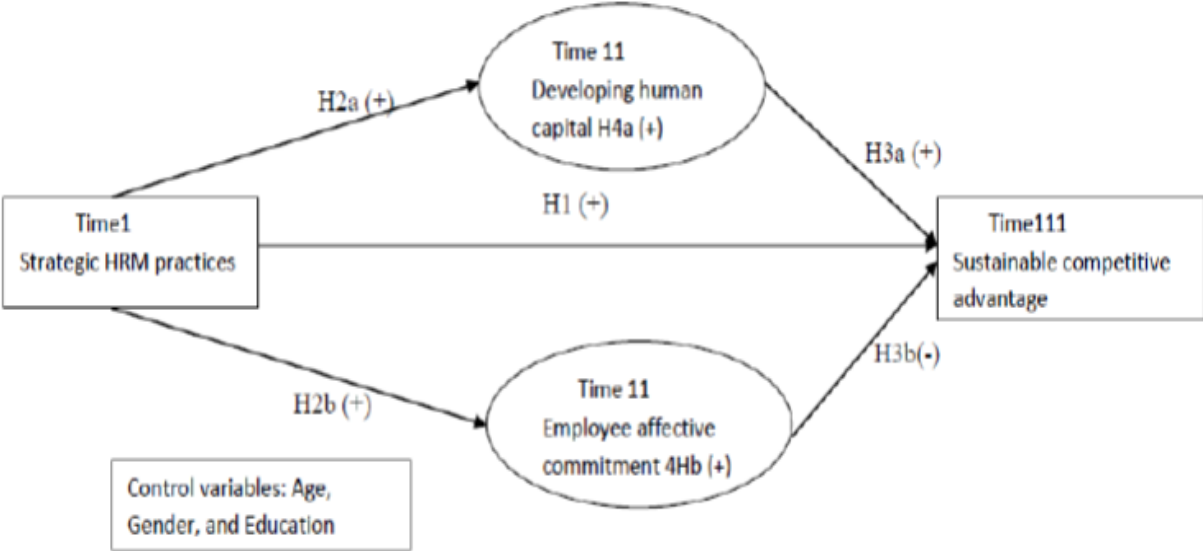
Creación de valor y promoción sostenible a través de un modelo de negocio dinámico



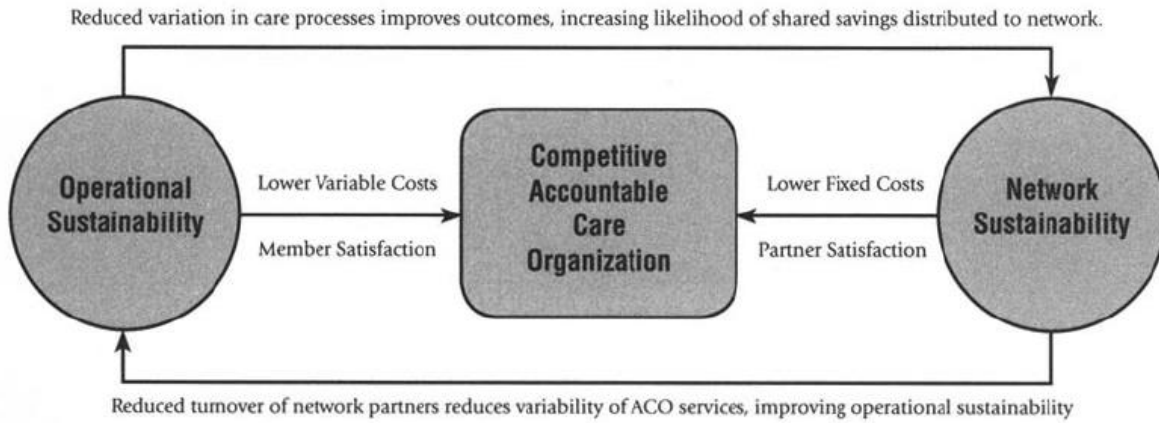
Un modelo que relaciona la infraestructura de tecnología de la información con una ventaja competitiva sostenida a través de competencias básicas



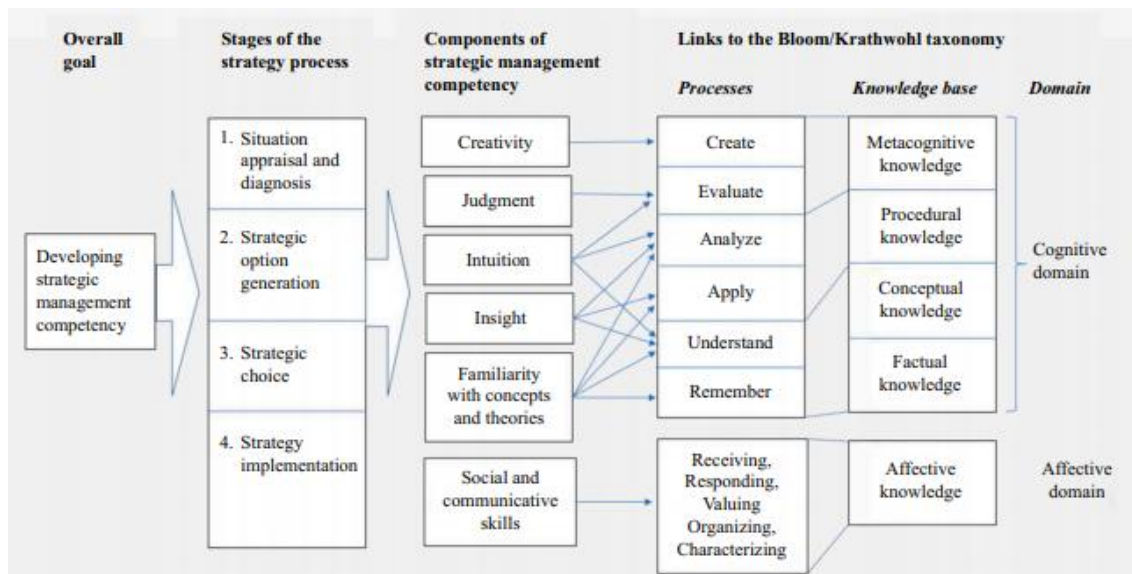
Ventaja competitiva sostenible



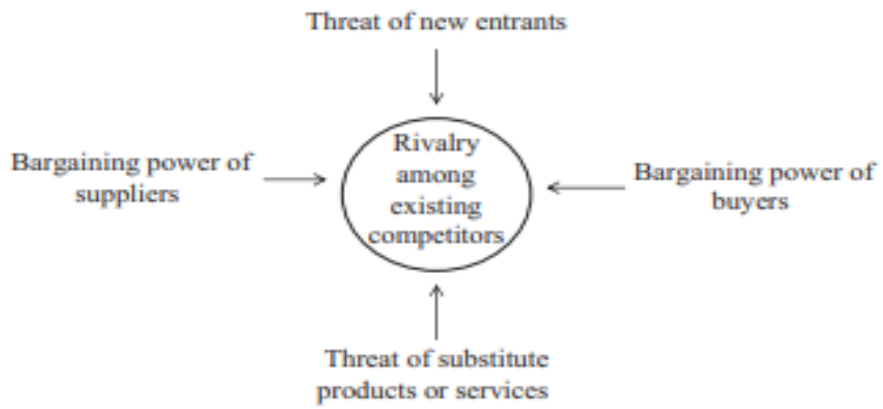
La relación entre sostenibilidad y ventaja competitiva



Vincular la competencia de gestión estratégica con la taxonomía de objetivos educativos de Bloom



El marco de las cinco fuerzas para analizar el atractivo de una industria



Gestión estratégica en el contexto publico

