



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Plan estratégico y competitividad desde la perspectiva de los  
colaboradores en la unidad ejecutora del hospital San Juan de  
Lurigancho- 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Administración

**AUTORES:**

Leon Tolentino, Jorge Ricardo (ORCID: 0000-0002-3751-1758)

Piñan Bernardo, Susana Yuliana (ORCID: 0000-0002-4980-9965)

**ASESOR:**

Mgr. Lino Gamarra, Edgar Laureano (ORCID: 0000-0003-4627-6339)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2019

## **Dedicatoria**

A mi madre, por su ánimo constante incondicional para seguir adelante, a mis amados hijos por ser la inspiración, y darme la fortaleza necesaria, amor y paciencia.

## **Agradecimiento**

Agradezco a la universidad César Vallejo por darme la oportunidad de prepararme y desarrollarme como profesional. A mi Asesor Mgtr. Edgar Laureano Lino Gamarra por su guía, y paciencia, lo cual permitió lograr nuestros objetivos académicos.

## Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de Investigación	13
3.2. Operacionalización de variables	14
3.3. Población y muestra	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
3.5. Procedimiento	22
3.6. Método de análisis de datos	23
3.7. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	40
VI. CONCLUSIONES	43
VII. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	45
ANEXOS	50

## Índice de tablas

Tabla 1.	Matriz de operacionalización de las variables	16
Tabla 2.	Población de la investigación	17
Tabla 3.	Baremo de la variable Plan estratégico	20
Tabla 4.	Baremo de la variable Competitividad	20
Tabla 5.	Juicio de expertos	21
Tabla 6.	Estadística de fiabilidad del plan estratégico	22
Tabla 7.	Estadística de fiabilidad de la competitividad	22
Tabla 8.	Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable plan estratégico	24
Tabla 9.	Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión identidad	25
Tabla 10.	Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión diagnóstico	26
Tabla 11.	Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión propuesta de gestión	27
Tabla 12.	Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable competitividad.	28
Tabla 13.	Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión meta.	29
Tabla 14.	Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión macro.	30
Tabla 15.	Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión micro.	31
Tabla 16.	Distribución de frecuencias y porcentajes según los niveles de percepción acerca del plan estratégico y la competitividad	32
Tabla 17.	Distribución de frecuencias y porcentajes según los niveles de percepción acerca de la identidad y la competitividad	33
Tabla 18.	Distribución de frecuencias y porcentajes según los niveles de percepción acerca del diagnóstico y la competitividad	34
Tabla 19.	Distribución de frecuencias y porcentajes según los niveles de percepción acerca de la propuesta de gestión y la competitividad	35

Tabla 20. Relación de la muestra paramétricas, según Spearman entre el plan estratégico y la competitividad.	36
Tabla 21. Relación de la muestra paramétricas, según Spearman entre la identidad y la competitividad.	37
Tabla 22. Relación de la muestra paramétricas, según Spearman entre el diagnóstico y la competitividad.	38
Tabla 23. Relación de la muestra paramétricas, según Spearman entre la propuesta de gestión y la competitividad.	39

## Índice de figuras

Figura 1.	Percepción de plan estratégico.	24
Figura 2.	Percepción de identidad.	25
Figura 3.	Percepción de diagnóstico.	26
Figura 4.	Percepción de propuesta de gestión.	27
Figura 5.	Percepción de propuesta de competitividad.	28
Figura 6.	Percepción de meta.	29
Figura 7.	Percepción de macro.	30
Figura 8.	Percepción de micro.	31
Figura 9.	Barras agrupadas del plan estratégico y la competitividad	32
Figura 10.	Barras agrupadas de la identidad y la competitividad	33
Figura 11.	Barras agrupadas del diagnóstico y la competitividad	34
Figura 12.	Barras agrupadas de la propuesta de gestión y la competitividad	35

## Resumen

En la presente investigación cuyo objetivo fue determinar la relación entre Plan estratégico y Competitividad desde la perspectiva de los colaboradores en la unidad ejecutora del hospital San Juan de Lurigancho- 2018

La investigación según su finalidad fue del tipo aplicada y nivel descriptivo, enfoque cuantitativo y diseño no experimental. La población fue conformada por 90 trabajadores y la muestra se constituyó en 73 trabajadores, siendo el tipo de muestra fue probabilístico aleatorio simple. La técnica empleada para recabar información fue a través de encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron de cuestionarios debidamente validados mediante de juicios de expertos cuya confiabilidad fue determinada a través del estadístico Alfa de Cronbach: (0,890 y 0,965), demostrando según los resultados una alta confiabilidad.

En la presente investigación se determinó el 81% de los trabajadores encuestado en la unidad ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho manifiestan el plan estratégico es adecuada y el 51,7% de los trabajadores indican que la competitividad es regular. Sin embargo, se concluyó que los resultados de la prueba de Rho Spearman, cuyo valor es ( $r = 0.660$ ) lo que indica una correlación positiva moderada, además el valor de  $P = 0,000$  resulta menor al de  $P = 0,05$  y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) asumiendo que existe relación significativa entre el plan estratégico y competitividad en la unidad ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho-Lima 2018.

**Palabras Claves:** Plan estratégico, identidad, diagnóstico, propuesta de gestión, la competitividad

## **Abstract**

In the present investigation whose objective was to determine the relationship between Strategic Plan and Competitiveness from the perspective of the collaborators in the executing unit of the hospital San Juan de Lurigancho- 2018

The research according to its purpose was of the applied type and descriptive level, quantitative approach and non-experimental design. The population was made up of 90 workers and the sample consisted of 73 workers, the type of sample being simple random probabilistic. The technique used to collect information was through a survey and the data collection instruments were questionnaires duly validated by expert judgments whose reliability was determined through the Cronbach's Alpha statistic: (0,890 and 0,965), demonstrating according to the results a high reliability.

In the present investigation it was determined that 81% of the workers surveyed in the executing unit of the San Juan de Lurigancho Hospital state that the strategic plan is adequate and 51.7% of the workers indicate that competitiveness is regular. However, it was concluded that the results of the Rho Spearman test, whose value is ( $r = 0.660$ ) which indicates a moderate positive correlation, besides the value of  $P = 0.000$  is lower than that of  $P = 0.05$  and consequently the relationship is significant at 95% and the null hypothesis ( $H_0$ ) is rejected assuming that there is a significant relationship between the strategic plan and competitiveness in the executing unit of the Hospital San Juan de Lurigancho-Lima 2018.

**Keywords:** Strategic plan, identity, diagnosis, management proposal, competitiveness

## I. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones recurren constantemente a cambiar pues las transformaciones sociales dan por continuo en una sociedad globalizada e interconectada. En ese contexto, los organismos públicos o privados buscan dar cumplimiento a sus metas y objetivos para bienestar de todos sus usuarios. Desde tal perspectiva, las instituciones como organismo creado para cumplir metas previamente establecidas, en la actualidad ofrecen servicios que se sustentan sobre una serie de tecnologías nuevas, que son de necesaria implementación como resultado de la globalización, y que son aspectos relevantes para las organizaciones, por ello son parte de la temática más relevante en el planeamiento estratégico y competitividad.

Las instituciones de salud a nivel mundial son entidades notables por sus fines y son además muy sensibles a la globalización, no obstante, muchas se adaptan con lentitud a los requerimientos sociales, por ello se incide la necesidad de contar en el planeamiento estratégico y la competitividad. Por ejemplo, en la fidelización que al no ser focalizada con un sentido trascendente sino con un sentido netamente comercial, se descuidan los atributos de calidad deseados por los usuarios, en vista que no son simplemente clientes, sino ciudadanos los cuales tienen derechos y deberes que respetar y cumplir; por esta razón, es menester exigir un servicio de salud adecuado, dado que se incide erróneamente en la confianza y lealtad que tiene el ciudadano a la institución de salud pública hacia la cual se encamine, idea que se sostiene en base a que el usuario ha de realizar o desarrollar una atención médica de calidad. Así se asume, efectuándose indudablemente bajo la realidad organizativa del Estado, con la elemental orientación y acatamiento de las entidades gubernamentales a cubrir los requerimientos y demandas de la población; circunstancia que, en realidad, incluye a todas los centros de salud a nivel nacional.

Si se observa a nivel nacional, los centros de salud públicos, generalmente se ven afectadas por errores a nivel organizacional. Esto ocurre, en vista de que los trabajadores no están correcta y oportunamente informados de lo que acontece en el interior de la institución, como el desconocimiento de la misión, visión y objetivos del centro de salud, los avances y progresos de la institución, la normativa

o instrucciones a seguir para ofrecer, para que de ese modo se posibilite el dar un óptimo planeamiento estratégico y calidad de servicio. En la actualidad, sin embargo, en que se vive un mundo totalmente competitivo, resulta de mucha importancia que las instituciones de salud pública sientan interés por la percepción que tienen sus usuarios de la misma.

En caso contrario, de mantenerse este problema en las modificaciones organizacionales según los componentes que participan en el planteamiento estratégico de los centros de salud, se obstaculizan a éstas de forma perenne a sostener de manera adecuada la estructura establecida desde la misión de la organización, su visión, sus objetivos, así como también de sus valores. De igual forma, se las restringe en conocer respecto a contar con un nivel de conocimiento efectivo con relación a los rasgos que participan en su actuar organizacional, tanto interno como externo, así como respecto a la alta competitividad que requiere para afrontar el entorno cambiante. Por este motivo se trató de establecer como materia de estudio los principios estratégicos que faciliten la orientación de la competitividad del centro de salud, de tal forma que se considere más la relevancia de tener una apropiada evolución en los componentes que le integran, como también respetar y acatar las necesidades, requerimientos conforme a las expectativas de sus usuarios.

De acuerdo con ello, la comunidad de San Juan de Lurigancho y las entidades gubernamentales del país, generalmente, no identifican y distinguen el planteamiento estratégico y la competitividad, a causa de las experiencias desfavorables que ocasionan opiniones negativas, asimismo del escaso conocimiento de los procesos, actividades o funciones que desarrollan las instituciones públicas como los centros de salud. En el Hospital de San Juan de Lurigancho, conforme al diagnóstico del índice FODA, se pudo reconocer sus deficiencias y problemas y cómo afectan de manera directa al planteamiento estratégico y a la competitividad al momento de sacar la cita del Sistema Integrado de Salud, en la ausencia de capacitaciones al personal respecto a ciertos temas que serán de completa utilidad para su desempeño óptimo, la alta rotación de los empleados, contar con un clima organizacional deficiente que se evidencia en los conflictos que se generan en los equipos de trabajo y en el trabajo en equipo, la

ausencia de retroalimentación dada entre los de mando superior, intermedios y operadores, desactualización de la información que aún se mantiene en la base de datos, entre otros.

A modo de resumen, es necesario señalar que el Hospital San Juan de Lurigancho muestra condiciones específicas, como por ejemplo, no cuenta ni piensa implementar un plan que establezca las estrategias necesarias para que los colaboradores realicen su tarea cotidiana, de tal forma que en los servicios que se prestan al usuario, para reaccionar de forma apropiada y oportuna a los requerimientos de pacientes que se presentan en el centro médico, así como los parientes que acuden con ellos a los ambientes hospitalarios, los cuales en su gran mayoría corresponden a sectores de pobreza o extrema pobreza, es requisito propiciar condiciones adecuadas en estas instituciones, lo que permitiría de esta forma optimizar su competitividad. Otra de sus características es su naturaleza de entidad pública pues se coordina estrechamente con órganos gubernamentales a cargo de los recursos que debe proveer a la institución de salud. En esa línea, es de resaltar que el Estado cuenta con planeamiento estratégico y utiliza herramientas para la medición de sus indicadores.

De acuerdo con lo expresado, en base a la realidad problemática expuesta en párrafos anteriores, se formula el problema general que se manifiesta en una pregunta compuesta de sus términos de interrogación, sus constructos a estudiar y la entidad en la que se realiza: ¿Cuál es la relación del plan estratégico y la competitividad desde la perspectivas de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018? En cuanto a los problemas específicos se formularon y se pueden observar al final de este trabajo (Ver Anexo 1)

En tal sentido, la presente investigación se justificó teóricamente porque facilitó el incremento de los saberes asociados con el planteamiento estratégico como instrumento fundamental para el éxito de las instituciones de salud pública, igualmente que colabore en la obtención de una buena gestión que coopere en la mejora de la competitividad. Por otro lado, se justificó de manera práctica porque el planteamiento estratégico facilita la planeación de los actividades y acciones en vista que éstas se llevan a cabo dentro de un entorno de movimientos muy

acelerados, esto ocurre por la incertidumbre que genera el futuro, existen modificaciones frecuentes, por lo que el tiempo que se necesita para tomar las decisiones es muy corto; asimismo es importante conocer que director del centro de salud por medio del diseño y realización anticipada del plan estratégico, debe hacer todo lo posible para que los expuesto en el plan se lleve a cabo, procurando resultados buenos y por consiguiente una excelente planeación. Finalmente, se justificó metodológicamente porque los instrumentos fueron sometidos a las pruebas que los validan habiéndose empleado el juicio de expertos y asimismo fueron sometidos a la confiabilidad para establecer su grado de confianza, permitiendo de este modo que puedan ser empleados en otros estudios.

Para resolver la interrogante y dar respuesta al objetivo se formuló hipótesis general como respuesta tentativa a la interrogante del estudio: Existe relación entre el plan estratégico y competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018. Con relación a las hipótesis específicas (Ver Anexo 1).

La investigación buscó en todo momento dar solución a las condiciones evidenciadas, formulado para ello el objetivo general que sirvió para dar respuesta a la interrogante del presente estudio: Determinar la relación entre el plan estratégico y competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018. Respecto a los objetivos específicos (Ver Anexo 1).

## II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional se toma el artículo de Chong et al. (2019) sobre el diagnóstico de la actual condición de las actividades que se realizan sobre los servicios encaminados a la atención a pacientes o usuarios en el centro de salud, situación en la cual se constató que a pesar de contar con una cartera de servicios adecuada aún se tienen serias falencias en la rapidez de sus procedimientos en cuanto a la demora en la atención, espacio físico y la interrelación trabajador–paciente/usuario, circunstancia que genera en el usuario insatisfacción, por ello se consideró que con la ejecución debida del plan estratégico, se trató de disminuir o minimizar los tiempos de espera en emergencia, admisión y consulta externa en busca de una mejor atención. De igual manera, Galan y Perrotti (2019), en su artículo sostuvieron que es más intuitivo y fácil de usar metodologías, como la contabilidad de flujos materiales y energéticos y la herramienta en línea basada en el cálculo de EF utilizado en el SCSP. En el artículo de Erbelding et al. (2018), el plan estratégico por la importancia se desarrolla en base al requerimiento primordial del centro como es la vacuna contra la influenza que mejore la amplitud y durabilidad de la protección contra la influenza estacional y proporciona protección contra las cepas pandémicas es un alto científico prioridad para el instituto.

Por su parte, Alomi et al. (2018), fue beneficioso durante 2013-2016. Varios programas implementados por primera vez. Eso incluye pero no limitado a la administración del programa antimicrobiano, el programa de manejo del dolor y el programa de seguridad de medicamentos. Asimismo, Rivadeneira (2018), sustentó que la institución de salud procuró mantener a sus grupos de interés atentos a sus servicios, así como un conjunto de actividades estratégicas que se encontraban claramente definidas, mucho menos orientadas hacia los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Del mismo modo, Franco y Zambrano (2018), sostuvieron que se debe contar con personal profesional, es decir, con colaboradores competentes e íntegros para hacer frente el ambiente alto de exigencias que en la actualidad tienen los negocios, en este caso los trabajadores deben estar altamente preparados y entrenados con respecto a los servicios ofrecidos por la institución de salud.

Sari y Van Kalliecharan (2018), identificaron aquellas condiciones positivas y negativas existentes en las áreas de salud, a partir de los textos revisados de la literatura científica, explicando de esta manera las mejores prácticas procedentes de las estrategias para fortalecer la implementación del plan estratégico que podría ayudar a encajar los objetivos debidamente con la capacidad del hospital para dar respuesta oportuna a los pacientes. Las estrategias consistieron en establecer una guía con actividades para implementar el plan estratégico, buscando el vínculo pertinente del plan estratégico respecto al plan operativo y desarrollar el Sistema de información estratégica (SIS). Asimismo, Figueroa y Elizalde (2018), en su investigación señalaron el propósito de implementar un plan estratégico para lograr que la inversión realizada por la empresa en tecnología para el marketing digital constituyendo así la estrategia predominante en el contexto actual para la generación de mayores beneficios para la organización. Por su parte, Ramos (2018), concluyó que el pilar de todo plan es reconocer la fuerza no ha desarrollado de forma sistemática un estudio de la situación que se desarrolla externamente y de la interna, asimismo no se han empleado instrumentos de gestión sea esta administrativa, operativa y en algunos casos financiera para optimizar la realidad de la institución.

Espinoza (2018), sostuvo que la creación y elaboración del plan estratégico sustentado en la optimización de los procedimientos administrativos establece principios a seguir para la consecución de un servicio adecuado que tenga todo lo ofrecido y sea de calidad, para que de este modo asegurara la satisfacción y fidelidad de los usuarios. En esa misma línea, Akbari, et al. (2018), en la esfera de las barreras humanas, establecieron que la barrera más importante desde el punto de vista de los gerentes fue la capacitación inadecuada del personal para implementar el plan estratégico. Es decir, para todo planeamiento y su aplicación es tarea recurrente el capacitar a los colaboradores para que pueda ponerse en práctica y tanto más se puedan medir los alcances logrados teniendo como meta la consecución de los objetivos que la organización se haya planteado. De acuerdo con Farahani (2018), el pasado demostró lo complejo y lento que puede ser el estudio de los modelos de pago y lograr las medidas necesarias que se necesitan para el sistema de pago de incentivos basado en el mérito puede ser complicado

para las prácticas y las clínicas, cuando no se cuenta con un plan estratégico adecuado.

En la investigación de Borja (2018), en todo lo referente al planeamiento estratégico valoró un sistema de naturaleza técnica con sustentos en Sapiro y Chiavenato, con la finalidad de mostrar la relevancia de los recursos a nivel interno y externo, con la recomendación de tareas sostenidas en actividades estratégicas de sostenibilidad y sustentabilidad logrando optimizar el clima laboral en esta organización. En tal perspectiva, Romero, Estrada y Fuentes (2018), también mostraron su investigación realizando un plan estratégico y contando como pieza fundamental el análisis de las competencias, el cual considera capacidades necesarias de ser adquiridas por la organización para que pueda hacerse competitiva y además le hace una institución más innovadora en sus acciones de marketing y en atención a sus grupos de interés.

Con respecto a la segunda variables competitividad y dentro del ámbito internacional se toma el artículo de Husain y Ganguli (2019), cuyo estudio demostró que efectivamente para mantener la competitividad a través de un enfoque centrado en el cliente, se debe contar con la integración general de las capacidades estratégicas, las que han demostrado que pueden brindar una ventaja adicional en el cumplimiento de las demandas internacionales de turistas médicos, por un lado, y agregar valores económicos a estos destinos por el otro. Desde tal consideración, Savirona et al. (2018), consideraron que el uso del método de evaluación de la competitividad de organizaciones médicas concierne a servicios médicos, medicamentos y productos médicos y uso de resultados de pruebas y ensayos. Por ello, se encontró que cuando se planea proporcionar beneficios en el mercado de servicios médicos y permitir optimizar las actividades de la clínica es necesaria la evaluación de sus fortalezas como organización.

En el ámbito nacional se toma como principal referencia la tesis de Muñoz (2019), este centro se ubica en una situación táctica competitiva alta con relación a la calidad del servicio y al precio, esta ventaja colabora cuando se hace frente a la competencia privada y pública. Con el propósito de producir una cultura de colaboración para su desarrollo se debe tomar en consideración los procedimientos

tácticos como son la misión, visión y los valores. En esa línea, Bernal (2019) sostiene que la implementación y ejecución del plan estratégico es un recurso de importancia, pues facilita a la asociación estar en frecuentes movimientos y contar con un correcto control y supervisión de tareas que responden a los objetivos de la empresa que consiste en otorgar productos de calidad, exclusividad y por lo tanto contar con una competitividad adecuada. Al respecto, Miranda (2018) consideró que son imprescindibles las características necesarias en los cargos gerenciales como la capacidad de liderazgo y su enfoque en el crecimiento observando cuidado en la distribución de los productos y servicios mediante el transporte y el servicio de calidad.

Por su parte, Boñon (2018), señala que la organización sujeto del estudio en su investigación, no realizó estudios de mercado para tomar conocimiento de las tendencias y preferencias de padres de familia, menos aún se utilizó material publicitario para la captación de nuevos clientes, para este caso alumnos, al mismo tiempo que contó con una debilidad interna que consistió en no contar con un plan estratégico, lo que motivó no disponer de una misión, visión, formulación de valores, sus metas y sus objetivos estratégicos, de tal forma que la organización carece de una ruta específica, por lo que desconoce sus actividades principales hacia la consecución de sus objetivos organizacionales. Esto es muy importante, puede parecer increíble que una organización no cuente con plan estratégico, pero se da continuamente, de forma muy particular en empresas que inician tempranamente sin haber realizado estudios previos del mercado o de la situación que le rodea. De igual manera, muchas instituciones no cuentan con una ruta definida debido a la falta de experiencia gerencial o de los colaboradores a cargo que no concretan las actividades requeridas para actuar estratégicamente hacia metas y objetivos claros y definidos.

El plan estratégico consiste, según Trenza (2018) en un plan de actividades que conceptualiza todo lo que la organización quiere conseguir en el futuro y de qué manera ha de lograr todo lo establecido en el plan formulado. Por ello, Martínez y Milla (2012) añaden que considerar un plan estratégico conduce a manejar un documento en el que se resumen o esquematizan a nivel estratégico, financiero, organizacional y económico la ubicación de la institución en la actualidad con miras

en el futuro deseado por ella. Asimismo, Sainz (2012), expone que el plan estratégico es equivalente al plan maestro ya que acoge las resoluciones tácticas organizacionales que se han ajustado en la organización en relación a situaciones que han de acontecer en los años futuros, a fin de obtener una organización caracterizada por su competitividad como meta de satisfacción para todos sus colaboradores. Ser competitiva es la meta añorada de cada organización. De esta forma, Fuentes (2012) asevera que el plan estratégico también lo considera como un documento que pertenece a la gestión estratégica y que opera por medio de su organización y estructura asignando eficientemente cada recurso de la institución en sus diferentes áreas, de tal manera que existe correspondencia entre los objetivos específicos con las estrategias para dar a conocer las actividades necesarias de desarrollo por proceso, de acuerdo a los objetivos de la dirección.

La planeación estratégica consiste en la actividad o procedimiento a través del cual los responsables de tomar las decisiones en una institución consiguen, encausan y estudian información relevante tanto externa como interna, considerando el fin de examinar el entorno de la institución en la actualidad, del mismo modo estudiar el nivel en que la competitividad organizacional se encuentra enfocando el objetivo en el predecir y determinar la dirección empresarial hacia el porvenir (Serna, 2008). Por parte de Romero citado en Abascal (2004), se afirma que el plan estratégico consiste en una agrupación de actividades que se programan con miras a lograr y cumplir los objetivos planteados, principalmente los de plazo establecido, a estas actividades denominadas como estratégicas se les asigna medidas para que puedan conferir un logro específico, de tal forma que ellas deben mostrar flexibilidad, dado que el entorno cambia constantemente, lo que sugiere que ellas también puedan ser sujetas a cambio oportunamente.

En cuanto a la importancia del plan estratégico, ella arraiga los aspectos internos y externos de la organización, en posibilitar a los gerentes a reconocer estos aspectos internos (fortalezas y debilidades) de la organización, pero asimismo los externos (oportunidades y amenazas) para decidir adecuadamente en el contexto en el que se encuentra. Para ello, debe considerar un estudio minucioso que inicia en la observación del entorno externo para así precisar las condiciones económicas, políticas, ambientales, entre tantos otros, sobre los que

podrá actuar. Implica además mirar hacia dentro, lo interno en la organización, estableciendo su misión, visión, su cultura expresada en principios y valores, sobre los cuales ha de sustentarse todo objetivo que deberá ser medible. Desde otro punto de vista, es posible encontrar la relevancia del plan estratégico en el cómo colabora y contribuye a mitigar el riesgo de los probables errores que pueden suceder al momento de tomar una decisión práctica, es decir, llega a colaborar en la mitigación del riesgo debido a que los objetivos son completamente más estratégicos y subyugados hacia el análisis para que pueda medirse y observarse los logros, así como lo erróneo para corregir y asumir cambios necesarios (Sainz, 2012).

De igual manera definimos las dimensiones establecidos por nuestros teóricos de la presente investigación: identidad, diagnóstico y propuesta de gestión. El primer componente del plan estratégico es la identidad que según Tajfel (1981) citado en Reveco y Zúñiga (2014) parte del autoconcepto de una persona que se genera del conocimiento de su propiedad a una agrupación social junto con el concepto emocional y valorativo vinculado a la propiedad. El segundo componente del plan estratégico es el diagnóstico que según Espinoza (1987, citado en Figueroa, 2005) por su parte, indica que el diagnóstico es una etapa que comienza con la actividad de programación, el cual es el punto de inicio para plantear el plan; de esta manera, el diagnóstico se refiere a la identificación de cómo está el espacio o terreno. El tercer componente del plan estratégico es la propuesta de gestión que facilita conseguir resultados esperados de manera efectiva, mediante la disponibilidad de programas, los colaboradores que ejercerán las funciones y todo recurso a ser considerado, de tal forma que puedan laborar en coordinación con los objetivos estratégicos definidos previamente por la organización.

Por otro lado, la competitividad viene a ser una capacidad, sea personal u organizativa, con miras al desarrollo de ventajas que la hagan competitiva en contraste con la competencia, lo que le asegura a toda organización un posicionamiento destacado en el entorno en el que actúa. Tomar en cuenta sus capacidades es una acción relevante para toda organización. Así, la competitividad brinda facultades a toda organización para competir, entre los que podrá disputa el dominio específico de un rasgo o segmento, también faculta a rivalizar en quedarse

con algún atributo deseado o que pudieran conseguir para hacerlo propio de la organización. En todo caso, la idea de competir con los atributos que confiere el ser competitivo implica disponer de una capacidad requerida para hacer frente a la competencia. Por ello, este concepto se utiliza frecuentemente en la economía y la comercialización de bienes y servicios. Asimismo, caracteriza a los colectivos sociales como los países, por lo que empresas o países competitivos, según Anzola (2010) citado en Cortes, Morales y Pérez (2015) evidencian una adecuada gestión de sus recursos, logrando la obtención de ventajas a diferencia de otros países, ganando para ellos las cuotas de mercado que planificaron alcanzar.

La competitividad, por lo tanto, refiere a una ventaja competitiva, es decir, a las habilidades, recursos, cualidades que le diferencian con cierto grado de superioridad al que es dueño de tales. Es por ello un concepto que se relaciona al rendimiento organizacional o personal, que logra diferenciarle de otros en la consecución de metas similares. En tal sentido, la competitividad señala influencia directa sobre las sociedades, pues las organizaciones empresariales buscan destacar en su rubro en la cima que le es accesible, por lo que ella debe reconocer sus características únicas y diferenciables, fortalecerlas para hacerse competitivas. De tal forma que los factores que hacen posible que una organización sea competitiva dependen del estudio del mercado a nivel local o a nivel internacional, pues identificar estas oportunidades ofrecerá para la empresa utilidades y beneficios mejores para ella.

De igual interés, Okpara y Wynn (2007) citados en Avolio et al. (2014) realizaron un análisis sobre las restricciones para que los pequeños negocios alcancen el crecimiento deseado. En ese sentido, encontraron aspectos que determinan su evolución como Mypes, identificándose para ello en categorías estas dificultades como administrativas, operativas, estratégicas y externas. Dentro del plano administrativo, de otra parte, se consideró la estructura jerárquica, aquella que corresponde al organigrama, así también las capacidades para la obtención y desarrollo de los recursos que la organización requiere respecto a sus colaboradores, situaciones financieras y la gerencia. En el plano operativo, se identificó la búsqueda de reparto eficiente de los recursos, encontrándose en áreas como la logística, operaciones y marketing. En tanto, en el plano estratégico, se

evaluó la capacidad de pequeña empresa en realizar ajustes a los bienes producidos para responder a la demanda existente. Por su parte, Harris y Gibson (2006), citados en Avolio et al. (2014), fundamentan que los problemas estratégicos implican la capacidad en los pequeños empresarios para realizar ajustes en los productos y servicios que son demandados a nivel internacional. Estos problemas o dificultades externas abarcan consideraciones en la infraestructura con la que cuenta la organización, la corrupción de las entidades gubernamentales, el incesante cambio tecnológico y la reducida demanda de ciertos bienes.

De tal forma, que es posible observar que los modelos propuestos permiten categorizar los problemas de las pequeñas empresas, de acuerdo a su entorno externo e interno. Identificados por diversos autores, se encontraron que estos se remiten a particularidades administrativas, operativas y estratégicas. Considera que las decisiones pueden ser distintos por su magnitud de operaciones que desarrolle en las organizaciones.

### III. METODOLOGÍA

#### 1.1. Tipo y diseño de Investigación

El estudio fue realizado conforme a los pasos establecidos por el método científico, llevándose a la práctica una investigación de tipo aplicada, pues se utilizaron los saberes alcanzados por la revisión literaria de todo el material científico relativo a las variables plan estratégico y competitividad. Desde tal perspectiva, Valderrama (2013) indicó que este tipo de investigación aplicada está muy asociada a la investigación básica, dado que mientras el estudio de tipo básico revisa la teoría, la de corte aplicado procura encontrar hallazgos contrastando los alcances obtenidos y en busca de mejoras en la realidad que se estudia.

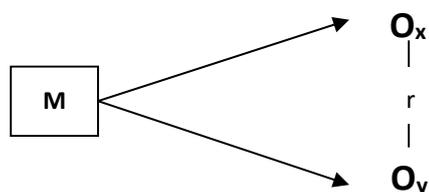
De esta forma, se acogió este estudio al nivel descriptivo y correlacional, el cual según Cazau (2006), se caracteriza por detallar aspectos relacionados, por lo cual se realizan interrogantes sobre constructos con la finalidad de describirlas, precisando la propiedad de éstas y sus atributos, los que para este caso son las variables de plan estratégico y competitividad, las que se describen por separado para luego establecer su grado de asociación. En tal sentido, Cazau (2006) sostuvo que una investigación correlacional se denomina así porque orienta a la indagación de dos o mayor número de variables para establecer la medición de la intensidad en la que pudieran encontrarse correlacionadas.

De acuerdo con lo expresado, la investigación presente permitió la aplicación del nivel descriptivo-correlacional, cuyo propósito consistió en reconocer el comportamiento de las variables para apreciar posteriormente la posible relación entre ambas y de darse tal correlación, establecer el grado de intensidad presente entre ambas, de tal modo que se puedan establecer situaciones respecto a los constructos estudiados, para este caso plan estratégico y competitividad.

En tal sentido, Sabino (2014) aseveró que el diseño en un estudio científico consiste en aplicar estrategias que adoptan los investigadores con la finalidad de responder a la problemática planteada. En tal ruta de ideas, el presente estudio recurrió al diseño no experimental pues no se realizó manipulación alguna sobre las variables plan estratégico y competitividad. Esto quiere decir que no se llevaron

las variables a una realidad determinada con el fin de modificarla, pues por lo contrario, se observó la situación de la realidad para registrarla tal cual se halla en ella.

Desde tal orientación de ideas, Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostuvo que la investigación transversal o transaccional favorece el recojo de información conforme a lo que se expresa en la realidad misma de acuerdo a un momento específico en la cual se aplican los instrumentos para la recolección de data relacionada a cada variable.



Dónde:

M: Reproduce a la muestra

r: Establece la relación entre las variables

Ox: Plan estratégico

Oy: competitividad

## 1.2. Operacionalización de variables

En cuanto a operar las variables, Hernández et al. (2014) expresan que los constructos o variables son factores o elementos que ponen de manifiesto las propiedades factibles de ser estudiadas, además de ser susceptibles a medición. En esa perspectiva, los constructos plan estratégico y competitividad fueron tratadas para que pudieran descomponerse en sus dimensiones de identidad, de diagnóstico y propuesta de gestión para el caso de plan estratégico y en las dimensiones de meta, macro y micro para la variable competitividad.

Las siguientes son las variables que muestra la presente investigación:

### **Plan estratégico**

Las dimensiones del plan estratégico son:

Identidad

Diagnóstico

Propuesta de gestión

### **Competitividad**

Las dimensiones de la competitividad son:

Meta

Macro

Micro

## Matriz de Operacionalización de las variables

Tabla 1.

Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Plan Estratégico	"La planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro."(Sema, 2008, p. 55)	Se realizará una encuesta de 30 ítems para medir las siguientes dimensiones: Identidad, Diagnóstico, y la propuesta de gestión Utilizando una escala ordinal tipo Likert y se procesará mediante el programa IBM SPSS	Identidad	Misión
				Visión
				Valores
				Principios
			Diagnóstico	Códigos de ética
				Fortalezas
				Debilidades
				Oportunidades
			Propuesta de Gestión	Amenazas
				Análisis PESTE
				Metas
				Objetivos Estratégicos.
Competitividad	"Competitividad es la capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y de mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades" (Hernández, 2000, p. 23)	se realizará una encuesta de 30 ítems para medir las siguientes dimensiones: Meta, Macro, Micro. Utilizando una escala ordinal tipo Likert y se procesará mediante el programa IBM SPSS	Meta	Factores Socioculturales
				Escala de valores
				Patrones básicos de la organización política
				Patrones básicos de la organización económica
			Macro	Capacidad estratégica y política.
				Política presupuestaria
				Política monetaria y fiscal
				Política de competencia
			Micro	Política cambiaria
				Política comercial
				Capacidad de gerencia
				Diseño de estrategias empresariales
				Gestión de innovación
				Aplicación de las mejores prácticas
				Aseveración

### 1.3. Población y muestra

#### Población

La población conforme a lo que señala Hernández et al. (2014) manifiestan que ella hace referencia a una agrupación de casos que llegan a concordar en especificidades que les hacen similares entre sus elementos. Asimismo, Valderrama (2013) sostiene que la población alude a un conjunto finito e infinito, según situación específica, en cuanto a componentes, objetos o personas que presentan atributos o cualidades que les son comunes y son posibles de ser observados.

La población de esta manera se encontró conformada de 90 colaboradores del Hospital San Juan de Lurigancho, los que se mencionan seguidamente.

Tabla 2.

*Población de la investigación*

Personal	Contratación			Total
	Nombrado	C.A.S.	Destacado	
Administrativo	10	15	0	25
Médico	20	10	0	30
Asistencial	20	15	0	35
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	<b>90</b>

Fuente: Hospital San Juan de Lurigancho (2018).

#### Muestra

Por muestra se toma a un conjunto de la población, la que vista conceptualmente señalado por Hernández et al. (2014), ésta se encuentra configurada por subgrupos que son representativos de la población, principalmente si se trata de una muestra estratificada. Al tratarse de un sub conjunto de la población con atributos particulares que les caracteriza, se trata de un conjunto o una parte de la población con características y cualidades semejantes.

De esta forma, para determinar la muestra, se calculó mediante fórmula, el número de 73 trabajadores, quedándose así constituida un subgrupo del conjunto de colaboradores del Hospital San Juan de Lurigancho, sobre el cual se realizarán las aplicaciones de los instrumentos.

$$n = Z_{\infty}^2 \frac{N * p * q}{i^2 (N - 1) + Z_{\infty}^2 * p * q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= (90) población

Z= 1.96 (nivel de confianza 95%)

p= 50% probabilidad del éxito (0.5)

q= 50% probabilidad del fracaso (0.5)

i = margen de error (0.05)

$$n = \frac{90 (1.96)^2 0.5 (1 - 0.5)}{(0.05)^2 (90 - 1) + (1.96)^2 0.5 (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{86.436}{1.1829}$$

$$n = 73.07 = 73$$

### **Criterio de Inclusión**

Con el propósito de contar con criterios que permitan incluir a una muestra definida, se consideró a aquellos colaboradores que laboran para el área de administración perteneciente al Hospital San Juan de Lurigancho. Se tomó así el criterio sobre la voluntaria contribución de apoyo al presente estudio optando por responder a las preguntas de los instrumentos provistos con ese fin.

### **Criterios de exclusión**

Como parte de las condiciones para excluir a aquellos que no quieran contribuir al estudio, se consideró a los colaboradores del área administrativa que no deseen brindar su disponibilidad para dar respuesta a las preguntas de encuesta, entendiendo que es voluntaria esta participación.

## **1.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **Técnicas**

Conforme a lo que precisan Hernández et al. (2014), las técnicas posibilitan el uso de la razón mediante operaciones como el abstraer, generalizar, analizar, sintetizar, sistematizar y clasificar la información aplicando las normas lógicas y dialécticas que corresponden al proceso científico. En tal sentido, para el presente estudio, se dio uso a la encuesta como técnica, buscándose ser aplicada a quienes laboran en el área administrativa del Hospital San Juan de Lurigancho. A continuación, se indican los instrumentos aplicados:

### **Instrumentos**

Con el propósito de que sean recogidos los datos relevantes a las variables en estudio, se emplearon dos instrumentos, ambos incluidos en un solo cuestionario integrado por 30 ítems que corresponde a cada constructo, plan estratégico y competitividad.

**Variable 1:** Concerniente al “Plan estratégico” respetando los elementos requeridos a cada cuestionario, respondiendo a los siguientes atributos:

- Denominación: Cuestionario de “Plan estratégico”
- Autores: Susana Yuliana Piñan Bernardo y Jorge Ricardo Leon Tolentino
- Año: 2019
- Alcance: Contiene tres dimensiones: Identidad, diagnóstico y propuesta de gestión.
- Extensión: Compuesto de 30 ítems.
- Administración: A cada individuo.
- Ámbito de Aplicación: Hospital San Juan de Lurigancho.
- Duración: 20 minutos.
- Puntaje: Mediante uso de Escala de Likert: 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = Algunas veces, 4 = Casi siempre, 5 = Siempre.

Tabla 3.

*Baremo para plan estratégico*

<b>Rango</b>	<b>Plan estratégico</b>		<b>Identidad</b>		<b>Diagnóstico</b>		<b>Propuesta de gestión</b>	
Malo	30	- 70	10	- 23	10	- 23	10	- 23
Regular	70	- 110	23	- 37	23	- 37	23	- 37
Bueno	110	- 150	37	- 50	37	- 50	37	- 50

Fuente: Elaboración propia

**Variable 2:** Se aplicó el cuestionario de “Competitividad” considerando su ficha técnica con las siguientes características:

- Denominación: Cuestionario de “Competitividad”
- Autores: Susana Yuliana Piñan Bernardo y Jorge Ricardo Leon Tolentino
- Año: 2019
- Alcance: Contiene tres dimensiones: Meta, macro y micro.
- Extensión: Compuesto de 30 ítems.
- Administración: A cada individuo.
- Ámbito de Aplicación: Hospital San Juan de Lurigancho.
- Duración: 20 minutos.
- Puntaje: Mediante uso de Escala de Likert: 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = Algunas veces, 4 = Casi siempre, 5 = Siempre.

Tabla 4.

*Baremo para competitividad*

<b>Rango</b>	<b>Competitividad</b>		<b>Meta</b>		<b>Macro</b>		<b>Micro</b>	
Malo	30	- 70	10	- 23	10	- 23	10	- 23
Regular	70	- 110	23	- 37	23	- 37	23	- 37
Bueno	110	- 150	37	- 50	37	- 50	37	- 50

Fuente: Elaboración propia

## Validez y confiabilidad de instrumentos

### Validez de contenido:

Por tanto, en cuanto a validez de contenido, se tomaron los conocimientos respecto a las variables y se elaboraron los instrumentos de forma consistente y con coherencia, conforme a los objetivos de la investigación y se seleccionó el método de Juicio de Expertos para evaluar los instrumentos.

Tabla 5.

*Juicio de expertos*

Nº	Expertos	Instrumentos
Experto 1		Aplicable
Experto 2		Aplicable

Nota. Elaboración propia

### Confiabilidad del instrumento:

Según Hernández et al. (2014) al hacer referencia a la validez, se busca determinar la intensidad en las que los instrumentos de investigación pueden medir realmente lo que se pretende, es decir, se estima la confianza del cuestionario o cuestionarios con la finalidad de que puedan aplicarse para diversos contextos.

Para Behar (2008) la confiabilidad refiere a una capacidad que les inherente a la escala generada por los investigadores respecto a las características de las variables para lo que se construyó y no para otros que se le asemejen. Además, habría que considerar que si se tratase de una escala confusa, ésta carecería de validez, al igual que una escala pretendiese medir de forma indiscriminada diversas variables superpuestas entre ellas. El uso de la confiabilidad permitirá discriminar entre valores, pudiéndose aplicar a una misma muestra.

Hernández et al. (2014) también señalan que para medir la confiabilidad se cuenta con el estadístico Alfa de Cronbach, cuyos valores como resultado se darán entre 0 y 1, indicándose 0 para la confiabilidad nula y 1 para la confiabilidad total. Para obtener un resultado de confiabilidad se procederá a calcular el valor de Alfa de Cronbach del cuestionario desarrollado mediante una muestra de 73

encuestados apreciándose la confiabilidad de la presente investigación, y para ello fue necesario emplear el software estadístico SPSS 24.

Realizada la evaluación mediante el estadístico mencionado, se encontró un resultado de confiabilidad muy alta, alcanzando un valor de 0,980 y 0,955 sobre cada instrumento.

Tabla 6.

*Estadística de fiabilidad del plan estratégico*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,980	30

Fuente: Prueba piloto

Tabla 7.

*Estadística de fiabilidad de la competitividad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,955	30

Fuente: Prueba piloto

### 1.5. Procedimiento

Si bien, se realizó todo el conjunto de pasos del método científico desde la revisión de la literatura científica hasta la recolección de los datos, es necesario detallar este procedimiento. Primero, fue la observación de la realidad circundante para precisar las variables que fueron estudiadas e investigadas en los repositorios de tesis y artículos científicos con la finalidad de hallarlas en estudios descriptivos o correlaciones, principalmente estudios que incluyeran a ambos constructos. Realizado este proceso de búsqueda, se procedió al análisis, seleccionándose aquellos que formarían parte de la presente investigación. Todo ello fue de utilidad para construir la matriz de operacionalización en la que se incluyeron las dimensiones de cada constructo, así como sus indicadores. Todo lo cual contribuyó a la elaboración de los instrumentos capaces de recolectar los datos, solo cuando fueron validados y demostraron un grado de confiabilidad aceptable. De este modo, los investigadores se acercaron a la muestra de estudio en el hospital para el recojo de datos. En ese sentido, fue de importancia el procesamiento de la información que se obtuvo de la muestra de estudio. En tal sentido, se realizó el análisis

inferencial mediante la prueba de normalidad que sugirió aplicar la prueba Rho de Spearman. Luego de lo cual, se desarrolló el análisis correspondiente para su interpretación, lo que facilitó la discusión con los antecedentes provistos en la investigación, para arribar a las conclusiones después del contraste de hipótesis, así como las recomendaciones en contribución a los participantes en los estudios.

#### **1.6. Método de análisis de datos**

Respecto al análisis de la información, se recurrió al uso del programa SPSS, v. 23 por el cual se procesaron los datos para visualizarlos en tablas y figuras, tratándose de este modo plan estratégico y competitividad. Para tal fin, se aplicaron la estadística descriptiva y la estadística inferencial.

El análisis descriptivo hace posible presentar los datos recogidos en tablas por frecuencias y porcentajes, así como en gráficos elaborados para evidencias las comparaciones requeridas.

El análisis inferencial permite comprender los resultados encontrados a partir del dato aplicándose la estadística inferencial, siendo la utilizado Rho de Spearman frente a una distribución no normal de los datos. En tal forma que aplicado dicho estadístico se buscó la correlación de las variables.

#### **1.7. Aspectos éticos**

En el desarrollo del estudio, se optó por considerar de forma ética algunos principios como: el respeto a las normas señaladas por la American Psychological Association (APA); identificar a los autores de las diversas teorías consideradas por la investigación, los que fueron citados en los espacios requeridos y en las referencias; así también proteger a los grupos investigados, es decir, la muestra en su conjunto, conservando de esta forma la confidencialidad de éstos para los fines del estudio.

## IV. RESULTADOS

### Resultado descriptivo de la investigación

Tabla 8.

*Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable plan estratégico*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Malo	8	11,0	11,0	11,0
Regular	45	61,6	61,6	72,6
Bueno	20	27,4	27,4	100,0
Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

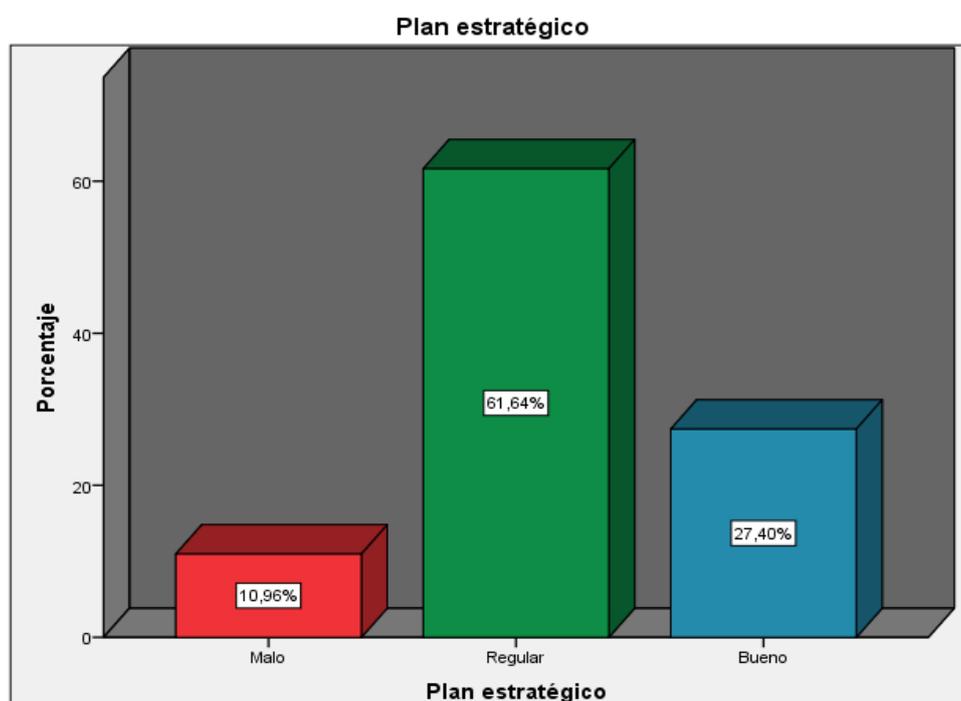


Figura 1. Percepción de plan estratégico.

Con respecto a la tabla 8 y figura 1, en ellos se demuestra que un 61.6% de colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho para el periodo 2018, manifestaron que el plan estratégico se encontraba en el nivel regular. Mientras el 27.4% de los colaboradores sostuvieron que el plan estratégico tuvo un nivel bueno y el 11.0% de colaboradores revelaron que el plan estratégico fue malo en la Unidad Ejecutora.

Tabla 9.

*Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión identidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	8	11,0	11,0	11,0
	Regular	26	35,6	35,6	46,6
	Bueno	39	53,4	53,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

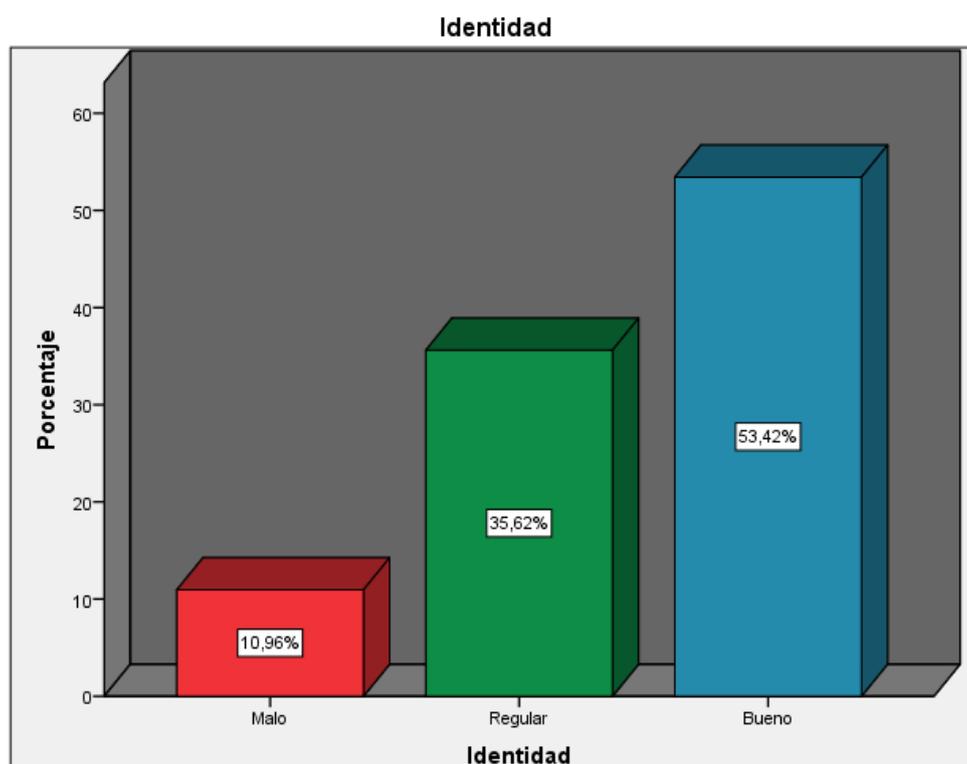


Figura 2. Percepción de identidad.

Con respecto a la tabla 9 y figura 2, en ellos se demuestra que un 53.4% de los colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho para el periodo 2018, manifestaron que la dimensión identidad se encontraba en el nivel bueno. Mientras el 35.6% de los colaboradores sostuvieron que la dimensión identidad tuvo un nivel regular y el 11.0% de colaboradores revelaron que la dimensión identidad fue mala en la Unidad Ejecutora.

Tabla 10.

*Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión diagnóstico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	10	13,7	13,7	13,7
	Regular	46	63,0	63,0	76,7
	Bueno	17	23,3	23,3	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

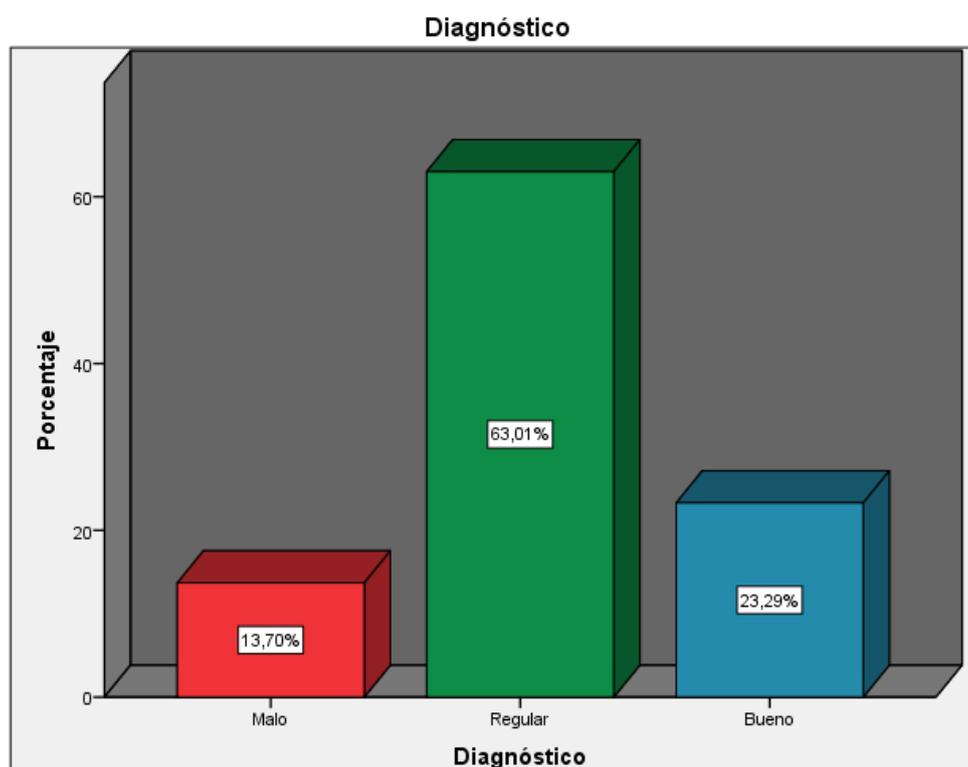


Figura 3. Percepción de diagnóstico.

Con respecto a la tabla 10 y figura 3, en ellos se demuestra que un 63.0% de los colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho para el periodo 2018, manifestaron que la dimensión diagnóstico se encontraba en el nivel regular. Mientras el 23.3% de los colaboradores sostuvieron que la dimensión diagnóstico tuvo un nivel bueno y el 11.0% de colaboradores revelaron que la dimensión diagnóstico fue malo en la Unidad Ejecutora.

Tabla 11.

*Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión propuesta de gestión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	8	11,0	11,0	11,0
	Regular	48	65,8	65,8	76,7
	Bueno	17	23,3	23,3	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

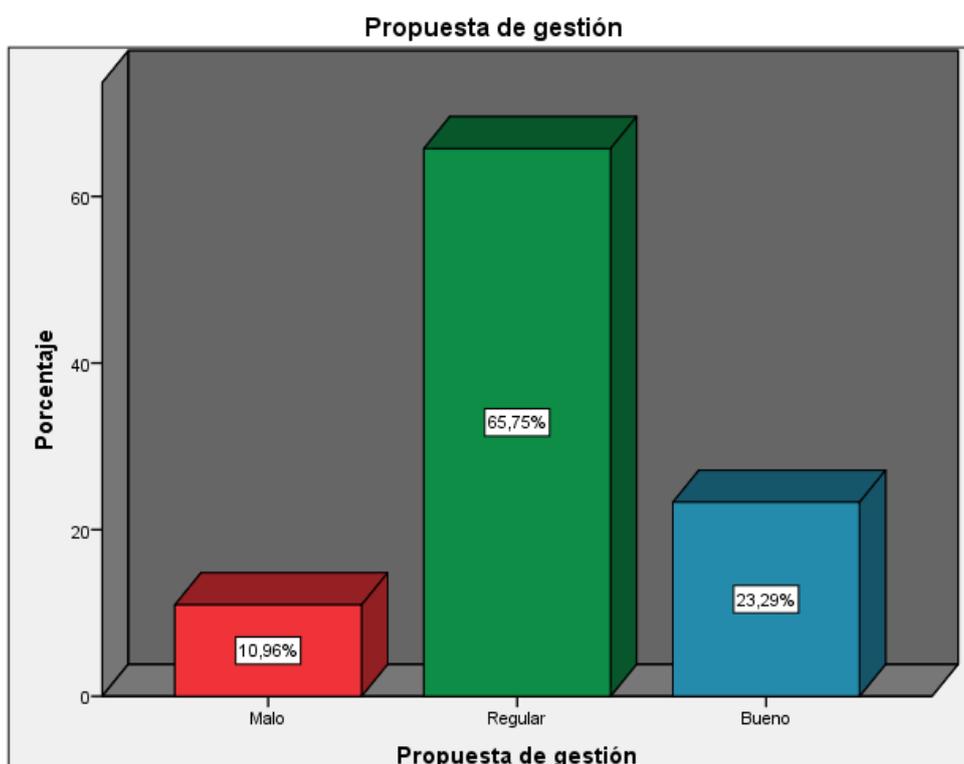


Figura 4. Percepción de propuesta de gestión.

Con respecto a la tabla 11 y figura 4, en ellos se demuestra que un 65.8% de colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho para el periodo 2018, manifestaron que la dimensión propuesta de gestión se encontraba en el nivel regular. Mientras el 23.3% de los colaboradores sostuvieron que la dimensión propuesta de gestión tuvo un nivel buena y el 11.0% de colaboradores revelaron que la dimensión propuesta de gestión fue mala en la Unidad Ejecutora.

Tabla 12.

*Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la variable competitividad.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	7	9,6	9,6	9,6
	Regular	54	74,0	74,0	83,6
	Bueno	12	16,4	16,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

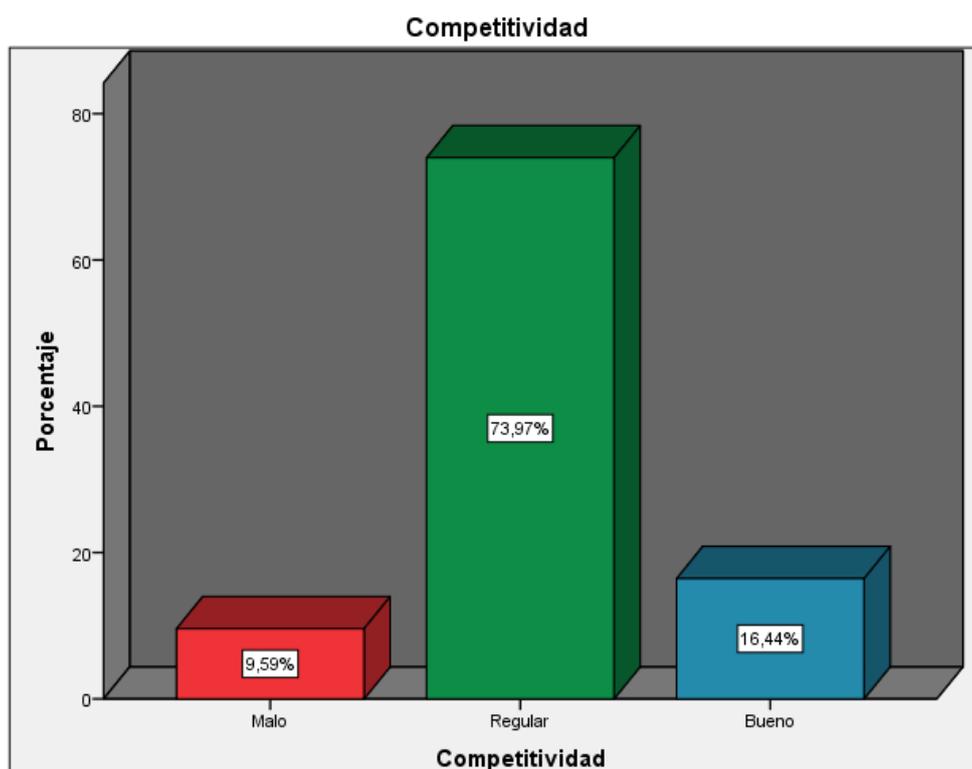


Figura 5. Percepción de propuesta de competitividad.

Con respecto a la tabla 12 y figura 5, en ellos se demuestra que un 74.0% de colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho para el periodo 2018, manifestaron que la competitividad se encontraba en el nivel regular. Mientras el 16.4% de los colaboradores sostuvieron que la competitividad tuvo un nivel bueno y el 9.6% de colaboradores revelaron que la competitividad fue mala en la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho.

Tabla 13.

*Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión meta.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	7	9,6	9,6	9,6
	Regular	51	69,9	69,9	79,5
	Bueno	15	20,5	20,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

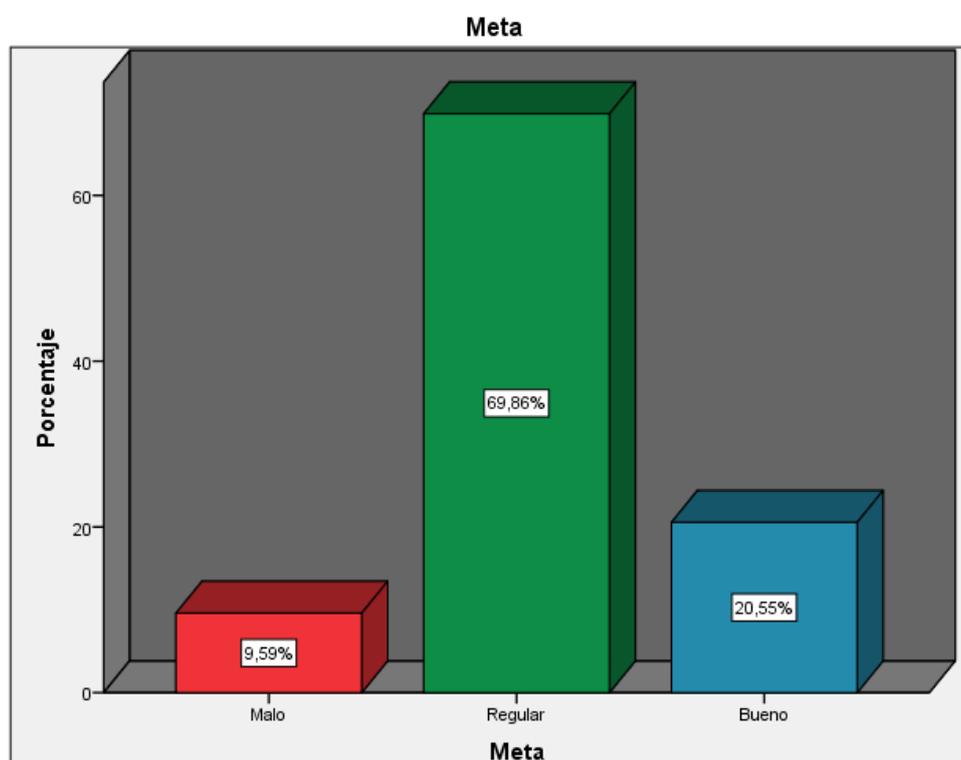


Figura 6. Percepción de meta.

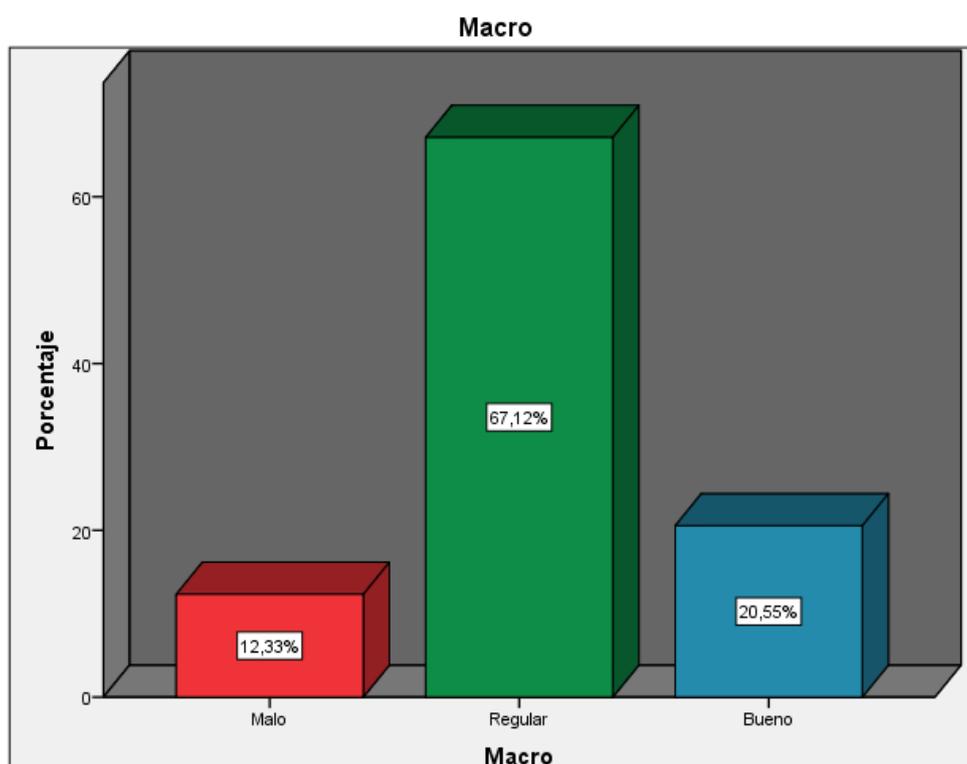
Con respecto a la tabla 13 y figura 6, en ellos se demuestra que un 69.9% de colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho para el periodo 2018, manifestaron que la dimensión meta se encontraba en el nivel regular. Mientras el 20.5% de los colaboradores sostuvieron que la dimensión meta tuvo un nivel bueno y el 9.6% de colaboradores revelaron que la dimensión meta fue mala en la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho.

Tabla 14.

*Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión macro.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	12,3	12,3	12,3
	Regular	49	67,1	67,1	79,5
	Bueno	15	20,5	20,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).



*Figura 7. Percepción de macro.*

Con respecto a la tabla 14 y figura 7, en ellos se demuestra que un 67.1% de colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho para el periodo 2018, manifestaron que la dimensión macro se encontraba en el nivel regular. Mientras el 20.5% de los colaboradores sostuvieron que la dimensión macro tuvo un nivel bueno y el 12.3% de colaboradores revelaron que la dimensión macro fue mala en la Unidad Ejecutora.

Tabla 15.

*Frecuencia y porcentaje de los niveles con respecto a la dimensión micro.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	7	9,6	9,6	9,6
	Regular	51	69,9	69,9	79,5
	Bueno	15	20,5	20,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

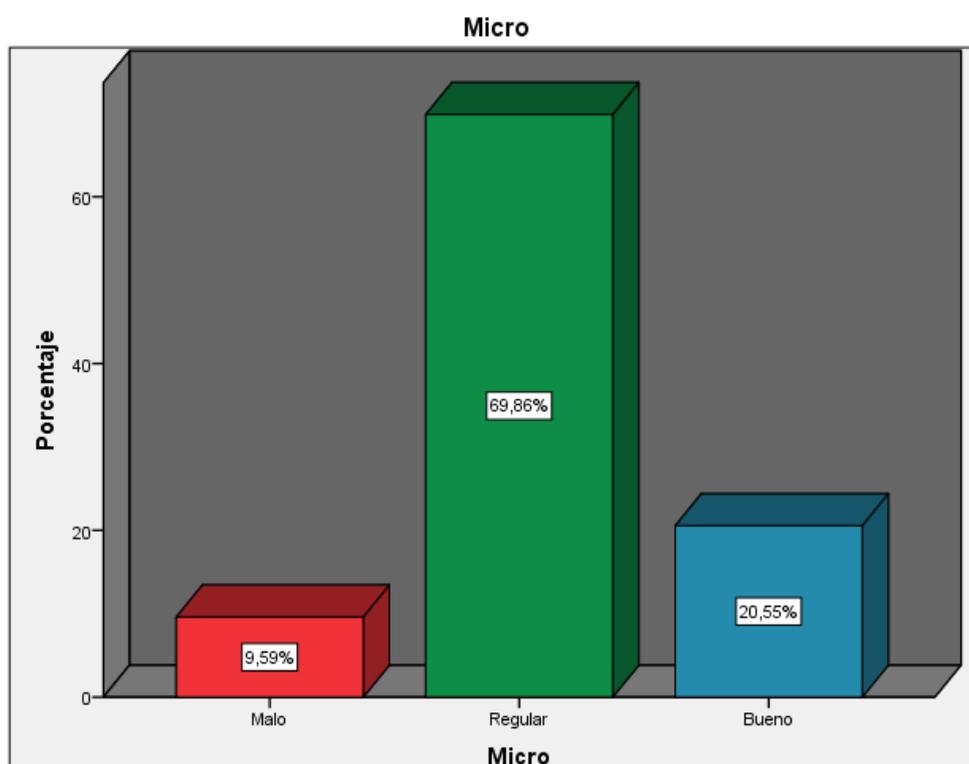


Figura 8. Percepción de micro.

Con respecto a la tabla 15 y figura 8, en ellos se demuestra que un 69.9% de colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho para el periodo 2018, manifestaron que la dimensión micro se encontraba en el nivel regular. Mientras el 20.5% de los colaboradores sostuvieron que la dimensión micro tuvo un nivel bueno y el 9.6% de colaboradores revelaron que la dimensión micro fue mala en la Unidad Ejecutora.

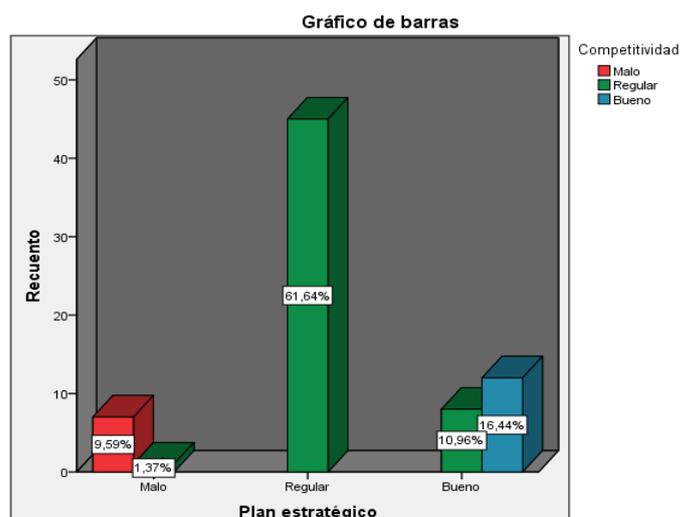
## Descripción de los resultados de doble entrada

Tabla 16.

*Tabla cruzada del plan estratégico y la competitividad*

			Competitividad			
			Malo	Regular	Bueno	Total
Plan estratégico	Malo	Recuento	7	1	0	8
		% del total	9,6%	1,4%	0,0%	11,0%
Regular	Regular	Recuento	0	45	0	45
		% del total	0,0%	61,6%	0,0%	61,6%
Bueno	Bueno	Recuento	0	8	12	20
		% del total	0,0%	11,0%	16,4%	27,4%
Total	Recuento		7	54	12	73
	% del total		9,6%	74,0%	16,4%	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).



*Figura 9. Barras agrupadas del plan estratégico y la competitividad*

Respecto a la Tabla 16 y Figura 9, en ellos se demuestra que un 61.6% equivalente a 45 colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho durante el 2018, consideraron que el plan estratégico fue regular lo que conllevó a una regular competitividad en el hospital; mientras que el 16.4% equivalente a 12 colaboradores consideraron que el plan estratégico fue bueno lo que conllevó a una buena competitividad en el hospital; por otro lado el 9.6% equivalente a 7 colaboradores consideraron que el plan estratégico fue malo por lo que también la competitividad fue mala.

Tabla 17.

Tabla cruzada de la identidad y la competitividad

		Competitividad			Total	
		Malo	Regular	Bueno		
Identidad	Malo	Recuento	7	1	0	8
		% del total	9,6%	1,4%	0,0%	11,0%
	Regular	Recuento	0	26	0	26
		% del total	0,0%	35,6%	0,0%	35,6%
	Bueno	Recuento	0	27	12	39
		% del total	0,0%	37,0%	16,4%	53,4%
Total		Recuento	7	54	12	73
		% del total	9,6%	74,0%	16,4%	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

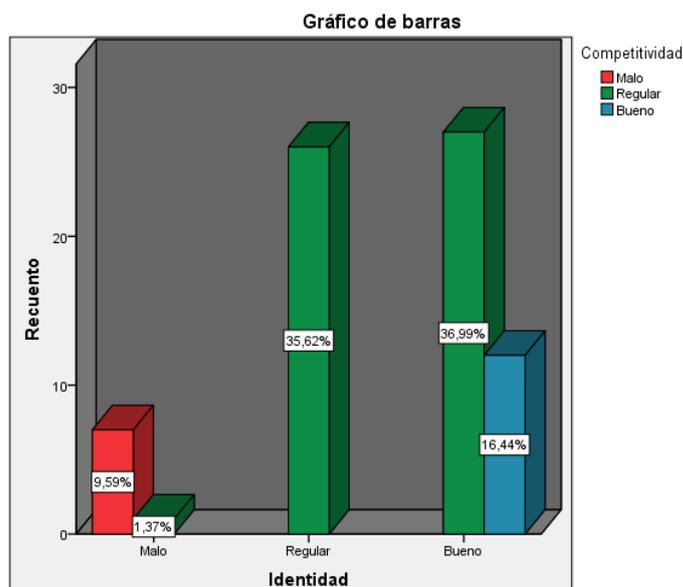


Figura 10. Barras agrupadas de la identidad y la competitividad

Respecto a la Tabla 17 y Figura 10, en ellos se demuestra que un 35.6% equivalente a 26 colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho durante el 2018, consideraron que la dimensión identidad fue regular lo que conllevó a una regular competitividad en el hospital; mientras que el 16.4% equivalente a 12 colaboradores consideraron que la dimensión identidad fue bueno lo que conllevó a una buena competitividad en el hospital; por otro lado el 9.6% equivalente a 7 colaboradores consideraron que la dimensión identidad fue malo por lo que también la competitividad fue mala.

Tabla 18.

*Tabla cruzada del diagnóstico y la competitividad*

			Competitividad			
			Malo	Regular	Bueno	Total
Diagnóstico	Malo	Recuento	7	3	0	10
		% del total	9,6%	4,1%	0,0%	13,7%
	Regular	Recuento	0	46	0	46
		% del total	0,0%	63,0%	0,0%	63,0%
	Bueno	Recuento	0	5	12	17
		% del total	0,0%	6,8%	16,4%	23,3%
Total		Recuento	7	54	12	73
		% del total	9,6%	74,0%	16,4%	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

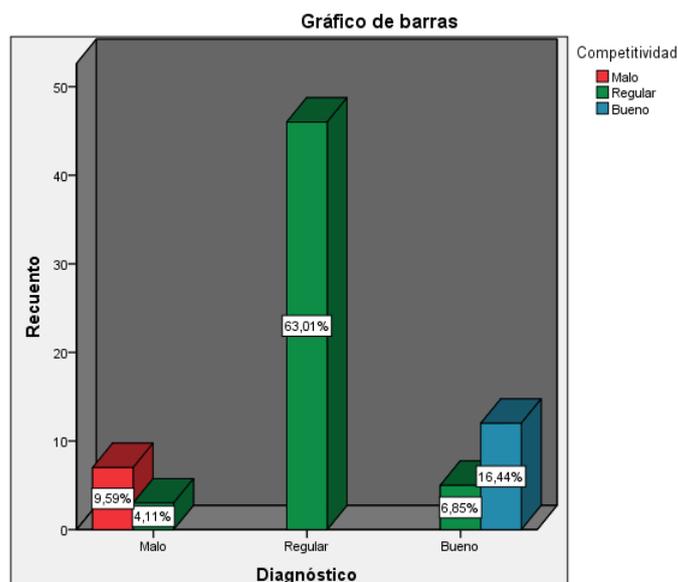


Figura 11. Barras agrupadas del diagnóstico y la competitividad

Respecto a la Tabla 18 y Figura 11, en ellos se demuestra que un 63.0% equivalente a 46 colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho durante el 2018, consideraron que la dimensión diagnóstico fue regular lo que conllevó a una regular competitividad en el hospital; mientras que el 16.4% equivalente a 12 colaboradores consideraron que la dimensión diagnóstico fue bueno lo que conllevó a una buena competitividad en el hospital; por otro lado el 9.6% equivalente a 7 colaboradores consideraron que la dimensión diagnóstico fue malo por lo que también la competitividad fue mala.

Tabla 19.

*Tabla cruzada de la propuesta de gestión y la competitividad*

		Competitividad			Total	
		Malo	Regular	Bueno		
Propuesta de gestión	Malo	Recuento	7	1	0	8
		% del total	9,6%	1,4%	0,0%	11,0%
	Regular	Recuento	0	48	0	48
		% del total	0,0%	65,8%	0,0%	65,8%
	Bueno	Recuento	0	5	12	17
		% del total	0,0%	6,8%	16,4%	23,3%
Total		Recuento	7	54	12	73
		% del total	9,6%	74,0%	16,4%	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

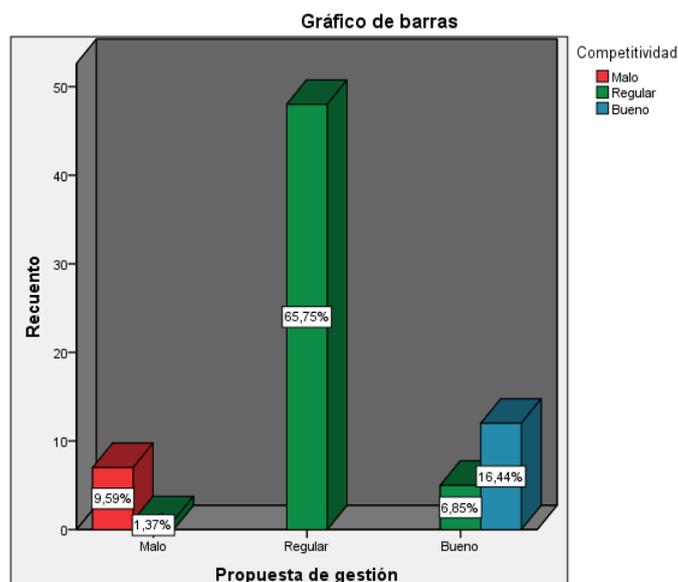


Figura 12. Barras agrupadas de la propuesta de gestión y la competitividad

Respecto a la Tabla 19 y Figura 12, en ellos se demuestra que un 65.8% equivalente a 48 colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital San Juan de Lurigancho durante el 2018, consideraron que la dimensión propuesta de gestión fue regular lo que conllevó a una regular competitividad en el hospital; mientras que el 16.4% equivalente a 12 colaboradores consideraron que la dimensión propuesta de gestión fue bueno lo que conllevó a una buena competitividad en el hospital; por otro lado el 9.6% equivalente a 7 colaboradores consideraron que la dimensión propuesta de gestión fue malo por lo que también la competitividad fue mala.

## Contrastación de hipótesis

### Hipótesis general de la investigación

H<sub>0</sub>: No existe relación entre el plan estratégico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.

H<sub>a</sub>: Existe relación entre el plan estratégico y competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.

Tabla 20.

*Relación de la muestra paramétricas, según Spearman entre el plan estratégico y la competitividad.*

		Plan estratégico	Competitividad
Rho de Spearman	Plan estratégico	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,812**
		N	73
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,812**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	73

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

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

Según lo indicado en la Tabla 20, pueden evidenciarse aquellos resultados arrojados por Rho Spearman, dando el valor de  $P = 0,000$ , señalando correlación significativa y positiva alta con el coeficiente ( $r = 0,812$ ), por lo que se afirma que la relación se mostró significativa al 95% llevando al rechazo de la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y llegándose a establecer que se presenta correlación positiva y alta entre el plan estratégico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la Unidad Ejecutora Hospital de San Juan de Lurigancho durante el 2018.

## Hipótesis estratégica 1

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la identidad y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.

H<sub>a</sub>: Existe relación entre la identidad y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.

Tabla 21.

*Relación de la muestra paramétricas, según Spearman entre la identidad y la competitividad.*

		Identidad	Competitividad
Rho de Spearman	Identidad	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,613**
		N	73
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,613**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	73

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

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

Según lo indicado en la Tabla 21, pueden evidenciarse aquellos resultados arrojados por Rho Spearman, dando el valor de  $P = 0,000$ , señalando correlación significativa y positiva alta con el coeficiente ( $r = 0,613$ ), por lo que se afirma que la relación se mostró significativa al 95% llevando al rechazo de la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y llegándose a establecer que se presenta correlación positiva y alta entre la dimensión identidad y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la Unidad Ejecutora Hospital de San Juan de Lurigancho durante el 2018.

## Hipótesis estratégica 2

H<sub>0</sub>: No existe relación entre el diagnóstico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.

H<sub>a</sub>: Existe relación entre el diagnóstico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.

Tabla 22.

*Relación de la muestra paramétricas, según Spearman entre el diagnóstico y la competitividad.*

		Diagnóstico	Competitividad
Rho de Spearman	Diagnóstico	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,835**
		N	73
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,835**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	73

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

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

Según lo indicado en la Tabla 22, pueden evidenciarse aquellos resultados arrojados por Rho Spearman, dando el valor de  $P = 0,000$ , señalando correlación significativa y positiva alta con el coeficiente ( $r = 0,835$ ), por lo que se afirma que la relación se mostró significativa al 95% llevando al rechazo de la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y llegándose a establecer que se presenta correlación positiva y alta entre la dimensión diagnóstico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la Unidad Ejecutora Hospital de San Juan de Lurigancho durante el 2018.

### Hipótesis estratégica 3

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la propuesta de gestión y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.

H<sub>a</sub>: Existe relación entre la propuesta de gestión y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.

Tabla 23.

*Relación de la muestra paramétricas, según Spearman entre la propuesta de gestión y la competitividad.*

		Propuesta de		
		gestión	Competitividad	
Rho de Spearman	Propuesta de gestión	Coefficiente de correlación	1,000	,864**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	73	73
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,864**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	73	73

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

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores (2019).

Según lo indicado en la Tabla 23, pueden evidenciarse aquellos resultados arrojados por Rho Spearman, dando el valor de  $P = 0,000$ , señalando correlación significativa y positiva alta con el coeficiente ( $r = 0,864$ ), por lo que se afirma que la relación se mostró significativa al 95% llevando al rechazo de la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y llegándose a establecer que se presenta correlación positiva y alta entre la dimensión propuesta de gestión y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la Unidad Ejecutora Hospital de San Juan de Lurigancho durante el 2018.

## V. DISCUSIÓN

En concordancia con la hipótesis general, se halló correlación positiva alta ( $r=0,812$ ) presente del plan estratégico con la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho durante el 2018. De igual manera, respecto a la primera hipótesis específica pudo demostrarse que se indica correlación positiva y moderada de la dimensión identidad y la competitividad ( $r=0,613$ ); asimismo en la segunda hipótesis específica se demostró que el vínculo entre el diagnóstico y la competitividad con ( $r=0,835$ ) es positivo y alta; asimismo, en la tercera hipótesis específica se llegó a demostrar una correlación positiva alta de la propuesta de gestión con la competitividad ( $r=0,864$ ). En todos los procesos se contó con nivel de confianza al 95%, por lo cual entre variables y dimensiones se guarda una correlación directa y positiva, obligando el rechazo de las hipótesis nulas, sugiriendo que si se implementa un adecuado plan estratégico, éste contribuiría a la mejora de la competitividad del personal que conformó la muestra de este estudio.

Conforme a los hallazgos, se confirman con la investigación de Muñoz (2019) por cuanto la realización y desarrollo del plan estratégico favorecerá a mejorar la competitividad en las actividades de los trabajadores consiguiendo la satisfacción de los pacientes y familiares. Este centro se ubica en una situación táctica competitiva alta con relación a la calidad del servicio y al precio, esta ventaja colabora cuando se hace frente a la competencia privada y pública. Con el propósito de producir una cultura de colaboración para su desarrollo se debe tomar en consideración los procedimientos tácticos como son la misión, visión y los valores. Mientras que Bernal (2019) consideró que la implementación y ejecución de un planeamiento estratégico muestra relevancia, pues facilita a la asociación estar en frecuentes movimientos y contar con un correcto control y supervisión de las tareas conducentes a otorgar productos de calidad, exclusividad y por lo tanto contar con una competitividad adecuada. La principal debilidad son los problemas frecuentes en la exportación mientras que externamente posee la capacidad para usar los programas de exportación como oportunidad pero como amenaza la asociación tiene a la intermediación.

De acuerdo a Franco y Zambrano (2018) se debe disponer de colaboradores cuya integridad y preparación permitan a la empresa hacer frente al entorno cargado de exigencias por la competencia en el negocio actual, por ello señala que su fuerza de ventas debe mostrar preparación en los productos que se venden. Por ello, además, deben estar en capacitación constante, ser evaluados y mostrar un servicio posventa para que los clientes puedan volver a comprar mediante los pedidos y que en la preferencia y la atención se torne un cliente fiel, pues adicionalmente en postventa se logra la captación de nuevos clientes a los cuales ofertar el producto. De esta misma forma, Ramos (2018) señala que en todo plan el pilar es la fortaleza de la empresa, lo que le hace competitiva, requiriendo un análisis financiero a nivel interno y del entorno, pues el uso de herramientas financieras permiten las mejoras deseadas por toda organización. Mientras que Espinoza (2018) sostiene que diseñar un plan estratégico para la mejora de los procesos de administración genera los lineamientos que permitirán el servicio de calidad que garantice la satisfacción de los socios, además de conseguir una imagen de marca sólida y segura para hacer crecer el número de afiliados a la Cámara de Comercio de Riobamba, mediante la difusión y concientización de beneficios.

Así también, los hallazgos de Miranda (2018) le conllevaron a precisar las cualidades necesarias en gerentes y encargados respecto a su proceder en la empresa, estableciéndose que fue la capacidad, el enfoque de soluciones sobre el cuidado de los transportes y una puesta en práctica de la calidad de servicio. Entre las características para la competitividad, se asumió que el control y la supervisión de los costos y gastos, una política educativa tecnológica sustentada sobre el liderazgo, la capacidad estratégica y la calidad de servicio. En cuanto al plan, sugirió que en la praxis se deben realizar los cambios más importantes, los colaboradores pueden desempeñarse en diversos escenarios, pero muestran sensibilidad a los cambios. De otra parte, Boñon (2018) expresa que la organización no realiza estudios de mercado para así conocer las preferencias de sus clientes, pero además no utilizan apropiadamente los recursos publicitarios para la captación de nueva clientela, mientras a nivel interno la debilidad consistió en no contar con un plan estratégico, por ello no se cuenta con misión, metas y objetivos, visión y

valores, de tal forma que no se dispone una ruta definida, ni del cómo desarrollar sus tareas como organización.

Rivadeneira (2018) por su parte señaló que la organización hospitalaria se preocupó de mantener a sus públicos con estrategias que no se hallaban coordinadas con sus objetivos de largo y corto plazo. Se encontró así escasa motivación, cultura organizacional, liderazgo, así como materiales como manuales configurando diversas debilidades y desventajas frente al mercado de la salud. Asimismo, los procedimientos relacionados a la tarea de comunicar se encuentran ausentes de información, por un uso indebido de los instrumentos de gestión. Mientras, Figueroa y Elizalde (2018) manifestaron que elaborar e implementar un plan estratégica contribuye a toda organización a crecer económicamente, lo mismo que a ser reconocida en el sector, de tal manera que se reducen los costos y aumenta sus oportunidades para una mayor participación del mercado. Por último, Borja (2018) señaló que realizar el plan estratégico utiliza un sistema técnico que permite la realización de actividades y tareas estratégicas que son sostenibles y sustentables y conllevan a la optimización del clima laboral en la organización.

## VI. CONCLUSIONES

### Primera:

Se encontró correlación positiva y alta entre el plan estratégico y la competitividad desde la percepción de los colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho durante el periodo 2018. A juzgar por los resultados por medio del proceso Rho de Spearman con  $r$  de 0,812 con una significancia bilateral  $p = 0,000 < 0,05$  que indicó alta significancia.

### Segunda:

Se estableció correlación positiva y moderada entre la dimensión identidad y la competitividad desde la percepción de los colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho durante el periodo 2018. A juzgar por los resultados por medio del proceso Rho de Spearman con  $r$  de 0,613 con una significancia bilateral  $p = 0,000 < 0,05$  que indicó alta significancia.

### Tercera:

Se encontró correlación positiva y alta entre la dimensión diagnóstico y la competitividad desde la percepción de los colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho durante el periodo 2018. A juzgar por los resultados por medio del proceso Rho de Spearman con  $r$  de 0,835 con una significancia bilateral  $p = 0,000 < 0,05$  que indicó alta significancia.

### Cuarta:

Se estableció correlación positiva y alta entre la dimensión propuesta de gestión y la competitividad desde la percepción de los colaboradores de la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho en el periodo 2018. A juzgar por los resultados por medio del proceso Rho de Spearman con  $r$  de 0,864 indica que existe relación positiva entre las

variables además se encuentra en el nivel de correlación alta y siendo el nivel de significancia bilateral  $p=0,000 < 0,05$  que indicó alta significancia.

## **VII. RECOMENDACIONES**

### **Primera:**

Se recomienda a la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho, aplicar algunos de los alcances provistos en este estudio para mejora de su plan estratégico considerando los aspectos de identidad, diagnóstico y propuesta de gestión, de tal manera que al integrarse en el plan, pueda contribuir a la mejora de la competitividad esperada por la organización, otorgando a sus colaboradores herramientas claras que garanticen su accionar en el contexto actual de la organización.

### **Segunda:**

Se sugiere a la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho, consolidar la identidad de los colaboradores para contribuir con sus mejoras en el accionar organizacional, pues recaerá en la competitividad organizacional, lográndose claridad respecto a la misión y la visión de la organización hospitalaria, para que los miembros puedan compartir sus valores y principios con una convivencia más grata, pudiéndose así colaborar hacia el cumplimiento de las metas, respetando las normas de conducta establecidas.

### **Tercera:**

Se recomienda a la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho, diagnosticar el micro entorno para reconocer las debilidades en el cumplimiento de los objetivos y metas de la organización. De esta manera, será competitiva en los entornos interno y externo, aplicando correctamente las normas y sus aplicaciones. Es importante considerar

los alcances del plan estratégico valorando lo que proporciona en cuanto a oportunidades y amenazas, así como fortalezas y debilidades para comprender la situación actual de la institución y la situación deseada al futuro.

**Cuarta:**

Se sugiere a la Unidad Ejecutora del Hospital de San Juan de Lurigancho, gestionar los ambientes micro y macro de manera pertinente y siempre a favor del crecimiento del hospital. En ese sentido, es necesario contar con objetivos que sean reales, claros, con programas coherentes y tareas útiles para orientar a los usuarios y brindar un servicio de calidad, así como una distribución eficiente de todo recurso en la institución.

## REFERENCIAS

- Abascal, F. (2004). *Cómo se hace un plan estratégico*. Madrid, España: ESIC.
- Akbari, H., Kalani, N., Jokar, A., Zarezadeh, N., Hojati, S. y Rayat, E. (2018). Reviewing the barriers to the implementation of the strategic plans from the perspective of hospital managers in Jahrom. *World Family Medicine*, 16 (3) pp. 52-57.
- Alomi, Y., Alghamdi, S., Alattyh, R. y Elshenawy, R. (2018). The Evaluation of Pharmacy Strategic Plan in Past 2013-2016 and Forecasting of New Vision 2030 at Ministry of Health in Saudi Arabia. *Journal of Pharmacy Practice and Community Medicine*, 4 (2) pp. 93-101.
- Avolio, B., Mesones, A. y Roca, E. (2014). Factores que limitan el crecimiento de las micros y pequeñas empresas en el Perú (Mypes). *Academia*, pp. 70-80.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires, Argentina: Shalom.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Mexico D.F.: Pearson Educacion.
- Bernal, J. (2019). *Diseño de un plan estratégico que ayude a mejorar la competitividad de la asociación de artesanas forjadoras del futuro de Santa Rosa "ARFUSAR" en el distrito de Santa Rosa – 2018*. Pimentel, Perú: (Tesis de licenciatura) Universidad Señor de Sipán.
- Boñon, P. (2018). *Planeamiento estratégico como guía para lograr la competitividad de la I.E.P. William Prescott, periodo 2014-2019*. Cajamarca, Perú: (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional de Cajamarca.
- Borja, E. (2018). *Planificación estratégica y clima organizacional para la Clínica Hospital General Bermúdez de la ciudad de Santo Domingo, 2018*. Santo Domingo, Ecuador: (Tesis de licenciatura) Universidad Regional Autónoma de Los Andes.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina: Garnica.
- Chávez, S. (2017). Productividad como balanza entre competitividad, ventas, cliente, calidad y organización: una reflexion para estudiantes. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.

- Chong, I., Macías, I. y Parrales, J. (2019). Plan estratégico para mejorar el proceso de atención en el Hospital Básico Jipijapa. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 3 (1) pp. 670-723.
- Cortes, J., Morales, L. y Pérez, S. (2015). Efecto de la administración financiera sobre los ingresos de empresas comerciales del Valle de San Quintín. *XVIII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas*, pp. 6949 - 6963.
- Erbelding, E., Post, D., Stemmy, E., Roberts, P., Deckhut, A., Ferguson, S., Paules, C., Graham, B. y Fauci, A. (2018). The Strategic Plan for the National Institute of Allergy and Infectious Diseases. *A Universal Influenza Vaccine*, 218 (1) pp. 348-356.
- Espinoza, P. (2018). *Plan estratégico para mejorar los procesos administrativos de la Cámara de Comercio de Riobamba, periodo 2019-2023*. Riobamba, Ecuador: (Tesis de licenciatura) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Farahani, R. (2018). Strategic plan for HIT implementation & supporting healthcare. *School of Informatics and Computing*, pp. 2-12.
- Figuerola, C. y Elizalde, G. (2018). *Plan estratégico para potenciar la competitividad de las Pymes en el Cantón Durán*. Guayaquil, Ecuador: (Tesis de licenciatura) Universidad de Guayaquil.
- Figuerola, G. (2005). *La metodología de elaboración de proyectos como una herramienta para el desarrollo cultural*. Santiago de Chile, Chile: Gobierno de Chile.
- Franco, J. y Zambrano, H. (2018). *Diseño de un plan estratégico de marketing para la empresa Disfor S.A. de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: (Tesis de licenciatura) Universidad de Guayaquil.
- Fuentes, A. (2012). *Aplicación gerencial: Sistema empresarial prospectivo*. Bogotá, Colombia: Lulu.com.
- Fundación BBVA. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. Madrid, España: BBVA.
- Galan, J. y Perrotti, D. (2019). Incorporating Metabolic Thinking into Regional Planning: The Case of the Sierra Calderona Strategic Plan. *Cogitatio*, 4 (1) pp. 152-171.

- Hernández, E. (2000). *La competitividad industrial en México*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Hernandez, R. Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw Hill.
- Husain, A. y Ganguli, S. (2019). A comparative analysis of medical turismo competitiveness of India, Thailand and Singapore. *Tourism Review*, 67(2) pp. 102-115.
- Ibáñez, J. (2015). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*. Madrid, España: Editorial Dikynson.
- Martínez, D. y Milla, A. (2012). *La elaboración del plan estratégico a través del cuadro de mando integral*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Miranda, J. (2018). *Caracterización de la competitividad y el planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector transporte de carga de la provincia de Lambayeque, año 2018*. Chimbote, Perú: (Tesis de licenciatura) Universidad Católica Los Ángeles.
- Muñoz, Y. (2019). *Plan estratégico 2019-2021, para mejorar la competitividad y satisfacer la necesidad de servicios médicos de la mujer y el niño en el Centro Médico Divino Niño, en el distrito de Cajamarca*. Cajamarca, Perú: (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional de Cajamarca.
- Ramos, R. (2018). *Plan estratégico para mejorar la gestión financiera de la empresa ferretera "Su fortaleza", en la ciudad de Riobamba, periodo 2017-2020*. Riobamba, Ecuador: (Tesis de licenciatura) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Reveco, P. y Zúñiga, C. (2014). Significado valorativo y emocional de la pertenencia a las regiones de O'Higgins y Arica Parinacota. *UNIVERSUM*, 29 (1) pp. 107-123.
- Rivadeneira, C. (2018). *Plan estratégico de comunicación para fortalecer la imagen del hospital de especialidades Teodoro Maldonado Carbo*. Quito, Ecuador: (Tesis de licenciatura) Universidad de Las Américas.
- Romero, N., Estrada, J. y Fuentes, E. (2018). Desarrollo de un plan estratégico en una institución de salud que ofrece servicios oncológicos a través de un estudio de competencias. *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 6 (11) pp. 121-129.

- Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. Buenos Aires, Argentina: Lumen-Humanitas.
- Sainz, J. (2012). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid, España: ESIC.
- Sari, N. y Van Kalliecharan, R. (2018). Strenghtening the implementation of strategic plan in Hasanuddin University Hospital (HUH). *Journal of Health Technology Assessment in Midwifery*, 1 (2) pp. 64-74.
- Savirona, O., Babaskin, D., Krylova, O., Udovichenko, E. y Winter, E. (2018). The assesment of the competitiveness of adhesive bandages used in peripheral vascular diseases in geriatric petients. *Journal of pharmaceutical sciences and research*, 10(9) 2273-2275.
- Serna, H. (2008). *Gerencia estratégica Teoría Metodología. Alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Indices de gestión*. Bogotá: 3R Editores.
- Trenza, A. (2018). *Plan estratégico para una empresa ¿qué es y cómo se hace?* ESIC: Madrid, España.
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación*. Lima, Perú: San Marcos.

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE 1: PLAN ESTRATÉGICO			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
¿Cuál es la relación del plan estratégico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018?	Determinar la relación entre el plan estratégico y competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018	Existe relación entre el plan estratégico y competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.	Identidad	Misión Visión Valores Principios Códigos de ética Fortalezas Debilidades	01-10	Ordinal
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	Diagnóstico	Oportunidades Amenazas Análisis PESTE Metas	11-20	1) Nunca 2) Casi nunca 3) Algunas veces 4) Casi siempre 5) Siempre
¿Cuál es la relación de la identidad y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018?	Establecer la relación entre la identidad y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.	Existe relación entre la identidad y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital de San Juan de Lurigancho, 2018.	Propuesta de Gestión	Objetivos Estratégicos. Programa de actividades Orientación al servicio Utilización de recursos	21-30	
			VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
¿Cuál es la relación del diagnóstico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora	Establecer la relación entre el diagnóstico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital	Existe relación entre el diagnóstico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores de la unidad ejecutora hospital	Meta	Factores Socioculturales Escala de valores Patrones básicos de la organización política	01-10	Ordinal 1) Nunca 2) Casi nunca 3) Algunas veces

hospital de San Juan de Lurigancho, 2018?	de San Juan de Lurigancho, 2018.	de San Juan de Lurigancho, 2018.		Patrones básicos de la organización económica		4) Casi siempre 5) Siempre
				Capacidad estratégica y política.		
				Política presupuestaria		
				Política monetaria y fiscal		
			Macro	Política de competencia	11-20	
				Política cambiaria		
				Política comercial		
				Capacidad de gerencia.		
				Diseño de estrategias empresariales.		
			Micro	Gestión de innovación.	21-30	
				Aplicación de las mejores prácticas		
				Aseveración		

## Anexo 2. Tabla de especificaciones

VARIABLES	DIMENSIONES	PESO	INDICADORES	CANTIDAD DE ÍTEMS
Plan estratégico	Identidad	33,33%	Misión	10
			Visión	
			Valores	
			Principios	
			Códigos de ética	
	Diagnóstico	33,33%	Fortalezas	10
			Debilidades	
			Oportunidades	
			Amenazas	
			Análisis PESTE	
Propuesta de Gestión	33,33%	Metas	10	
		Objetivos Estratégicos.		
		Programa de actividades		
		Orientación al servicio		
		Utilización de recursos		
Competitividad	Meta	33,33%	Factores Socioculturales	10
			Escala de valores	
			Patrones básicos de la organización política	
			Patrones básicos de la organización económica	
			Capacidad estratégica y política.	
	Macro	33,33%	Política presupuestario	10
			Política monetaria y fiscal	
			Política de competencia	
			Política cambiaria	
			Política comercial	
Micro	33,33%	Capacidad de gerencia	10	
		Diseño de estrategias empresariales		
		Gestión de innovación		
		Aplicación de las mejores prácticas		
		Aseveración		

### Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

#### “Plan estratégico y la competitividad desde la perspectiva de los colaboradores en la unidad ejecutora del hospital San Juan de Lurigancho- 2018”

**INSTRUCCIONES:** Lee cada una de las preguntas con mucha atención; luego, elija y marque la respuesta que mejor exprese su satisfacción o percepción con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

#### OPCIONES DE RESPUESTA:

<b>S</b>	=	Siempre
<b>CS</b>	=	Casi Siempre
<b>AV</b>	=	Algunas Veces
<b>CN</b>	=	Casi Nunca
<b>N</b>	=	Nunca

VARIABLE 01: PLAN ESTRATÉGICO							
DIMENSIONES	PREGUNTAS		S	CS	AV	CN	N
<b>Identidad</b>	1	Considera constantemente la misión de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	2	Se actualiza la misión de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	3	Considera que la visión actual conlleva a los objetivos de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	4	La visión identifica la realidad de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	5	Los valores permiten colaborar a mejorar la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
	6	Se identifica con los valores de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	7	Cumple con los principios impuestos en la institución.	S	CS	AV	CN	N
	8	Los principios ayudan en la competitividad de la institución.	S	CS	AV	CN	N

	9	Cumple con los códigos de ética de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	10	Los códigos de ética son el pilar de la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
<b>Diagnóstico</b>	11	La institución reconoce plenamente sus fortalezas.	S	CS	AV	CN	N
	12	Con sus fortalezas la institución puede competir con otros centros de salud.	S	CS	AV	CN	N
	13	La institución reconoce plenamente sus debilidades.	S	CS	AV	CN	N
	14	La institución supera sus debilidades ordinariamente.	S	CS	AV	CN	N
	15	Se trata de aprovechar las oportunidades del sector.	S	CS	AV	CN	N
	16	Se tiene la capacidad para aprovechar las oportunidades.	S	CS	AV	CN	N
	17	Se trata de evitar las amenazas que se presentan en el sector.	S	CS	AV	CN	N
	18	Es frecuente que la amenaza se convierta en oportunidad en la institución.	S	CS	AV	CN	N
	19	Se analiza con frecuencia el entorno de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	20	Es comunicado del análisis PESTE de la institución.	S	CS	AV	CN	N
<b>Propuesta de gestión</b>	21	Se cumplen las metas de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	22	Está de acuerdo con las metas establecidas.	S	CS	AV	CN	N
	23	Es comunicado de los objetivos estratégicos.	S	CS	AV	CN	N
	24	Colabora en el cumplimiento de los objetivos estratégicos.	S	CS	AV	CN	N
	25	Se cumple con los programas de actividades.	S	CS	AV	CN	N
	26	El programa de actividades involucra a todo el personal.	S	CS	AV	CN	N
	27	Considera que el plan estratégico está orientado al servicio.	S	CS	AV	CN	N
	28	Está involucrado en que sus actividades estén orientadas al servicio.	S	CS	AV	CN	N
	29	Se respeta lo establecido en el plan sobre el uso de los recursos.	S	CS	AV	CN	N
	30	Se distribuyen eficientemente los recursos de la institución.	S	CS	AV	CN	N

**VARIABLE 01: COMPETITIVIDAD**

DIMENSIONES	PREGUNTAS		S	CS	AV	CN	N
<b>Meta</b>	1	Los precios son accesibles a la población.	S	CS	AV	CN	N
	2	Se respeta la costumbre de la población.	S	CS	AV	CN	N
	3	Se atiende sin discriminación.	S	CS	AV	CN	N
	4	Se atiende con honestidad.	S	CS	AV	CN	N
	5	Se establecen políticas orientadas al servicio.	S	CS	AV	CN	N
	6	Las políticas establecidas se centran en la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
	7	La institución distribuye eficientemente sus recursos.	S	CS	AV	CN	N
	8	Se cuenta con los recursos suficientes.	S	CS	AV	CN	N
	9	Se cuenta con la capacidad estratégica suficiente.	S	CS	AV	CN	N
	10	La institución aplica estrategias orientada a la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
<b>Macro</b>	11	Es comunicado sobre la política presupuestaria de la institución.	S	CS	AV	CN	N
	12	Considera que la política presupuestaria mejora la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
	13	La política monetaria y fiscal del país es la adecuada.	S	CS	AV	CN	N
	14	Considera que la política monetaria y fiscal mejora la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
	15	Las políticas de la competencia afectan a la institución.	S	CS	AV	CN	N
	16	Considera que la política de competencia afecta negativamente la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
	17	La política cambiaria afecta la compra de instrumentos en el hospital.	S	CS	AV	CN	N
	18	Considera que la política de cambiaria afecta negativamente la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
	19	Es comunicado de las políticas comerciales de la institución.	S	CS	AV	CN	N

	20	La política comercial de la institución permite la competitividad.	S	CS	AV	CN	N
<b>Micro</b>	21	La gerencia tiene la capacidad para dirigir la institución.	S	CS	AV	CN	N
	22	Sus directivos presenten la capacidad suficiente para tomar las mejores decisiones.	S	CS	AV	CN	N
	23	Se diseñan adecuadamente las estrategias institucionales.	S	CS	AV	CN	N
	24	Las estrategias institucionales están orientadas al servicio.	S	CS	AV	CN	N
	25	Se promueve la innovación de los servicios.	S	CS	AV	CN	N
	26	Participa activamente en la innovación de las actividades.	S	CS	AV	CN	N
	27	La institución se responsabiliza que la aplicación de las mejores prácticas.	S	CS	AV	CN	N
	28	Se esmera por dar la mejor atención.	S	CS	AV	CN	N
	29	Algunos puntos del plan estratégico pasa por su aseveración.	S	CS	AV	CN	N
	30	La competitividad de la institución es a causa de su compromiso.	S	CS	AV	CN	N

## Declaratoria de Autenticidad

Nosotros Jorge Ricardo Leon Tolentino con DNI N° 45125406 y Susana Yuliana Piñan Bernardo, identificada con D.N.I N° 10678102, estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, sede Lima Este; manifestamos que el producto académico que lleva como título “Plan estratégico y competitividad desde la perspectiva de los colaboradores en la unidad ejecutora del hospital San Juan de Lurigancho- 2018” para alcanzar el título profesional de licenciado en administración.

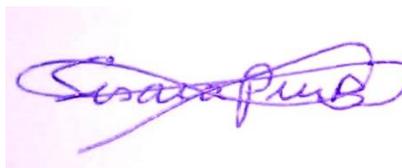
Por ende, pasamos a informar:

1. Hemos referenciado todas las fuentes utilizadas en el presente trabajo de investigación, además hemos procedido adecuadamente en la transcripción de las citas textuales y parafraseo, en el marco de los preceptos de redacción preestablecidas.
2. No hemos empleado ninguna fuente diferente a aquellas que se evidencian en el presente trabajo intelectual.
3. El trabajo de investigación mencionado nos ha servido de precedente de manera completa ni parcial para obtener otro grado académico o título profesional.
4. Tenemos conocimiento de que nuestra investigación puede ser inspeccionada de manera electrónica para rastrear plagios.
5. De hallar el empleo de información ajeno sin la adecuada identificación de su origen o autor, nos sujetamos a las penas que decretan el proceder disciplinario.

Lima, 14 de Julio de 2019



Jorge Ricardo Leon Tolentino  
D.N.I. N° 45125406



Susana Yuliana Piñan Bernardo  
D.N.I. N° 10678102