



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**“La planeación estratégica y su relación con la productividad en
una empresa del sector industrial, Lima 2020.”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORAS:

Urbina Villar, Wendy Roxana (ORCID:0000-0001-5180-0743)
Vergara Diaz, Lourdes Maribel (ORCID:0000-0002-4914-940X)

ASESOR:

Mgr. Romero Pacora, Jesús (ORCID:0000-0003-4188-2479)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedico la presente tesis a Dios, porque sin él nada es posible. A mi madre Rosario, por su amor inmedido, por sus fuerzas a lo largo de la carrera y en cada amanecida, por su apoyo emocional y espiritual, jamás podré devolverte tanto. A mi padre William Santiago, por su amor y confianza, por su guía y valores desde que era una niña, por su formación espiritual y todas sus enseñanzas. A mi hermano William Alberto, por su ejemplo y motivación constante en ser una profesional, eres mi orgullo, hermanito. A mi Nube, por su fiel compañía, por estar a mi lado todas las noches en su petatito. Esta tesis es un logro más, es por mí y para ustedes; sin duda, lo mejor que Dios me ha obsequiado.

Wendy Urbina

Dedico la presente tesis a mi compañero de vida Aldo, por su apoyo incondicional, paciencia, comprensión y por demostrarme que “El verdadero amor no es otra cosa que el deseo inevitable de ayudar al otro para que este se supere”. A mis niños Joseph y Valery que han sido mi mayor motivación para nunca rendirme, me acompañaron a lo largo de la carrera, y cedieron su tiempo para que mamá culmine este proyecto. A mi madre Rita, por brindarme a cada instante palabras de aliento para culminar mi profesión lo cual me ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles. A mi familia en general que es lo mejor y valioso que Dios me ha dado.

Lourdes Vergara

Agradecimiento

Agradecemos a Dios quien nos ha dado la vida y fortaleza para terminar este trabajo de investigación, a nuestra familia por estar junto a nosotros en este proceso académico. A la gran amiga con la que elaboré esta tesis, juntas tuvimos un apoyo mutuo y sabemos que siempre contamos la una con la otra. Agradecemos también a todos nuestros profesores por guiarnos a hacer un buen proyecto, a nuestros asesores Dr. Ricardo Ruiz Villavicencio y Mg. Jesús Romero Pacora por la orientación para realizar esta tesis y en especial al Mg. Enrique Teves y al Dr. Randall Seminario por su apoyo y amistad.

Wendy Urbina y Lourdes Vergara

PÁGINA DEL JURADO

Presidente

Mg. Ricardo Ruíz Villavicencio

Secretario

Mg. Juan Martín Campos Huaman

Vocal

Mg. Jesús Romero Pacora

Índice de contenidos

Pág.

<i>Dedicatoria</i>	<i>ii</i>
<i>Agradecimiento</i>	<i>iii</i>
<i>Índice de contenidos</i>	<i>vi</i>
<i>Índice de figuras</i>	<i>viii</i>
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	21
3.1 Tipo y diseño de investigación:	21
3.2 Variables y operacionalización:.....	22
3.3 Población, muestra y muestreo.....	22
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	23
3.5 Procedimientos.....	28
3.6 Método de análisis de datos.....	29
3.7 Aspectos éticos	29
IV. RESULTADOS	30
V. DISCUSIÓN	52
VI. CONCLUSIONES	58
VII. RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS	62
ANEXOS	69

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Denominaciones en la escala de Likert.....	25
Tabla 2: Validación de expertos	25
Tabla 3: Escala de medidas para evaluar el Coeficiente de Cronbach.....	26
Tabla 4: Alpha de Cronbach para la variable planeación estratégica	27
Tabla 5: Alpha de Cronbach para la variable productividad.....	27
Tabla 6: Porcentajes de la variable planeación estratégica	30
Tabla 7: Porcentajes de la variable productividad.....	31
Tabla 8: Porcentajes de la variable los estrategas.....	32
Tabla 9: Porcentajes de la dimensión direccionamiento estratégico	33
Tabla 10: Porcentajes de la dimensión diagnóstico estratégico	34
Tabla 11: Porcentajes de la dimensión formulación estratégica	35
Tabla 12: Porcentajes de la dimensión indicadores de gestión	36
Tabla 13: Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	37
Tabla 14: Niveles de correlación bilateral	39
Tabla 15: Tabla cruzada entre las variables planeación estratégica y productividad	40
Tabla 16: Tabla cruzada entre la dimensión los estrategas y la variable productividad	42
Tabla 17: Tabla cruzada entre la dimensión direccionamiento estratégico y la variable productividad	43
Tabla 18: Tabla cruzada entre la dimensión diagnóstico estratégico y la variable productividad	45
Tabla 19: Tabla cruzada entre la dimensión formulación estratégica y la variable productividad	47
Tabla 20: Tabla cruzada entre la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad	49

Índice de figuras

	Pág.
<i>Figura 1:</i> Gráfico de la variable planeación estratégica	30
<i>Figura 2:</i> Gráfico de la variable productividad.....	31
<i>Figura 3:</i> Gráfico de la dimensión los estrategias	32
<i>Figura 4:</i> Gráfico de la dimensión direccionamiento estratégico.....	33
<i>Figura 5:</i> Gráfico de la dimensión diagnóstico estratégico.....	34
<i>Figura 6:</i> Gráfico de la dimensión formulación estratégica	35
<i>Figura 7:</i> Gráfico de la dimensión indicadores de gestión	36
<i>Figura 8:</i> Gráfico de las variables planeación estratégica y productividad.	40
<i>Figura 9:</i> Gráfico de la dimensión los estrategias y la variable productividad.	42
<i>Figura 10:</i> Gráfico de la dimensión direccionamiento estratégico y la variable productividad.....	44
<i>Figura 11:</i> Gráfico de la dimensión diagnóstico estratégico y la variable productividad.....	46
<i>Figura 12:</i> Gráfico de la dimensión formulación estratégica y la variable productividad.....	48
<i>Figura 13:</i> Gráfico de la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad.....	50

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general definir el grado de relación entre la planeación estratégica y la productividad en la empresa Famaplast Export S.A.C., del distrito de San Miguel. Como teoría señalo a Amaya (2016) para la variable planificación estratégica y a López (2013) para la variable productividad. La metodología fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional, con un enfoque cuantitativo de diseño transversal no experimental y la población de estudio fue de 120 trabajadores de la empresa Famaplast Export S.A.C; se aplicó un cuestionario conformado por 60 afirmaciones en medición por la escala de Likert, la cuales fueron validadas mediante un juicio de experto de la Universidad César Vallejo; estos datos fueron procesados mediante el programa estadístico SPSS versión 26, consiguiendo un nivel de confiabilidad de alfa cronbach = 0,916 para la primera variable y 0,947 para la segunda variable. Además, se utilizó la prueba de Hipótesis, en la cual se puede evidenciar que existe relación positiva media entre la planeación estratégica y la productividad según el coeficiente de correlación Spearman ($Rho = 0.391$) y el Sig. (Bilateral) = 0.000.

Palabras clave: Planeación estratégica, productividad, estrategias, direccionamiento estratégico, diagnóstico estratégico.

ABSTRACT

The present research had the general objective of defining the degree of relationship between strategic planning and productivity in the company Famaplast Export S.A.C., in the district of San Miguel. As a theory, I point out Amaya (2016) for the strategic planning variable and López (2013) for the productivity variable. The methodology was applied, descriptive-correlational level, with a quantitative approach of non-experimental cross-sectional design and the study population was 120 workers from the company Famaplast Export S.A.C.; A questionnaire made up of 60 affirmations measured by the Likert scale was applied, which were validated by means of an expert judgment of the César Vallejo University; These data were processed using the SPSS version 26 statistical program, achieving a reliability level of alpha cronbach = 0.916 for the first variable and 0.947 for the second variable. In addition, the Hypothesis test was used, in which it can be shown that there is a mean positive relationship between strategic planning and productivity according to the Spearman correlation coefficient ($Rho = 0.391$) and Sig. (Bilateral) = 0.000.

Keywords: Strategic planning, productivity, strategists, strategic direction, strategic diagnosis.

I. INTRODUCCIÓN

En la presente tesis se desarrollará el contexto de la problemática dentro de un marco internacional, nacional y local en relación a la problemática de la planeación estratégica y como se relaciona con los indicadores de productividad, siendo un tema de bastante incidencia en razón de que muchas empresas presentan similar problemática, y en búsqueda de la solución están implementando estrategias que les permita mejorar la gestión de las organizaciones. También, se justificaron los fundamentos desarrollados en el presente estudio, así como la formulación de los problemas de investigación, los objetivos e hipótesis del proyecto.

En la actualidad, se puede observar que en algunas empresas se tiene problemas que se relacionan con la falta de planificación, lo cual genera bajos niveles de productividad, lo que conlleva al incumplimiento de sus objetivos. Esta realidad hace que las empresas no alcancen los niveles adecuados para ser competitivas; siendo la productividad un factor de evaluación para analizar el estado de compañía y la calidad de su dirección administrativa. (Dinero, 2016). Es importante seguir descubriendo estrategias que favorezcan la estabilidad de las empresas, ya que están relacionadas con la eficiencia del personal (Maturana y Andrade, 2019). Asimismo, el autor Gómez (2016), manifiesta que la planeación estratégica es un proceso continuo de diálogo en el que los integrantes del comité de dirección toman medidas para luego optar por cursos de acción y asignar esfuerzos, recursos e inversiones. (p.01), debiendo así, elaborar un plan estratégico para que la empresa sea competitiva.

Por otro lado, Nemur (2016), indicó que “la productividad mide el promedio de cuan eficiente es la producción. La misma que es expresada en relación de los ingresos y salidas utilizados producción. (p. 03); Así también, estudios indican que la pérdida de productividad y limitaciones laborales están asociadas al exceso de trabajo, demostrando de esta manera la dificultad que mantienen para llevar a cabo sus tareas en el tiempo establecido de trabajo, y por consiguiente disminuyendo la productividad de la empresa. (Carvalho, Pereira, Tomaschewski, Devos, Cecagno y Dalmolin, 2018). Por lo tanto es importante que las empresas tengan claro que deben ser productivas si desean mantenerse activas y no llegar al fracaso; siendo también fundamental para la dirección de una empresa la planeación estratégica,

ya que especifica los objetivos, metas, estrategias, políticas y procedimientos que se desarrollarán en favor de la organización. (Dinero, 2016).

A nivel internacional, al parecer las empresas no están enfatizando en que sus procesos de planeación mejoren, ya que en investigaciones recientes, se refiere que las reuniones de la alta gerencia invierten sólo el 15% de las 250 horas anuales, para hablar de asuntos estratégicos (Mankins, 2004, citado en Gómez, 2016). En América Latina, esta es la situación de muchas empresas en Colombia y se ve reflejado cuando faltan respuestas al preguntar en dónde quisieran estar en unos próximos años, cómo quisieran que sus negocios sean vistos, el tamaño que quisieran que tuviera o a qué tipos de clientes quisieran llegar. (Ortegón, 2019). En cuanto a la productividad se ven resultados progresivos en algunos países, para la mano de obra trabajada, mientras que en otros el resultado es más lento. (Mejía y Jimenez, 2020); esto debido a dos problemas, siendo el primero, el bajo capital, y el segundo, la mala asignación dada a la inversión entre los diversos sectores industriales. (Hofman, Mas, Aravena y Guevara, 2017).

Así también, según el Programa de Transformación Productiva (PTP), durante el 2017 creó 323.265 negocios en Colombia, pero en el mismo año se cerraron 154.360, debido a la alta rotación de personal y el inestable manejo de los procesos empresariales. (Reporte Digital, 2019). Otros estudios, indicaron que el procedimiento a seguir para lograr la productividad es la inversión en el capital humano; teniendo en cuenta ello, las empresas de Barranquilla, mas aún en el sector servicio, entienden necesario tomar en cuenta que para crecer productivamente, deben mejorar orientándose en la capacitación al personal. (Simancas, Silvera, Garcés y Hernández, 2018). A nivel nacional, por el contrario, se le atribuyen las causas a otros factores distintos, vemos así que el Director General de Real Time Management, Hugo Alegre Brousset, señala que, según un estudio realizado por el PAD – Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, y el Real Time Management, las empresas grandes, que hacen el 51%, formulan su estrategia mediante un proceso formal que incluye a los ejecutivos; mientras que un 33% lo hace mediante reuniones y talleres de trabajo.

Por otro lado, indica que el 57% de las empresas formula o diseña su estrategia solas, sin apoyo externo, especialmente las de menor tamaño. Mientras que el 26% de las empresas que facturan entre US\$ 100 millones y US\$ 500

millones utilizan una consultora. Determinando así que la falta de tiempo y de personal son las que dificultan que se logre el planeamiento estratégico que requiere la empresa, lo que conlleva a que sea más conveniente que las empresas desarrollen su estrategia en un plazo de tres a cinco años. (Real Time Management, 2019). Por lo tanto, es posible que las carencias de métodos para planear sus estrategias podrían reflejarse en la afectación de la productividad a las empresas, ya que según la Bolsa de Trabajo PUCP, refiere que a pesar de que la participación laboral es alta y que en los últimos años la productividad en el Perú ha crecido, esta solo representa la quinta parte del mismo indicador en Estados Unidos (Bolsa de Trabajo PUCP, 2016).

Según Céspedes, Lavado y Ramírez-Roldán (como citó en Lavado, 2017), indicó que la productividad en el Perú se ha mantenido paralizada, sin mejorar: mientras que anualmente, la economía tenía un crecimiento del 6%, la productividad reflejaba el suyo al 1,5%, muchísimo menor anualmente. A nivel local, la empresa FAMAPLAST EXPORT S.A.C., donde se realizará el estudio, es una empresa familiar que fue constituida en el año 2011, ubicado en el distrito de San Miguel, se dedica a la producción de menaje para fiestas y artículos para piñatas en la industria manufacturera del sector plástico. La empresa logró posicionarse con una importante participación dentro del mercado del sector plástico (Anexo 1), siendo proveedor principal de los negocios dedicados a este rubro, en el centro de Lima; como se refiere en el cuadro de Producción referente al presente año 2020 (Anexo 2).

En la actualidad presentan problemas con el movimiento de la producción, debido a la coyuntura presentada en el país por la pandemia del Covid-19, este rubro específico de la industria del sector plástico está siendo severamente afectada, ya que se han prohibido los eventos en los cuales se realizaban las ventas de menaje para fiestas y artículos para piñata; poniendo en riesgo la producción y venta de los productos. Teniendo en cuenta además, la indecisión de los directivos frente a la debilidad de no tener un plan frente a estos casos, y la incertidumbre de los trabajadores por mantener sus puestos de trabajo. En relación a la realidad problemática debe quedar claro que la ausencia de conocimiento sobre la temática que se ha abordado en la investigación está afectando a unidades de análisis similares, siendo este desarrollo de la investigación importante porque demostrará

que al implementar la planeación estratégica en la empresa investigada, se incrementará la productividad de la misma, y cuya finalidad será mejorar la planeación dentro de la organización y poder así mantenerse vigentes en el mercado.

Además, según estudios aplicados, señalan que la productividad es afectada por diversos factores relacionados con las condiciones propias de la región o país y con el sector donde se analice (Jaimes, Luzardo y Rojas, 2018); así también, refieren que para una empresa familiar es importante elaborar una guía de planeación estratégica, la cual ayude a predecir alguna eventualidad, ya sea empresarial o familiar, para así lograr los objetivos familiares y la confianza entre los mismos (Araya, 2017); entonces, tomando de referencia lo antes expuesto, se analizarán los factores, y los resultados de este estudio facilitarán la toma de decisiones, permitiendo implementar medidas dentro de la empresa. En base a lo indicado, se expuso la problemática general y específica de la presente tesis.

Siguiendo con la mención de la problemática general de investigación: ¿Cuál es la relación existente entre la planeación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020?. Por consiguiente, se exponen los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es la relación existente entre los estrategias y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020?. ¿Cuál es la relación existente entre el direccionamiento estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020?. ¿Cuál es la relación existente entre el diagnóstico estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020?. ¿Cuál es la relación existente entre la formulación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020?. ¿Cuál es la relación existente entre los indicadores de gestión y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020?.

Como justificación de la investigación, referente a la planeación estratégica cumple un rol importante para la organización, ya que en algunas empresas se tiene problemas que se relacionan con la falta de planificación, lo cual genera bajos niveles de productividad, lo que conlleva al incumplimiento de sus objetivos. Así también en la actualidad muchas empresas desarrollan estrategias que resulten adecuadas a partir del uso de otras herramientas. En la investigación se ha podido evidenciar que se suscitan problemas a partir de esta mención, lo cual nos motiva

realizar el presente estudio. Este estudio es primordial debido a que mostrará la eficacia de elaborar un plan estratégico para optimizar la productividad en la empresa investigada, y cuya finalidad será mejorar la planeación dentro de la organización y poder mantenerse vigentes en el mercado. Los resultados de este estudio facilitarán la toma de decisiones y permitirán implementar medidas dentro de la empresa..

Valderrama (2015), mencionó que la justificación teórica “hace mención a la preocupación que tiene el autor por analizar los distintos puntos de vista teóricos que estudian el problema detallado” (p. 140). En ese sentido, se relacionan la con V1 Y V2, ya que son consideradas variables importantes dentro de una organización. Para el análisis de las variables tuvimos como referencia a los teóricos principales, Planeación Estratégica (Amaya, 2018) para la primera variable, y la Productividad (López, 2013) para la segunda variable. Así mismo se manifiesta la importancia de lograr el propósito de la empresa, siendo así la forma en la que esta se mantendrá en el mercado, teniendo como resultado la productividad y el desarrollo de un plan en la organización. Por otro lado, Valderrama (2015), indicó que la justificación práctica “muestra el deseo del autor por desarrollar sus habilidades, conseguir la licenciatura académica, o si se diera la oportunidad, solucionar alguna problemática específica que impacte a las empresas, ya sean públicas o privadas” (p. 141).

De esta manera, el resultado de las variables de estudio ayudara a resolver un problema o proponer estrategias que contribuyan a resolverla. Finalmente, este aporte implementa estrategias o herramientas en las diversas áreas donde presentan deficiencias. Asimismo, el citado autor precisó a la justificación metodológica como el cumplimiento de los objetivos de estudio que recurrirá a la formulación de instrumentos con el fin de medir la variable dependiente y su efecto con la variable independiente (140). Además, es de enfoque cuantitativo, por ello, los datos son acopiados mediante cuestionarios, para ser medidos posteriormente en el software estadístico SPSS con la finalidad de conseguir datos concluyentes y desarrollar su interpretación. Con respecto a la Justificación social definen los aportes que el proyecto de tesis brinde a las solicitudes de la sociedad demande, presente y futuras.

Al observar los problemas presentados en la actual investigación, junto a sus diversas teorías unidas a las dos variables, se determina que el objetivo general de esta investigación es: Definir el grado de relación entre la planeación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Asimismo, enunciar los siguientes objetivos específicos. Identificar cuál es la relación existente entre los estrategias y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Identificar cuál es la relación existente entre el direccionamiento estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Identificar cuál es la relación existente entre el diagnóstico estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Identificar cuál es la relación existente entre la formulación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Identificar cuál es la relación existente entre los indicadores de gestión y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Este trabajo de investigación tiene como hipótesis general: Se relacionan significativamente la planeación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. De esta forma las hipótesis específicas son: Se relacionan significativamente los estrategias y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Se relacionan significativamente el direccionamiento estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Se relacionan significativamente el diagnóstico estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Se relacionan significativamente la formulación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020. Se relacionan significativamente los indicadores de gestión y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

En la presente tesis, referente al marco teórico, se recogió información para el desarrollo de los antecedentes de las cuales se tomaron como sugerencia cuatro tesis nacionales y cuatro tesis internacionales, que poseen relación con el tema proyectado y a la vez que aporta nuevos conocimientos en la parte teórica. De este modo, ayudará en la discusión final de acuerdo con los resultados que se obtenga en este trabajo de investigación. En relación a la definición de las variables planeación estratégica y la productividad, se acudió a autores para obtener mayor información referente a los conceptos de las variables y sus dimensiones. Así también, se tomaron autores de tres artículos científicos como apoyo en los conceptos de cada variables. Para corroborar las variables de la investigación se referenciaron 4 tesis nacionales y 4 tesis internacionales, las cuales fueron empleadas para realizar el contraste de los resultados.

En el desarrollo de la presente investigación se ha considerado los siguientes antecedentes a nivel nacional: Colque (2018), indicó que el objetivo general fue demostrar si la planeación estratégica y el desempeño laboral en la empresa de Tai Loy Comas, 2018; se relacionan de algún modo. Como teoría puntual tuvo a Amaya para la variable planeación estratégica. La metodología fue de tipo aplicada, el nivel de estudio descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal; donde se censaron a 50 trabajadores. Dichos resultados tuvieron un procesamiento de datos en el software SPSS 22, en el cual se demostró a través del coeficiente de Spearman una correlación de 0,662, mostrando que entre ambas variables hay una correlación positiva considerable. Para la presente tesis es fundamental la contribución de este trabajo, ya que ayuda a obtener nuevos conocimientos en cuanto a la parte teórica al citar a las dos variables en la cual se menciona en este presente trabajo, y además su metodología es descriptiva correlacional, buscando establecer la relación entre ambas variables.

Pacheco (2018), nombró que el principal objetivo de su estudio fue demostrar si la planificación estratégica influía sobre el rendimiento de los agentes del BBVA del departamento de Junín en el año 2018, y como teóricos indicó a Castellanos y a Marulanda para las planificación estratégica y productividad,

respectivamente. Asimismo, su metodología fue de tipo descriptivo correlacional, con una población de 73 agentes del BBVA del departamento de Junín, los mismos que en su totalidad fueron tomados para llevar a cabo las encuestas, en la parte estadística se demostró a través de la prueba Pearson en un nivel positiva media de 0.61, el cual determinó que la variable planificación estrategia influye positivamente en la variable productividad. El aporte de este trabajo es sumamente valioso ya que estudió las mismas variables y ayudará como guía para aplicarlo en la parte teórica de esta presente investigación. Asimismo, su metodología fue descriptivo correlacional y busco establecer la relación entre ambas variables.

Aramburu (2017), refirió que el objetivo general de su estudio fue definir si el planeamiento estratégico se relacionaba con la productividad en la Clínica investigada. Lima. 2015. Tuvo como teoría a Sánchez, para la variable Planeamiento Estratégico y Aramburu, para la variable Productividad. Además, aplicó la metodología de tipo descriptivo correlacional con una población de 73 trabajadores las cuales se les aplico encuestas, en la parte estadística se concluyó que si existe relación positiva entre ambas variables, la cual se demostró con un nivel de correlación alta y significancia en la prueba Rho Spearman al 0.815. El aporte de este trabajo sirve de guía para esta presente investigación, ya que el estudio aplicado fue descriptivo correlacional, en el mismo que se buscó establecer si ambas variables se relacionan, para determinar el propósito de esta investigación. También se busca obtener nuevos conocimientos en la parte teórica y así poder refutar en la parte final de mi investigación.

Velásquez (2017), detalló que el objetivo del estudio fue comprobar la relación entre el Planeamiento Estratégico con la Productividad, y como teoría tuvo a Amaru y Álvarez. Asimismo, la autora siguió una metodología de tipo descriptivo correlacional y su diseño de corte transversal no experimental y su población de estudio fue de 60 trabajadores de la empresa AFRA E.I.R.L., las mismas que fueron medidas mediante un cuestionario de 20 preguntas y estadísticamente concluyó que la Planeación Estratégica y Productividad, se relacionan de forma positiva perfecta, la cual se demostró con la prueba Rho Spearman en una correlación significativa al nivel de 1.000. Este trabajo de investigación tiene un aporte importante para la presente investigación, ya que se estudió a las dos variables

planeamiento estratégico y productividad. Del mismo modo, su metodología de estudio es descriptivo, el cual se aplica en este presente trabajo.

En relación a los antecedentes internacionales se tiene a Chávez (2019), quien manifestó que la investigación tuvo como objetivo la relación existente entre la planificación estratégica, la competitividad y el desempeño financiero de Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) del sector de plásticos, en los municipios de la provincia Sabana Centro, del departamento de Cundinamarca. En cuanto a su metodología fue descriptivo, correlacional no experimental, de diseño transversal o transaccional, es decir, donde los datos analizar se recopilan de las empresas Pymes en un único momento de tiempo y su población fue 18 empresas PYMES de las cuales estuvo conformada por 8 empresas pequeñas y 10 empresas medianas. La investigación refirió en sus conclusiones que las variables se relacionaban con un 95% de confianza. Asimismo, el aporte de este trabajo ayuda a obtener más información en la parte teórica y estudio realizado fue descriptivo correlacional, lo cual es el propósito de esta presente investigación.

Ariza y Ávila (2017), manifestaron que el objetivo de su estudio fue crear un plan estratégico para comercializar bolsas plásticas con sello verde para una empresa, la cual permitía que las ventas aumenten y logrando mayor participación en su ciudad. El diseño de su metodología fue de tipo exploratoria y descriptiva que relata las principales características de la problemática en investigación. Los autores concluyeron que se debe implementar planes estratégicos que permita el crecimiento de la empresa. Esta investigación permite obtener información teórica como aporte para este presente trabajo de investigación. Además, su estudio aplicado fue descriptivo, lo cual es el propósito de esta investigación.

Baidal y Alarcón (2017), detallaron que su trabajo investigación tuvo como objetivo implementar una planificación estratégica para el fortalecimiento de la empresa INDUMASTER S.A., se sustentó en las teorías de la planificación de estrategias a Porter las cuales se citan en el marco teórico. El diseño de la metodología fue cuantitativa y el estudio descriptivo, utilizando el procedimiento de la observación, la entrevista y posterior encuesta realizada. Los autores concluyen que se deben establecer planes estratégicos y tácticas, para el fortalecimiento y posicionamiento de la empresa. El aporte de esta investigación sirve como guía

para el desarrollo del presente trabajo, además el estudio aplicado fue descriptivo y su metodología cuantitativa, el cual se aplica en la presente investigación.

Bustamante (2016), indicó que el objetivo de la investigación fue incrementar la eficiencia administrativa y operativa de la empresa TOCALIT S.A. mediante el desarrollo de un plan estratégico que permita el mejoramiento de los rendimientos financieros y optimización de los recursos humanos y materiales de la organización y la metodología aplicada fue de tipo descriptivo, ya que se describe varias características fundamentales y explicativa porque se determina un conjunto de fenómenos donde el objetivo es saber porque suceden ciertos hechos. Su población fue de 74 trabajadores de la empresa el cual se les realizó una entrevista. El autor determinó que se debe diseñar un plan estratégico e informar a los trabajadores para el buen desarrollo de la empresa y el área administrativa. Esta investigación es importante para mi trabajo de estudio, ya que ayuda a obtener nuevos conocimientos en cuanto a la parte teórica.

En referencia a las teorías empleadas para el desarrollo del presente estudio, se eligieron a tres autores por cada teoría; para precisar la primera variable Planeación Estratégica, se elige como teórico base a Amaya (2018), quien la conceptúa como el procedimiento que siguen los gerentes de una empresa para obtener, procesar y analizar datos internos y externos, con la finalidad de evaluar cómo se encuentra actualmente la compañía, así como también evaluar su nivel de competitividad con el fin de prever y tomar decisiones sobre el direccionamiento de la organización, en adelante. (p.16).

Para la variable de planificación estratégica, Amaya (2018) nombra en su libro a cinco dimensiones como componentes fundamentales, los mismos que serán detallados a continuación: describe como primera dimensión a Los Estrategas, definiendo como estrategas a todos los trabajadores o funcionarios de una empresa con la facultad de decidir en relación al desempeño actual y futuro de la empresa, como son los gerentes, directores o jefes de área, quienes son parte fundamental de los estrategas de una empresa. (Amaya, 2018, p.16). Así también la estrategia empresarial define la misión, visión, valores y objetivos de la empresa, es muy preponderante la ejecución de esta herramienta para el crecimiento de la organización. (Bahia, Bandeira-de-Mello y Spuldaro, 2018). Por consiguiente, Correa, Sugahara y Rodríguez, reconoce tres tipos de estrategias adquiridas por

las organizaciones, las cuales nombra como genéricas debido a que son consideradas métodos para destacar frente a la empresa competidora.

Siendo así el primer indicador: Estrategias de liderazgo en costos, que es buscar precios bajos para que la empresa pueda realizar una inversión considerable de capital, comprando así maquinarias actualizadas, consiguiendo una fijación arriesgada de precios, en la cual puede ser posible que al inicio se obtengan pérdidas, sólo para asegurar una posición en el mercado. Segundo indicador: Estrategias de diferenciación, se refiere al producto o servicio, donde la empresa pueda innovar creando algo que se diferencie o sea original, dentro de la industria en la que se desenvuelve, ya sea un diseño o alguna imagen de marca. El tercer indicador, detalla que la Estrategia de enfoque es acoger un comportamiento, el cual permitirá lograr una meta estratégica, la misma que podrá ser un establecido grupo de consumidores, una serie de una clase de productos o un segmento de mercado. (Porter, 2004, citado en Correa, Sugahara y Rodríguez, 2015).

Para la segunda dimensión señala al Direccionamiento estratégico, en la cual Amaya describe que las las empresas deben tener muy claro hacia dónde están yendo, si es que deseen surgir, ganar utilidades y mantenerse en el mercado, es decir, haber establecido correctamente su direccionamiento estratégico. (2018, p.17).

Del mismo modo, Hernández y Rodríguez, definen la dirección estratégica como el instrumento que permite a las organizaciones conocerse y plantear sus metas y objetivos, para saber hacia dónde desea ir y hasta donde desean llegar. (2016). Por otro lado, la dirección de las empresas pueden originar la práctica de nuevas ideas sociales y productivas de los empleados, con el factor de la empatía, principalmente en los líderes de la producción y la servucción. (Cruz, Ibarra, Rueda y Olivares, 2020). El direccionamiento estratégico lo integran tres elementos, por lo tanto se tiene como cuarto indicador: los principios corporativos, que se refieren a la suma de virtudes, creencias, normas, que rigen a una compañía. Estos detallan un conjunto de características importantes para la empresa, los cuales deben ser practicados por todos. Los principios de una organización no hacen parte ni de la visión, y mucho menos de la misión; por el contrario, sí son la base de los mismos.

Son el marco de referencia sobre el cual debe regir el direccionamiento estratégico de la corporación. Los principios y valores, deben ser claros y precisos ya que son parte importante de la cultura organizacional de una empresa. Para el quinto indicador, la visión, es la expectativa ideal de lo que quiere lograr la compañía. La visión es el vínculo que entrelaza el presente con el futuro de una empresa, y sirve de referencia al momento de realizar las estrategias, a la vez que le proporciona importancia a la corporación. (Amaya, 2018, p.17). Sexto indicador: La misión, es la que operacionaliza a la visión, es la razón de ser de la organización que define el quehacer de la misma. La misión, por tanto, debe ser diseñada de forma clara, publicada y aprendida por todos los trabajadores. Los procedimientos de la organización deben ser firmes con esta misión, así como el comportamiento de todos colaboradores de la empresa.

La misión de una empresa debe inducir comportamientos, crear compromisos. De allí, la importancia y seriedad con que debe ser conducida esta etapa de la planeación estratégica. (Amaya, 2018, p.18). La misión y visión son necesarias para desarrollar una estrategia de negocios apropiada y la realización de sus actividades diarias. Esto debido a que tanto la visión como la misión se convierten en la guía básica de lo que es la compañía y lo que espera ser. (Brenes, Madrigal y Quesada, 2017). Para la tercera dimensión Diagnóstico estratégico, Amaya (2018) detalla que es analizar cómo se encuentra la compañía actualmente, ya sea interna o de cara a su entorno, donde el direccionamiento estratégico sirve de marco de referencia, para responder las preguntas de donde estaba la empresa y dónde se encuentra actualmente. Como otra referencia, se encuentra que el análisis estratégico permite a las organizaciones un mejoramiento interno y externo, debido a que se irá investigando cada aspecto de la empresa para lograr encontrar su punto de debilidad y tratar de disminuirlo. (Robles, Serrano, Gaibor, Armijo y Fernandez, 2017).

Por otro lado, se refiere que es un proceso mediante el cual es posible determinar el conjunto de amenazas y oportunidades que el entorno presenta a la empresa, así como el conjunto de fortalezas y debilidades de la misma, de manera que permita a la dirección un diagnóstico y evaluación de la situación (Burbano, 2017); encargándose de estudiar el entorno de la empresa para que de esa manera se pueda plantear las estrategias correctas y hacer uso de ellas. Para ello,

el gran aporte del análisis DOFA es indispensable para adquirir y analizar datos sobre el entorno externo con la finalidad de encontrar sus oportunidades y amenazas; así como el entorno interno para identificar los escenarios de fortalezas y debilidades de la organización. Por lo tanto, según Amaya (2018) el diagnóstico estratégico incluye al Séptimo indicador: Análisis externo del entorno, para preveer y estar preparado para aprovechar las oportunidades.

Octavo indicador: Análisis de la competencia, para anticipar a tiempo el impacto de las amenazas. Noveno indicador: Análisis de la cultura corporativa, para definir estrategias que permitan aprovechar sus fortalezas mediante las normas, valores, tradiciones, misión, visión, etc., compartidas por los miembros de una misma empresa. Décimo indicador: Análisis Interno, para conocer sus debilidades y evitar su efecto. (p.19). Como consiguiente, en la cuarta dimensión que es Formulación estratégica, Amaya (2018) explica que las alternativas estratégicas, tendrán que volverse planes de acción concretos, con responsables establecidos que se hagan cargo de las mismas; lo cual es de vital importancia para lograr un mayor crecimiento, planteando las estrategias con la única función de que puedan ser llevadas a cabo para obtener resultados positivos. Siendo así, indispensable para el autor proyectar en el tiempo cada uno de los proyectos estratégicos, mediante los siguientes indicadores.

Para nombrar al undécimo indicador: Objetivos funcionales, que tienen una finalidad práctica, útil y efectiva, para definir los objetivos dentro de estos proyectos. Duodécimo indicador: Estrategias funcionales, que representan la concreción o especificación de definir estrategias para cada una de las áreas funcionales o departamentos de la empresa, así como diseñar planes de acción concretos. Décimo tercer indicador: Planes de acción, que son una especie de curso de acción conscientemente determinado para abordar una situación específica. (p.19). También puede ser una 'maniobra' para ganar la partida al contrincante o competidor. (Casares, 2017, p.21). Otro aporte de una revista indexada, refiere que es primordial que la compañía cuente con un plan estratégico que establezca una herramienta para la toma de decisiones y manifieste lo que necesita cada área de trabajo. (Robles, Serrano, Serrano, Gaibor, Armijo y Fernández, 2017).

Entonces, Amaya (2018) continúa con que los proyectos estratégicos y los planes de acción deben reflejarse en el presupuesto estratégico, el cual en definitiva

es el verdadero plan estratégico. Teniendo así, como décimo cuarto indicador: Presupuesto estratégico, siendo así el que deberá regirse según las normas de la organización. Además, que el plan sea ejecutado debe ser monitoreado y auditado, como parte fundamental del desarrollo de la planeación estratégica. (p.19). Por último, el autor en mención denomina que la quinta dimensión son los Indicadores de Gestión, en el cual se debe monitorear y auditar el rendimiento de la organización. Para ello, basándose en las metas y planes de acción, así como en el presupuesto estratégico, se determinarán los índices con el cual será medido el avance de la compañía. Esta medición debe ser realizada habitualmente de tal forma que retroalimente de manera oportuna el proceso de la planeación estratégica, y puedan así, implantarse las modificaciones o ajustes que se requieran para cada situación.

La formalización de este proceso de evaluación y medición periódicas, institucionalizan la auditoría estratégica. Décimo quinto indicador: Auditoría Estratégica, componente fundamental en la creación y consolidación de una cultura estratégica. (p.20). Para Casares (2017), si los gerentes implementan una estrategia, deben darse cuenta cuando es que no está funcionando la misma; para esto se debe realizar una supervisión constante de su cumplimiento. Décimo sexto indicador: Monitoreo Estratégico, el cual ayuda a afianzar las metas y estrategias que existen en la corporación, así como también para proponer cambios. Los contralores, mayormente, representan un papel importante en la formulación de sistemas de control estratégico. Décimo séptimo indicador: Control estratégico, es realizar un control sobre la decisión que se tomó después de ejecutarla, si en caso presenta consecuencias para la empresa, ejecutar el plan de contingencia. (p.20).

Por otro lado, otros autores conceptúan a la Planeación Estratégica de la siguiente manera: Sainz (2016) indica que la planeación estratégica es la herramienta en la que la gerencia reúne las decisiones estratégicas que ha adoptado junto a su equipo directivo, para plasmarlo en los próximos años, y así lograr que su empresa sea productiva, permitiendo satisfacer las expectativas de sus clientes internos y externos. (p. 49). En el caso de Aljure (2016), refiere que la planeación estratégica es fruto del proceso de planificación de la organización, del cual se obtiene el plan maestro que contiene las decisiones que sus líderes han adoptado, normalmente, para los próximos tres a cinco años; en relación a las

necesidades y objetivos de la compañía. También indica que un plan diseñado para una microempresa o una pyme (pequeña y mediana empresa), no deja de ser estratégico por el hecho de ser menos complejo y extenso debido a las características propias de tamaño, objeto social, mercado, cultura y recursos, entre otros.

Lo que significa que podemos tener planes estratégicos no solo de 3 a 5 años, para el caso de toda una organización, sino también de un mes, seis meses o un año. (p. 30-31). En relación a la investigación se citaron Tres Artículos Científicos de Planeación Estratégica. Según publicaciones recopiladas de artículos científicos, se nombra también que la planeación estratégica es hacer una guía que permita definir el camino que se va a seguir para que los objetivos de la organización estén claros y saber la forma en la que la empresa los va a realizar para que sean logrados. También permite tener un panorama claro del estado actual de la compañía y la toma de decisiones basadas en datos verídicos e información real. (Fernández, Martínez y Ngonu, 2019, pag. 257). Asimismo, Leyva, Cavazos y Espejel (2018), indican que será posible crear una planeación estratégica adecuada, si se cuenta con habilidades gerenciales que ayuden a los altos directivos a definir qué acciones se deberán ejecutar para alcanzar la meta de la compañía o los objetivos trazados, en otras palabras, se brindará cual es la ruta a seguir para el cumplimiento de actividades y poder así lograr ser una empresa competitiva. (pag.17).

Por último, Guitarra (2019), indica que para que las pymes puedan utilizar la prospectiva e inteligencia estratégica en sus procesos de planeación y toma de decisiones, es necesario que cuenten con un proceso metodológico que englobe fases y herramientas esenciales que conlleven a la generación de estrategias de base sistémica, holística de mediano y largo plazo. (pag.118).

Siguiendo con la investigación, se elaboró el estudio de la segunda variable, la cual es la productividad, en el que se ubica a López (2013), cita que la productividad tiene la capacidad de producir o crear, asumiendo un costo por tiempo de operación, con el fin de crear riquezas y beneficios. Asimismo, señala que en la productividad se debe aplicar primero la eficiencia en el uso de los recursos básicos sin desperdiciar el tiempo, espacio y la materia, con el fin de desarrollar las actividades en el tiempo oportuno; y así alcanzar el ahorro de

recursos y rapidez de procesos, para producir o crear. (p. 17) El autor menciona que la productividad es un elemento importante para las organizaciones y debe manifestarse con eficiencia en el uso de sus recursos, con la finalidad producir o crear, es así como describe en su libro cinco dimensiones, donde la primera dimensión es la Creatividad.

Bustamante (2013), refiere que la creatividad es un elemento muy utilizado por las organizaciones que apuestan por activar la creatividad en sus recursos humanos y materiales para así beneficiar y dar un valor añadido a los productos y servicios. (p.58). Según un estudio realizado, concluyeron que algunos directivos miden la productividad por procesos cuantitativos, sin embargo resaltaron que por otro lado se ubican los gerentes que se inclinan más por las evaluaciones parciales o sociológicas, en donde su enfoque se basa en el seguimiento de los aspectos humanos dentro de los procesos productivos, nombrando como uno de sus cinco factores a los aportes de innovación y creatividad, para lograr objetivos con éxito. (Tapasco, Giraldo y Osorio, 2020). De este modo, la creatividad establece ideas nuevas y muy útiles para crear nuevos modelos de negocios. Se encuentra también, que el efecto de crear en general, es positivo en la productividad de la producción, pero varía dependiendo el tipo de innovación que se emplee, ya que cada tipo tiene diversos efectos, un ejemplo, en el contexto de la tecnología, crear va a ser favorable siempre y cuando esté al alcance de la empresa. (Choi, 2017).

Por consiguiente, este elemento es muy importante para desarrollar en los trabajadores esa capacidad creativa, mediante un continuo entrenamiento por parte de la empresa. Para el desarrollo de la capacidad creativa se simplifica en ciertos atributos el cual son indicadores que podemos utilizar, como primer indicador Bustamante (2013) señala a fluidez, que es la capacidad de generar una cantidad de ideas o respuestas ante un planteamiento señalado. La persona busca ideas como opción ante una dificultad y no se quede solo con la primera respuesta. Para el segundo indicador flexibilidad, maneja las alternativas en diferentes aspectos, buscando siempre un enfoque amplio o diferente a lo que se ha visto. Para el tercer indicador se nombra a la originalidad, implica en tener ideas o aportes que a nadie se le haya ocurrido o imaginar los problemas de una manera distinta. Asimismo para el cuarto indicador elaboración, radica en añadir elementos o ideas que ya existen, cambiando algunos de sus caracteres. (p.61-63).

Por lo tanto como segunda dimensión López (2013) menciona a la Producción. Para Cuatrecasas (2013), menciona que la producción son actividades desarrolladas por las organizaciones, utilizando recursos seleccionados, organizados y gestionados, para así adquirir valor de uno o varios productos. Son procesos que están sujetos a técnicas de operación que logren la eficiencia. (p.16). Otro estudio menciona como factor de producción, al trabajo, debido a que este es realizado por los operarios, es decir, se puede valorar el impacto de los mismos en la productividad, principalmente debido a la mejora de sus habilidades. (Jaimes y Rojas, 2015). Siendo así, este elemento importante, puesto que el objetivo de las empresas es conseguir el máximo valor añadido a su actividad productiva, para la cual perfeccionan al máximo su competitividad mediante estrategias adecuadas. El mencionado autor también señala como quinto indicador a calidad, que es la capacidad de satisfacer necesidades dentro de un parámetro.

Esta estrategia la aplican las empresas preparadas con recursos, buena imagen, y prestigio. (Cuatrecasas, 2013, p.17). Además, se refiere que son gestiones encaminadas a la mejora continua de productos, ya sea de bienes o servicios, asegurando el cumplimiento de un precio justo para el cliente y los resultados del negocio. (López, 2020). Otro concepto, refiere que la calidad se define como el valor en el cual un conjunto de propiedades representativas cumplen con lo que un consumidor requiere o espera de la empresa. (Hernández, Camargo y Martínez, 2015). Por consiguiente, Cuatrecasas (2013) para el sexto indicador señala al tiempo, citando que es un componente importante dentro de la empresa y a veces es una estrategia cuando se trata de actuar con premura ante una actividad productiva. En el séptimo indicador menciona a coste, esta estrategia establece el mercado asequible, asimismo, las empresas que disponen de ventaja competitiva pueden aplicar esta estrategia. (p.17-18).

De esta manera para la tercera dimensión López (2013) señala a distribución. Según Molinillo (2014), describe que la distribución es un elemento importante para las organizaciones ya que su objetivo es ubicar los productos o servicios a disposición de los clientes finales, por lo cual, las empresas desarrollan actividades y acciones, para satisfacer las necesidades del consumidor. (cap. 1). Por consiguiente, esta herramienta es de principal utilidad a las empresas ya que les permiten acercarse a los consumidores, a través de los canales de distribución.

Asimismo, Molinillo (2014) cita como octavo indicador transporte, su misión es transportar a lugares de consumo los productos elaborados. Para el noveno indicador señala a almacenamiento, su función es almacenar los productos que salen de la cadena producción de tal manera que estén disponibles cuando el cliente lo solicite.

Es decir, que son actividades que establecen una cadena de procesos como control, reserva, mantenimiento y entrega. Como decimo indicador se refiere al servicio de información, esta herramienta le permite a la empresa estar informado sobre cualquier cambio o comportamiento de compra de sus clientes. (p.27,28). Asimismo, para la Cuarta Dimensión López (2013) cita a consumo del mercado. Para Ruiz (2013) señala que el consumo de mercado es un indicador que muestra el comportamiento del consumidor. Todos los clientes de una plaza no son iguales, es decir, cada uno tiene distintas necesidades, desean distintas cosas y su consumo está sujeto a diversos factores que condicionan sus actos de compra. (cap.1). Por ello esta herramienta es importante para las empresas, ya que ayuda a identificar las necesidades de un mercado ya sea, de bienes o servicios, con la finalidad de atender el mismo.

De esta manera, Ruiz (2013) cita al undécimo indicador demográfico, explica que demográfico es el tamaño, volumen, composición y distribución de una población objetivo. Además, que el tamaño nos habla de la oportunidad de negocio y proyecta una oportunidad de segmentación. También señala como duodécimo indicador la cultura, define a un grupo de personas que comparten sentimientos, valores, creencias y prioridades. Para nombrar el décimo tercer indicador estratificación social, son consumidores o grupos de personas que poseen las mismas características similares. (cap. 1). Por último, López (2013) nombra como Quinta dimensión: Rapidez, es la transformación de la energía, para producir o crear bienes y servicios (p. 17). Es decir, es la producción de bienes o servicios en un mínimo de tiempo. Por otro lado, según estudios aplicados, demuestran que aquellas empresas que aplican la tecnología a sus hábitos administrativos, en el largo plazo acoplan nuevos servicios y aumentan su productividad. (Arévalo, Nájera y Piñero, 2018).

Por lo tanto, como décimo cuarto indicador se describe a ahorro, el cual está incluido en el uso de los recursos. Los autores Godoy, Sepúlveda, Araneda,

Canario, Fonseca y Sáez (2018), indican que el ahorro permite la acumulación de recursos, ya sea con fines específicos o para eventualidades, haciendo referencia a una preparación para el futuro. Para el décimo quinto indicador citan a velocidad, se obtiene al utilizar toda la potencia disponible, es decir que mide la cantidad y tiempo real del proceso de un producto o servicio. (p.2). De este modo, como décimo sexto indicador optimización, se obtiene mediante la eficiencia separando los residuos de los recursos, obteniendo así mejores resultados a favor de la empresa. Para los autores López, Castro y Guerra (2017) señalan que la optimización maximiza el beneficio respecto a la de mano de obra como elemento preciso de la capacidad de producción.

Del mismo modo, tenemos otros autores que citan a la productividad. (p.1). Según Nemur (2016) quien define a la productividad como un arte capaz de crear, generar, y mejorar bienes y servicios. Es una medida de la eficiencia de la producción y se relaciona con las entradas utilizadas en producción y sus salidas. El desempeño de producción de una organización está sujeto a la productividad y esto por consiguiente produce mejores utilidades, lo cual es un objetivo importante para las empresas. Según lo señalado, el autor declara que la productividad es un factor muy importante en las empresas para su desempeño económico y objetivos. (p.2).

Asimismo, Ortega (2017) deduce que la productividad aumenta si la calidad mejora, es decir que, para elevarlas, los gerentes y administradores deben enfocarse en la calidad mas no en la cantidad. El interés debe dirigirse en lo que hacen y no en cuanto hacen. (p.38).

Así también se citaron tres Artículos Científicos sobre Productividad. Según los autores Favela, Escobedo, Romero y Hernández (2019), indican que la productividad es un factor importante en las organizaciones para el cumplimiento de sus objetivos, desempeño económico y su permanencia, por tal motivo las empresas deben identificar y aplicar estrategias en su gestión con el propósito de enfrentar determinados retos. (p.1). Según lo citado por los autores de este artículo, la productividad es una herramienta importante en las empresas para el cumplimiento de sus objetivos. Asimismo, deben afrontar retos a los que la competencia, entorno y mercado las compromete. Por consiguiente, Fontalvo, De la Hoz, y Morelos (2018), señalan que la productividad es un proceso donde

intervienen elementos y actividades para lograr resultados, y es conocida como la relación entre el volumen total de producción y los recursos utilizados para alcanzar el nivel de producción.

Asimismo, describen a la productividad como un indicador que tiene un gran impacto en la gestión empresarial. (p.1). Según lo expuesto por los autores de este artículo, la productividad es muy importante en la gestión de las organizaciones, ya que mediante este indicador se obtiene conocimiento de los recursos que se están utilizando para alcanzar los objetivos trazados por la empresa. Así también, Morelos, y Núñez (2017), definen en su artículo a la productividad como una estrategia fundamental para elevar la competitividad de las compañías. La relación de medida de unidades que salen y los recursos que entran en un proceso. Es por ello, que las organizaciones dirigen sus esfuerzos al logro, eficiencia, costos y procesos. (p.145). Asimismo, la productividad es la eficiencia con la que una organización utiliza sus recursos, capital, materiales, energía, conocimiento, etc., para producir bienes y servicios.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación:

Tipo de investigación

Este trabajo de investigación será de tipo aplicada, debido a que se basa en autores teóricos, los mismos que se pueden ver reflejados en el cuadro de operacionalización con el fin de medir si las variables estudiadas se relacionan. Según Baena (2014), el tipo aplicado investiga un problema específico dirigido a la acción, así también es factible de realizar las teorías para solucionar lo que la sociedad requiera y necesite. (p.11).

Presenta un enfoque cuantitativo porque se recolectará Información para su estudio estadístico. Para los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014), refirieron que un estudio cuantitativo es un total de procedimientos a seguir, de los cuales se analizan las mediciones adquiridas mediante métodos estadísticos con el fin de llegar a una serie de conclusiones. (p.1).

Diseño de investigación

El trabajo de investigación tiene un diseño transversal - no experimental, debido a que este diseño no interfiere en las variables, sino simplemente se dedica a registrar resultados, como indica Hernández (2014) Estos estudios se hacen sin tocar a las variables y sólo se observan los hechos en su propio ámbito para ser estudiados (p. 155). En otro contexto, Palella y Martins (2012), señalan que transaccional o transversal se dedica a la recopilación de datos en un momento explícito el cual tiene como fin precisar las variables estudiadas e indicar su alcance sin manipularlas. Es debido a ello que es de corte transversal ya que se recopila información en un momento específico, teniendo como objetivo estudiar las variables presentadas.

A su vez, tiene un nivel descriptivo, ya que se pretende observar el comportamiento de las variables sin influir sobre ellas. Bernal (2016) refiere que la investigación descriptiva son estudios que narran, reseñan, identifican hechos, situaciones, características de un estudio, etc., pero no se dan explicaciones de las situaciones, los hechos o fenómenos. Además, se basa en técnicas como: la encuesta, la entrevista, observación y la revisión documental. (pag. 143-144).

3.2 Variables y operacionalización:

Primera Variable: Planeación Estratégica

Definición conceptual

La variable Planeación estratégica, según Amaya (2018), es el procedimiento que siguen los gerentes de una empresa para obtener, procesar y analizar datos internos y externos, con la finalidad de evaluar cómo se encuentra actualmente la compañía, así como también evaluar su nivel de competitividad con el fin de preveer y tomar decisiones sobre el direccionamiento de la organización, en adelante. (p.16).

Definición operacional

Se medirá la variable de Planeación estratégica mediante cinco dimensiones, las mismas que serán subdivididas en 17 indicadores. De los cuales se recaudará los datos a través de un cuestionario.

Segunda Variable: Productividad

Definición conceptual

Así también, para la variable de Productividad, López (2013), señala que la productividad tiene la capacidad de producir o crear, asumiendo un costo por tiempo de operación, con el fin de generar dinero y ganancias. También, indica que primero se debe aplicar la eficiencia en el uso de los recursos básicos sin desperdiciar el tiempo, espacio y la materia, con el fin de desarrollar las actividades en el tiempo oportuno; y así alcanzar el ahorro de recursos y rapidez de procesos, para producir o crear. (p. 17)

Definición operacional

Productividad, será compuesta por cinco dimensiones, los cuales serán subdivididas en 16 indicadores. Mediante los cuales se recaudarán los datos a través de un cuestionario.

El cuestionario será realizado en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

La población del presente trabajo se compone por los colaboradores de la empresa FAMAPLAST EXPORT S.A.C, ubicada en Calle Lima 150 - San Miguel, los cuales se componen por 150 trabajadores actuales, durante la fase de aplicación del actual estudio. Bernal (2016) dice que “la población es un conjunto de todos los elementos a los cuales se describe la investigación. También se puede definir como el conjunto de todos los componentes de muestreo”. (p.210).

Muestra

Conforme manifiesta Hernández (2014), “La muestra es una subclase del total de la población, del cual se recogen datos, se define y se concreta de antemano con precisión, además debe ser representativa de esta”. (p.173). Para esta investigación la muestra estará compuesta por 120 trabajadores, los cuales pertenecen al área administrativa.

Muestreo

Se aplicará un muestreo no probabilístico, por conveniencia, el cual se refiere a la selección del tamaño de muestra en razón a la facilidad que se pueda disponer para la toma de información.

Unidad de análisis

La presente unidad de análisis, será tomada a todos aquellos empleados que laboran en la parte administrativa de la industria FAMAPLAST EXPORT SAC.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Técnica

La técnica usada para este proyecto de tesis es la aplicación de preguntas cerradas mediante la encuesta y el instrumento es el cuestionario, Según Bernal (2016) define que “el cuestionario es un total de preguntas formuladas para obtener información a fin de que un proyecto de investigación logre sus objetivos” (p.245).

El cuestionario será administrado a los trabajadores; con la finalidad de que ambas variables investigadas consigan resultados fiables. Se formularán preguntas compuestas a base de 30 ítems en la modalidad de la escala de Likert.

Instrumento de recolección de datos

Hernández (2016) cita que “El instrumento mide a la variable” (p.199). Por ello, se acudió al juicio de expertos para la validez de los instrumentos.

La encuesta

Según López (2015) manifestó que “La encuesta es una técnica de investigación social de un amplio uso dentro de la sociología que ha ido transformándose con el paso del tiempo, para convertirse en una acción constante de la cual todos somos partícipes tarde o temprano”. (p. 5).

Tal como manifiesta el autor la encuesta se utilizada para la recolección de datos, en la que todos o la mayoría harán uso de ella. Es una acción cotidiana en la que en algún momento todos han pasado por esa situación, encuestas que llegan a nuestras manos donde empresas u organizaciones, etc. hacen uso de esta para comprobar como esta marchando su organización y aspectos que se puedan mejorar.

Ficha técnica del instrumento:

- Nombre:

Cuestionario sobre variable Planeación Estratégica y Productividad.

- Autores:

- Urbina Villar, Wendy Roxana
- Vergara Díaz, Lourdes Maribel

- Aplicación: Grupal

- Finalidad:

La presente tesis tiene como finalidad establecer si las variables planeación estratégica y productividad, en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC 2020, tienen relación.

- Ámbito de aplicación: El cuestionario se aplicará a 120 personas, de la cuales son trabajadores del área administrativa.

- Materiales: Encuesta

- Descripción de la aplicación:

Las personas que van a aplicar el cuestionario tienen que estar al tanto de la problemática que suscita en la empresa, y por motivo de la actual

coyuntura tendrán que prever el contar con las debidas plataformas digitales con el fin de hacer llegar el cuestionario a todos los entrevistados. El colaborador desarrollará el cuestionario, el mismo que tendrá una cantidad establecida de ítems y utilizará el método de Escala Likert, este establecerá si la variable planeación estratégica y la variable productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, tienen relación; los entrevistados leerán, evaluarán las afirmaciones y responderán cada una de ellas. Es preciso mencionar que el método aplicado contiene cinco escalas de frecuencia, las cuales se nombran a continuación:

Tabla 1

Denominaciones en la escala de Likert

Puntuación	Denominación	Inicial
1	Nunca	N
2	Casi nunca	CN
3	A veces	AV
4	Casi siempre	CS
5	Siempre	S

Validez

Según Hernández (2010), nombra en su libro que la validez es el rango por el cual la variable es medida por un instrumento. (p. 200).

Indica sobre el juicio de expertos, el cual es otro tipo de validación que algunos autores consideran como la validez de expertos o face validity, y se refiere al grado en el que un instrumento de medición mide la variable en cuestión, de acuerdo con “personas calificadas” que encuentra vinculada a la validez de contenido.

Para este presente estudio, se dispuso del juicio de expertos, los mismos que son maestros metodólogos y temáticos de la Universidad Cesar Vallejo, quienes con su amplia experiencia evaluarán el los ítems del cuestionario para poder obtener el nivel de validez.

Tabla 2

Validación de expertos

Nº	Experto	Calificación instrumento	Especialidad
1	Dr. Iella Sihuincha Godofredo	Aplicable	Administrador de Empresas
2	Mg. Jesús Romero Pacora	Aplicable	Asesor Teórico - Metodológico

Confiabilidad del instrumento:

Para evaluar la confiabilidad utilizaremos el estadístico de alfa de Cronbach con la finalidad de saber el grado de fiabilidad. Según Hernández (2014) señala que “este método estadístico consiste en el coeficiente del Alfa de Cronbach el cual tiene valorización”. (p.189). La fiabilidad lo corroboraremos mediante el alfa de Cronbach en la cual nos detallara si las variables son fiables.

De tal modo que, para analizar de forma precisa el coeficiente del alfa de Cronbach, mostramos a continuación la escala de medidas utilizada:

Tabla 3

Escala de medidas para evaluar el Coeficiente de Cronbach

Valor	Nivel
<0,5	Inaceptable
0,5 a 0,6	Pobre
0,6 a 0,7	Cuestionable
0,7 a 0,8	Aceptable
0,8 a 0,9	Bueno
>0,9	Excelente

Fuente: Elaborado en base a George y Mallery (2018).

Tomando a detalle lo anteriormente indicado, se estudió cada tabla de Estadísticas de fiabilidad según su respectiva variable, las mismas que se detallan en el siguiente párrafo:

Prueba de fiabilidad para la variable Planeación Estratégica

Tabla 4

Alpha de Cronbach para la variable planeación estratégica

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos	Válido	120
	Excluido ^a	0
	Total	120

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	30

Nota: En la tabla 4 se aprecia que la información procesada ha sido evaluada por el software SPSS, de una muestra de 120 trabajadores de la compañía FAMAPLAST EXPORT SAC, sin excluir a ningún trabajador. A su vez, se observa que la valoración obtenida con el test Alpha de Cronbach fue de $0,916 > 0,90$ excelente, en las 30 afirmaciones realizadas para el cuestionario de la variable planeación estratégica; concluyendo así que el instrumento es confiable.

Prueba de fiabilidad para la variable Productividad

Tabla 5

Alpha de Cronbach para la variable productividad

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos	Válido	120
	Excluido ^a	0
	Total	120

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,947	30

Nota. En la tabla 5 se aprecia que la información procesada ha sido evaluada por el software SPSS, de una muestra de 120 trabajadores de la compañía FAMAPLAST EXPORT SAC, sin excluir a ningún trabajador. A su vez, se observa que la valoración obtenida con el test Alpha de Cronbach fue de $0,947 > 0,90$ excelente, en las 30 afirmaciones realizadas para el cuestionario de la variable productividad; concluyendo así que el instrumento es confiable.

3.5 Procedimientos

Para llevar a cabo el presente estudio, se utilizaron las variables planeación estratégica y productividad, las cuales tuvieron como autores base a Amaya y López, respectivamente; referente a la teoría que ambos dieron para cada variable, se formularon cinco dimensiones para cada una, de este modo cada dimensión obtuvo una cantidad específica de indicadores, siendo diecisiete indicadores para la variable de planeación estratégica, y dieciseis indicadores para la variable de productividad, los cuales a partir de ese momento fueron nombrados como items, siendo medidos a través de la escala likert; por consiguiente estos items dieron paso a la aplicación del cuestionario o instrumento mediante una encuesta digital de formulario de Google. Teniendo las encuestas debidamente completadas, se procesaron a través del software SPSS version 26, para poder definir los resultados respectivos, y posteriormente ser contrastados al lado del marco teórico, obteniendo la discusión del presente estudio. Para finalizar, se analizaron y realizaron las conclusiones y recomendaciones respectivas.

3.6 Método de análisis de datos

El método de análisis de datos que se empleará en el presente estudio es la estadística descriptiva. Según el autor Hernández (2010), cita a “la estadística descriptiva como un método que tiene la facultad de evaluar los resultados hallados en el proceso de la investigación, los cuales se obtienen de las variables que permitirán establecer la relación entre sí” (p.6).

Se empleará el cuestionario como método de recolección de información, debido a que el presente estudio busca saber si las variables planeación estratégica y productividad, tienen relación.

Además, se utilizó el SPSS Statistics versión 26.00; que es un software estadístico que realiza un análisis más avanzado, incorporando todos los datos obtenidos del cuestionario, para después proceder a analizar los resultados numéricos con gráficos y porcentajes, que comprueben si las variables se relacionan entre sí.

3.7 Aspectos éticos

Según Bernal (2016), indica que “la ética y la ciencia son ideologías que tienen que ser aplicadas de manera apropiada, evitando realizar actitudes que sean incorrectas o inadecuadas, que puedan afectar el presente estudio” (p. 17).

De este modo, la presente investigación guarda respeto por los derechos de autor utilizando las normas APA junto a la información obtenida de los colaboradores entrevistados de la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, será resguardado y reservado. Por lo tanto la elaboración de este trabajo de investigación presenta una forma ética con responsabilidad sin perjudicar la veracidad de la empresa.

IV. RESULTADOS

4.1 Estadística descriptiva

Estadística descriptiva de la variable planeación estratégica

Tabla 6

Porcentajes de la variable planeación estratégica

Planeación Estratégica					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	6	5,0	5,0	5,0
	CASI SIEMPRE	82	68,3	68,3	73,3
	SIEMPRE	32	26,7	26,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

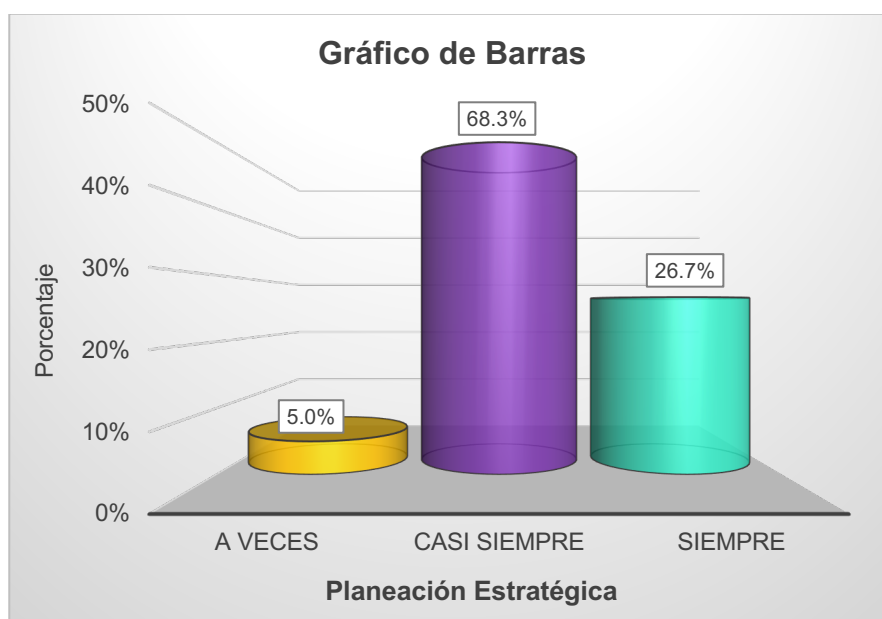


Figura 1. Gráfico de la variable planeación estratégica

Interpretación. Concorde a la tabla 6 y la figura 1, del 100% de los trabajadores que desarrollaron el cuestionario; el 68,33% expresó que la planeación estratégica es aplicada casi siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Sin embargo, el 26,67% expresó que la planeación estratégica se emplea a veces en la empresa FAMAPLAST EXPORT. Mientras que el 5,00% expresó que la planeación estratégica siempre es aplicada en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC.

Estadística descriptiva de la variable productividad

Tabla 7

Porcentajes de la variable productividad

		Productividad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	2	1,7	1,7	1,7
	A VECES	5	4,2	4,2	5,8
	CASI SIEMPRE	42	35,0	35,0	40,8
	SIEMPRE	71	59,2	59,2	100,0
Total		120	100,0	100,0	

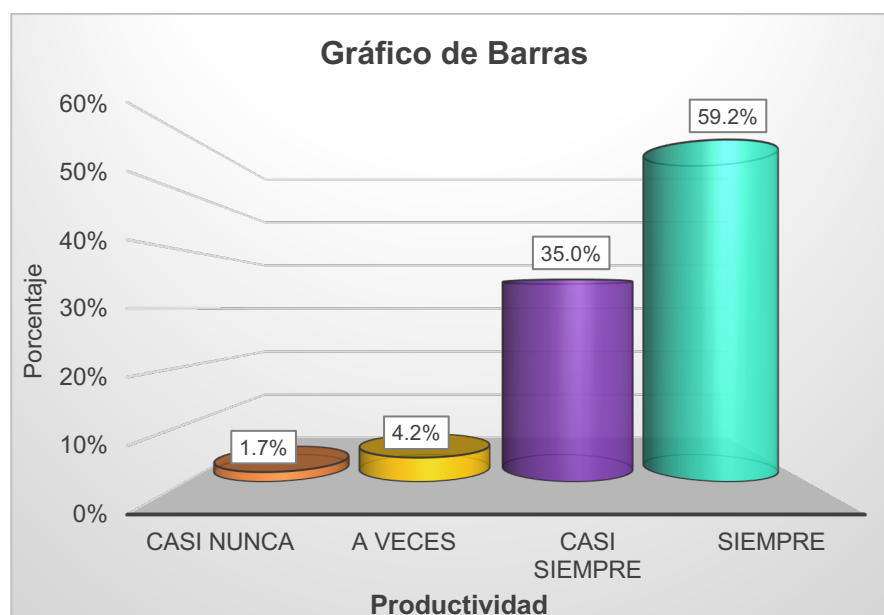


Figura 2. Gráfico de la variable productividad

Interpretación. Concorde a la tabla 7 y la figura 2, del 100% de los trabajadores que desarrollaron el cuestionario; el 59,17% expresó que la productividad siempre es efectiva en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC; el 35,00% expresó que la productividad es casi siempre es efectiva en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Sin embargo, el 4,17% expresó que la productividad a veces es efectiva en la empresa FAMAPLAST EXPORT. Mientras que el 1,67% expresó que la productividad casi nunca es efectiva en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC.

Estadística descriptiva de la dimensión los estrategias

Tabla 8

Porcentajes de la variable los estrategias

		Los Estrategas			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	32	26,7	26,7	26,7
	CASI SIEMPRE	63	52,5	52,5	79,2
	SIEMPRE	25	20,8	20,8	100,0
Total		120	100,0	100,0	

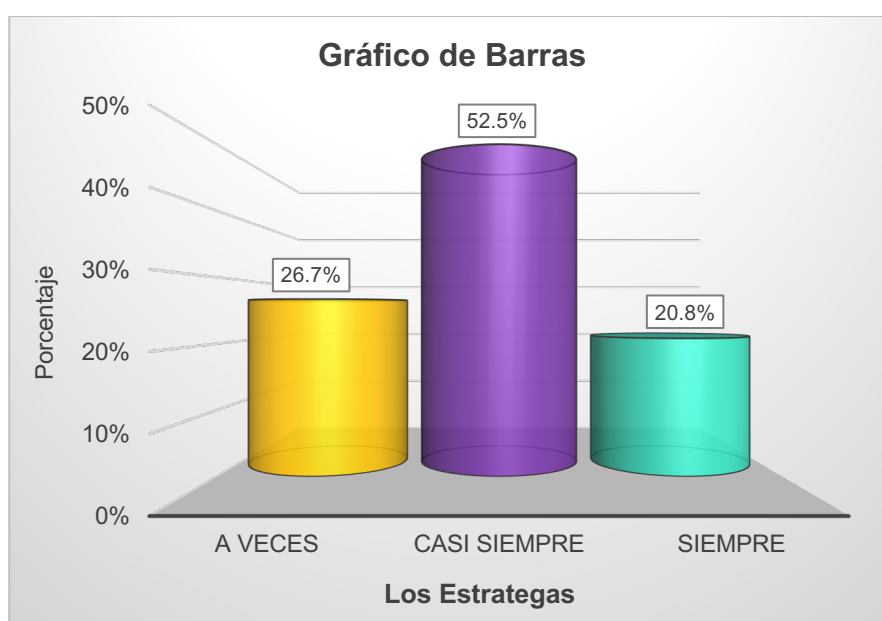


Figura 3. Gráfico de la dimensión los estrategias

Interpretación. Concorde a la tabla 8 y la figura 3, del 100% de los trabajadores que desarrollaron el cuestionario; el 52,50% expresó que los estrategas participan casi siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Sin embargo, el 26,67% expresó que los estrategas participan a veces en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Mientras que el 20,83% expresó que los estrategas siempre participan en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC.

Estadística descriptiva de la dimensión direccionamiento estratégico

Tabla 9

Porcentajes de la dimensión direccionamiento estratégico

		Direccionamiento estratégico			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	4	3,3	3,3	3,3
	CASI SIEMPRE	69	57,5	57,5	60,8
	SIEMPRE	47	39,2	39,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

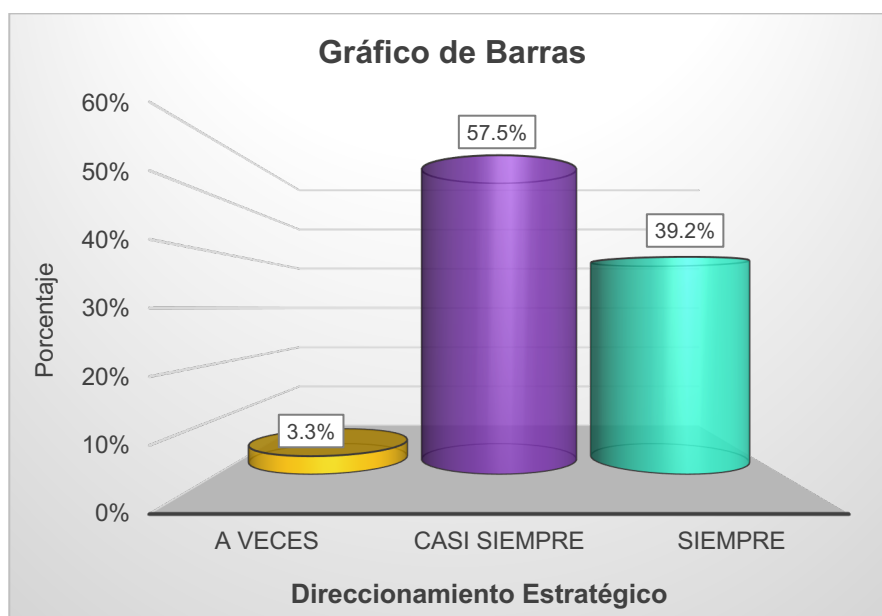


Figura 4. Gráfico de la dimensión direccionamiento estratégico

Interpretación. Concorde a la tabla 9 y la figura 4, del 100% de los trabajadores que desarrollaron el cuestionario; el 57,50% expresó que el direccionamiento estratégico es aplicado casi siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Sin embargo, el 39,17% expresó que el direccionamiento estratégico se emplea siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Mientras que el 3,33% expresó que el direccionamiento estratégico es aplicado a veces en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC.

Estadística descriptiva de la dimensión diagnóstico estratégico

Tabla 10

Porcentajes de la dimensión diagnóstico estratégico

		Diagnóstico estratégico			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	6	5,0	5,0	5,0
	CASI SIEMPRE	103	85,8	85,8	90,8
	SIEMPRE	11	9,2	9,2	100,0
Total		120	100,0	100,0	

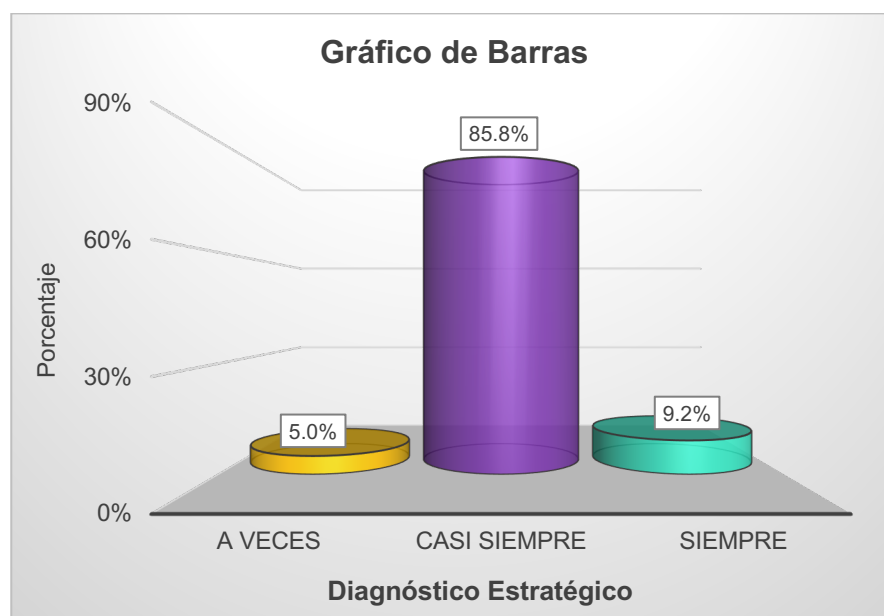


Figura 5. Gráfico de la dimensión diagnóstico estratégico

Interpretación. Concorde a la tabla 10 y la figura 5, del 100% de los trabajadores que desarrollaron el cuestionario; el 85,83% expresó que el diagnóstico estratégico es aplicado casi siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Sin embargo, el 9,17% expresó que el diagnóstico estratégico se emplea siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Mientras que el 5,00% expresó que el diagnóstico estratégico se aplica a veces en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC.

Estadística descriptiva de la dimensión formulación estratégica

Tabla 11

Porcentajes de la dimensión formulación estratégica

		Formulación estratégica			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	,8	,8	,8
	A VECES	32	26,7	26,7	27,5
	CASI SIEMPRE	66	55,0	55,0	82,5
	SIEMPRE	21	17,5	17,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

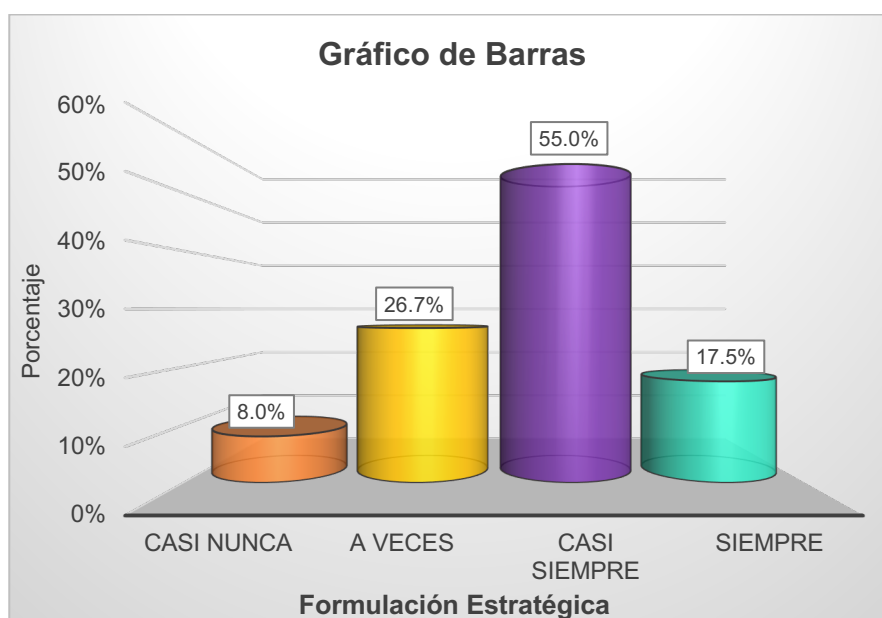


Figura 6. Gráfico de la dimensión formulación estratégica

Interpretación. Concorde a la tabla 11 y la figura 6, del 100% de los trabajadores que desarrollaron el cuestionario; el 55,00% expresó que la formulación estratégica es aplicada casi siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC; el 26,67% expresó que la formulación estratégica se emplea a veces en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Mientras que el 17,50% expresó que la formulación estratégica es aplicada siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Sin embargo, el 0,83% expresó que la formulación estratégica casi nunca se aplica en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC.

Estadística descriptiva de la dimensión indicadores de gestión

Tabla 12

Porcentajes de la dimensión indicadores de gestión

		Indicadores de gestión			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	31	25,8	25,8	25,8
	A VECES	31	25,8	25,8	51,7
	CASI SIEMPRE	33	27,5	27,5	79,2
	SIEMPRE	25	20,8	20,8	100,0
Total		120	100,0	100,0	

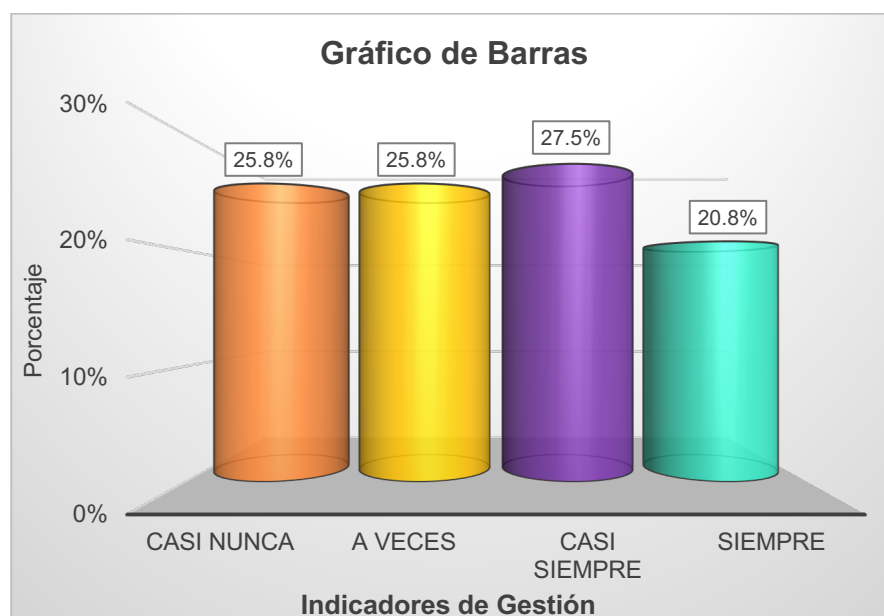


Figura 7. Gráfico de la dimensión indicadores de gestión

Interpretación. Concorde a la tabla 12 y la figura 7, del 100% de los trabajadores que desarrollaron el cuestionario; el 27,50% expresó que los indicadores de gestión son aplicados casi siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC; el 25,83% expresó que los indicadores de gestión se emplean a veces en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Mientras que el 25,83% expresó que los indicadores de gestión es aplicado casi nunca en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Sin

embargo, el 20,83% señalo que los indicadores de gestión se aplican siempre en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC.

4.2 Prueba de normalidad:

Para la prueba de normalidad se tiene:

Si $N > 30$ entonces se usa Kolmogorov-Smirnov

H_0 = Cifras tienen distribución normal (datos paramétricos)

H_A = Cifras *no* tienen distribución normal (datos no paramétricos)

Con anterioridad a la contrastación de las hipótesis, se empleó el test de normalidad a los números de cada variable a estudiar, tanto para la variable de planeación estratégica al igual que para la de productividad, y en consecuencia, poder seleccionar la prueba estadística apropiada a utilizar. Obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 13

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Planeación Estratégica	,133	120	,000	,945	120	,000
Productividad	,160	120	,000	,906	120	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Regla de decisión

Si el valor de Sig $> 0,05$, la hipótesis nula procede a aceptarse (H_0) y se decide trabajar con PEARSON

Si el valor de Sig $< 0,05$, la hipótesis nula procede a rechazarse (H_0) y la hipótesis alterna procede a aceptarse (H_A) y se decide trabajar con SPEARMAN

Las hipótesis de normalidad para las cifras de la variable planeación estratégica se detallan acto seguido:

H_0 : Las cifras de la variable planeación estratégica muestran distribución normal.

Ha: Las cifras de la variable planeación estratégica no muestran distribución normal.

Al alcanzar el valor de 0,133 en Kolmogorov, el mismo que equivale a una valoración significativa de 0,000, se verifica que el valor de Kolmogorov conseguido es significativo estadísticamente al nivel de sig. < 0,05. Por ende, la hipótesis alterna procede a aceptarse. En consecuencia, se certifica que las cifras de la variable no presentan distribución normal.

Conclusión: Debido a que la variable planeación estratégica, no muestra una distribución normal de sus cifras, continúa en aplicar la correlación lineal de SPEARMAN como prueba estadística respectiva para la corroboración de las hipótesis.

De manera similar, las hipótesis de normalidad para las cifras de la variable productividad se exponen del modo siguiente:

Ho: Las cifras de la variable productividad muestran distribución normal.

Ha: Las cifras de la variable productividad no muestran distribución normal.

Al alcanzar el valor de 0,160 en Kolmogorov, el mismo que equivale a una valoración significativa de 0,000, se verifica que el valor de Kolmogorov conseguido es significativo estadísticamente al nivel de sig. < 0,05. Por ende, la hipótesis alterna procede a aceptarse. En consecuencia representa que las cifras de la variable de productividad no presentan distribución normal.

Conclusión: Debido a que la variable productividad, no muestra una distribución normal de sus cifras, continúa en aplicar de la correlación lineal de SPEARMAN como prueba estadística respectiva para la corroboración de las hipótesis.

4.3 Prueba de Hipótesis

Para la contrastación de hipótesis se tiene:

H0 = No hay significancia (no existe relación)

Ha = Si hay significancia (existe relación)

Regla de decisión

Si el valor de Sig. > 0,01, la hipótesis nula procede a aceptarse (H0)

Si el valor de Sig. < 0,01, la hipótesis nula procede a rechazarse (H0) y la hipótesis alterna procede a aceptarse (Ha)

Para definir el nivel de correlación, se tomó como referencia a Mondragón (2014), el mismo que expuso los niveles de correlación bilateral, nombrados seguidamente:

Tabla 14

Niveles de correlación bilateral

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable.
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media.
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil.
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil.
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media.
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable.
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta.

Fuente: Tomado de la revista científica *Movimiento Científico*, 8(1), p.100. Mondragón, M. (2014).

Para el siguiente paso, se lleva a cabo la contrastación de la hipótesis general:

Prueba de hipótesis general.

Hipótesis estadística.

H0: No se relacionan significativamente la planeación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Ha: Se relacionan significativamente la planeación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Tabla 15

Tabla cruzada entre las variables planeación estratégica y productividad

Tabla cruzada Planeación Estratégica* Productividad

% del total

		Productividad				Total	Correlación
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
Planeación Estratégica	A veces	0,0%	2,5%	0,8%	1,7%	5,0%	Rho Spearman 0,391**
	Casi siempre	1,7%	1,7%	28,3%	36,7%	68,3%	
	Siempre	0,0%	0,0%	5,8%	20,8%	26,7%	
Total		1,7%	4,2%	35,0%	59,2%	100,0%	Sig. (bilateral) 0,000

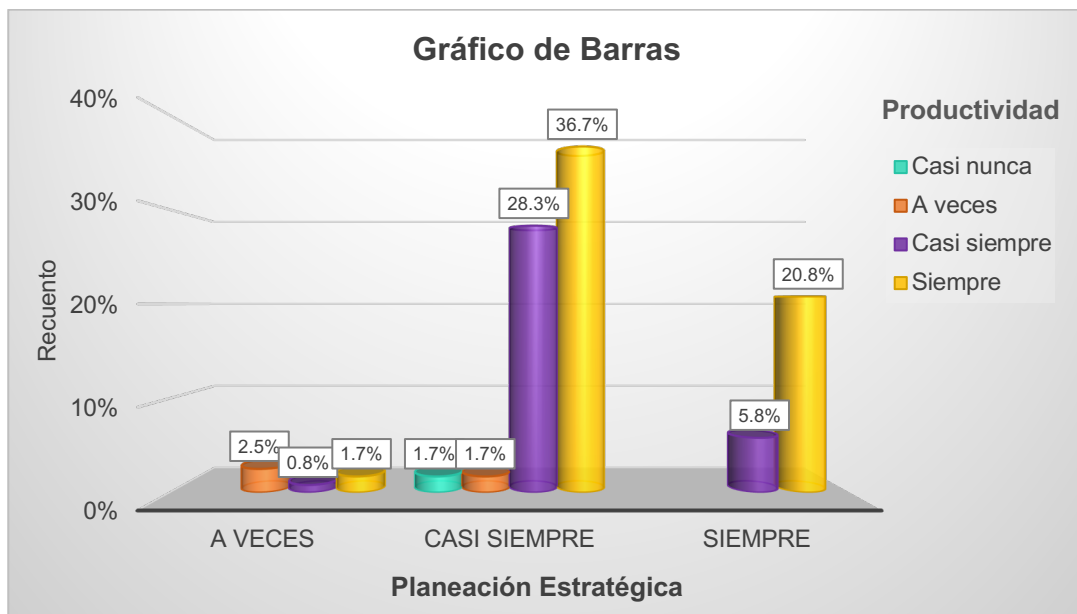


Figura 8. Gráfico de las variables planeación estratégica y productividad.

Interpretación:

Como se puede evidenciar en la tabla 15 y la figura 8, del 100% de los trabajadores que resolvieron la encuesta, el 28,3% marcó que casi siempre se entrelazan las variables planeación estratégica y productividad; el 20,8% marcó que siempre se entrelazan las variables planeación estratégica y productividad; en cambio, el 2,5% marcó que sólo a veces se entrelazan las variables planeación estratégica y productividad. Tiene importancia resaltar que el 36,7% marcó que cuando la variable planeación estratégica es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica siempre. Entre tanto, el 5,8% marcó que cuando la variable planeación estratégica es puesta en práctica siempre, la variable productividad es puesta en práctica casi siempre. El 1,7% marcó que cuando la variable planeación estratégica es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica a veces; paralelamente, otro 1,7% marcó que cuando la variable planeación estratégica es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica siempre. Para culminar, el 0,8% marcó que cuando la variable planeación estratégica es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica casi siempre.

El cálculo con Rho de Spearman dio a conocer como resultado 0,391, lo que en efecto, nos lleva a evidenciar que ambas variables se vinculan de forma positiva media; procediendo a aceptarse, por ende, la hipótesis general. Consiguientemente, dado a que el nivel de significancia bilateral es $p = 0.000$, la hipótesis nula procede a rechazarse y la hipótesis alterna procede a aceptarse, explicado de otra manera, se procede a aceptar la hipótesis del trabajo.

Prueba de hipótesis específica 1.

Hipótesis estadística.

H0: No se relacionan significativamente los estrategias y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Ha: Se relacionan significativamente los estrategias y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Tabla 16

Tabla cruzada entre la dimensión los estrategas y la variable productividad

Tabla cruzada Los Estrategas* Productividad

% del total

		Productividad				Total	Correlación
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
Los estrategas	A veces	0,0%	4,2%	4,2%	18,3%	26,7%	Rho Spearman 0,267**
	Casi siempre	1,7%	0,0%	25,8%	25,0%	52,5%	
	Siempre	0,0%	0,0%	5,0%	15,8%	20,8%	Sig. (bilateral)
Total		1,7%	4,2%	35,0%	59,2%	100,0%	0,003

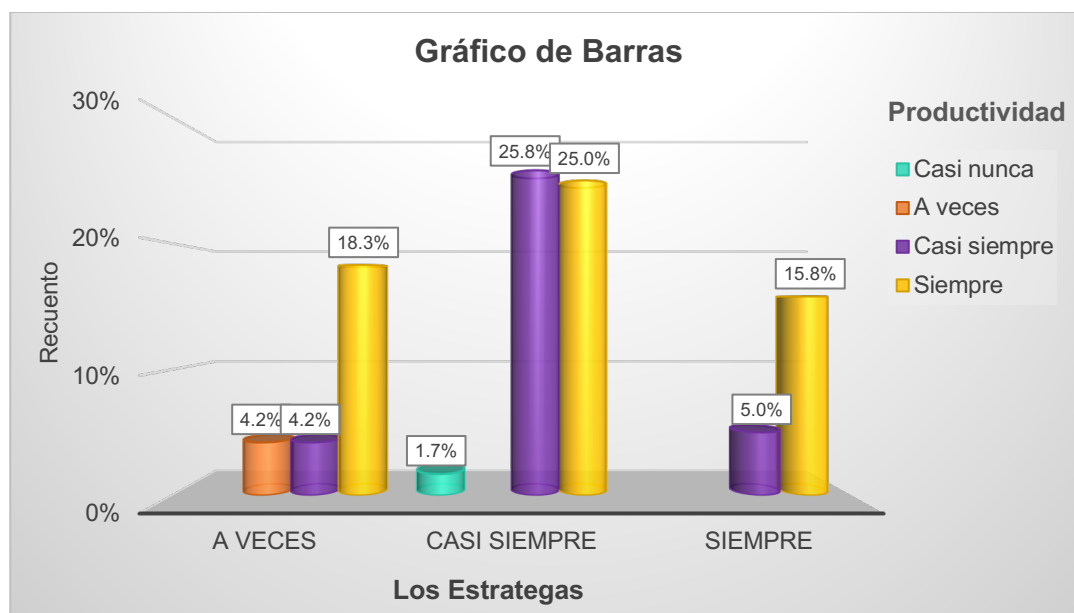


Figura 9. Gráfico de la dimensión los estrategas y la variable productividad.

Interpretación:

Como se puede evidenciar en la tabla 16 y la figura 9, del 100% de los trabajadores que resolvieron la encuesta, el 25,8% marcó que casi siempre se entrelazan la dimensión los estrategas y la variable productividad; el 15,8% marcó que siempre se entrelazan la dimensión los estrategas y la variable productividad; por otro lado, el 4,2% marcó que sólo a veces se entrelazan la dimensión los estrategas y la variable productividad. Tiene importancia resaltar que el 25,0% marcó que cuando la dimensión los estrategas es puesta en práctica casi siempre,

la variable productividad se pone en práctica siempre. Posterior a ello, el 18,3% marcó que cuando la dimensión los estrategias es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica siempre. Entre tanto, el 5,0% marcó que cuando la dimensión los estrategias es puesta en práctica siempre, la variable productividad se pone en práctica casi siempre; al mismo tiempo, el 4,2% marcó que cuando la dimensión los estrategias es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. Para culminar, el 1,7% marcó que cuando la dimensión los estrategias es puesta en práctica a casi siempre, la variable productividad se pone en práctica casi nunca.

El cálculo con Rho de Spearman dio a conocer como resultado 0,267, lo que en efecto, nos lleva a evidenciar que la dimensión los estrategias y la variable productividad se vinculan de forma positiva media; procediendo a aceptarse, por ende, la hipótesis específica 1.

Consiguientemente, dado a que el nivel de significancia bilateral es $p = 0.003$, la hipótesis nula procede a rechazarse y la hipótesis alterna procede a aceptarse, explicado de otra manera, se procede a aceptar la hipótesis del trabajo.

Prueba de hipótesis específica 2.

Hipótesis estadística.

H0: No se relacionan significativamente el direccionamiento estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Ha: Se relacionan significativamente el direccionamiento estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Tabla 17

Tabla cruzada entre la dimensión direccionamiento estratégico y la variable productividad

Tabla cruzada Direccionamiento Estratégico* Productividad

% del total

		Productividad					Correlación
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total	
Direccionamiento	A veces	0,0%	0,8%	1,7%	0,8%	3,3%	Rho Spearman 0,479**
Estratégico	Casi siempre	1,7%	3,3%	16,7%	35,8%	57,5%	

	Siempre	0,0%	0,0%	16,7%	22,5%	39,2%	Sig. (bilateral)
Total		1,7%	4,2%	35,0%	59,2%	100,0%	0,000

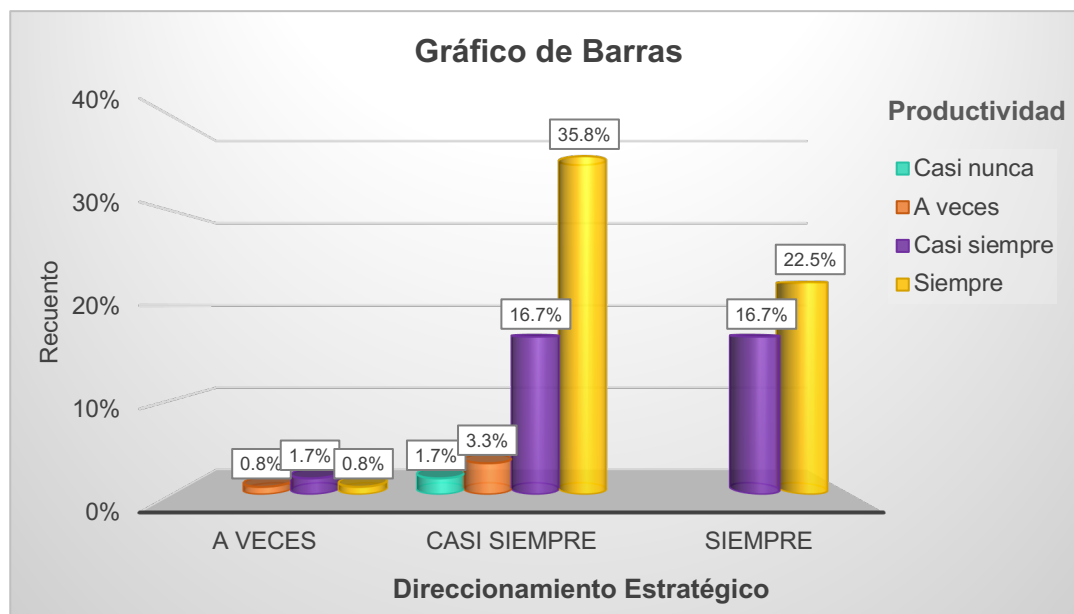


Figura 10. Gráfico de la dimensión direccionamiento estratégico y la variable productividad.

Interpretación:

Como se puede evidenciar en la tabla 17 y la figura 10, del 100% de los trabajadores que resolvieron la encuesta, el 22,5% marcó que siempre se entrelazan la dimensión direccionamiento estratégico y la variable productividad; el 16,7% marcó que casi siempre se entrelazan la dimensión direccionamiento estratégico y la variable productividad; entre tanto, el 0,8% marcó que sólo a veces se entrelazan la dimensión direccionamiento estratégico y la variable productividad. Tiene importancia resaltar que el 35,8% marcó que cuando la dimensión direccionamiento estratégico es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica siempre. Posterior a ello, el 16,7% marcó que cuando la dimensión direccionamiento estratégico es puesta en práctica siempre, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. Entre tanto, el 3,3% marcó que cuando la dimensión direccionamiento estratégico es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica a veces; al mismo tiempo, el 1,7% marcó que cuando la dimensión direccionamiento estratégico es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica casi

nunca. Paralelamente, otro 1,7% marcó que cuando la dimensión direccionamiento estratégico es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. Para culminar, el 0,8% marcó que cuando la dimensión direccionamiento estratégico es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica siempre.

El cálculo con Rho de Spearman dio a conocer como resultado 0,479, lo que en efecto, nos lleva a evidenciar que la dimensión direccionamiento estratégico y la variable productividad se vinculan de forma positiva media; procediendo a aceptarse, por ende, la hipótesis específica 2.

Consiguientemente, dado a que el nivel de significancia bilateral es $p = 0.000$, la hipótesis nula procede a rechazarse y la hipótesis alterna procede a aceptarse, explicado de otra manera, se procede a aceptar la hipótesis del trabajo.

Prueba de hipótesis específica 3.

Hipótesis estadística.

H0: No se relacionan significativamente el diagnóstico estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Ha: Se relacionan significativamente el diagnóstico estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Tabla 18

Tabla cruzada entre la dimensión diagnóstico estratégico y la variable productividad

Tabla cruzada Diagnóstico Estratégico* Productividad

% del total

		Productividad					Correlación
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total	
Diagnóstico	A veces	0,0%	2,5%	1,7%	0,8%	5,0%	Rho Spearman 0,403**
Estratégico	Casi siempre	1,7%	1,7%	31,7%	50,8%	85,8%	
	Siempre	0,0%	0,0%	1,7%	7,5%	9,2%	Sig. (bilateral)
Total		1,7%	4,2%	35,0%	59,2%	100,0%	0,000

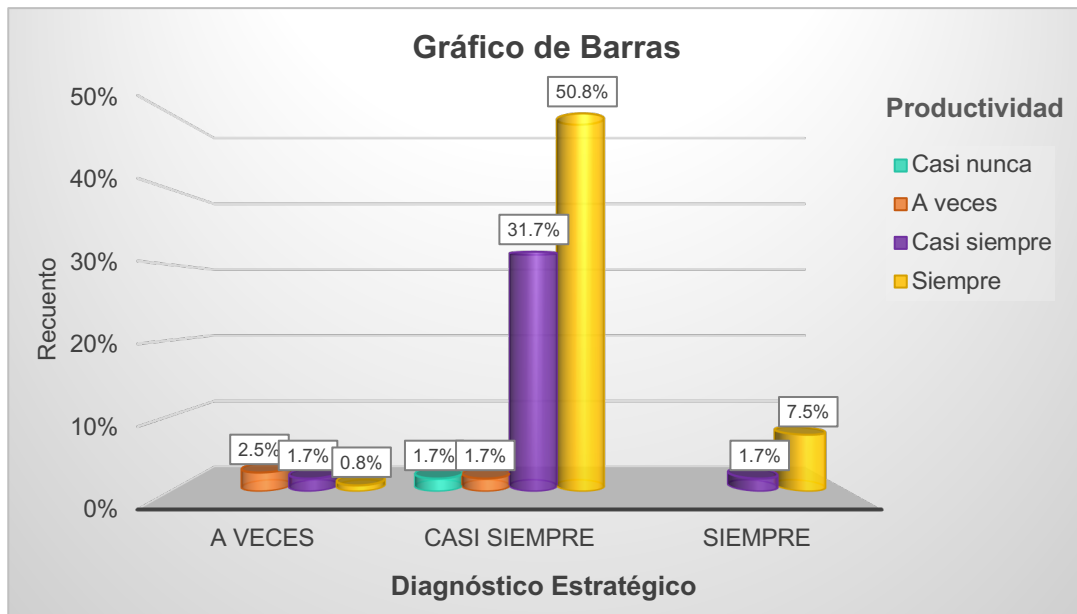


Figura 11. Gráfico de la dimensión diagnóstico estratégico y la variable productividad.

Interpretación:

Como se puede evidenciar en la tabla 18 y la figura 11, del 100% de los trabajadores que resolvieron la encuesta, el 31,7% marcó que casi siempre se entrelazan la dimensión diagnóstico estratégico y la variable productividad; el 7,5% marcó que siempre se entrelazan la dimensión diagnóstico estratégico y la variable productividad; entre tanto, el 2,5% marcó que sólo a veces se entrelazan la dimensión diagnóstico estratégico y la variable productividad. Tiene importancia resaltar que el 50,8% marcó que cuando la dimensión diagnóstico estratégico es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica siempre. A diferencia del 1,7% marcó que cuando la dimensión diagnóstico estratégico es puesta en práctica siempre, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. Al mismo tiempo, el 1,7% marcó que cuando la dimensión diagnóstico estratégico es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica a veces. Otro 1,7% marcó que cuando la dimensión diagnóstico estratégico es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica casi nunca. Paralelamente, 1,7% marcó que cuando la dimensión diagnóstico estratégico es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. Para culminar, el 0,8% marcó que cuando la

dimensión diagnóstico estratégico es puesta en práctica a a veces, la variable productividad se pone en práctica siempre.

El cálculo con Rho de Spearman dio a conocer como resultado 0,403, lo que en efecto, nos lleva a evidenciar que la dimensión diagnóstico estratégico y la variable productividad se vinculan de forma positiva media; procediendo a aceptarse, por ende, la hipótesis específica 3.

Consiguientemente, dado a que el nivel de significancia bilateral es $p = 0.003$, la hipótesis nula procede a rechazarse y la hipótesis alterna procede a aceptarse, explicado de otra manera, se procede a aceptar la hipótesis del trabajo.

Prueba de hipótesis específica 4.

Hipótesis estadística.

H0: No se relacionan significativamente la formulación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Ha: Se relacionan significativamente la formulación estratégica y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Tabla 19

Tabla cruzada entre la dimensión formulación estratégica y la variable productividad

Tabla cruzada Formulación Estratégica* Productividad

% del total

		Productividad					Correlación
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total	
Formulación estratégica	Casi nunca	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,8%	Rho Spearman 0,527** Sig. (bilateral) 0,000
	A veces	1,7%	2,5%	10,0%	12,5%	26,7%	
	Casi siempre	0,0%	0,8%	23,3%	30,8%	55,0%	
	Siempre	0,0%	0,0%	1,7%	15,8%	17,5%	
Total		1,7%	4,2%	35,0%	59,2%	100,0%	

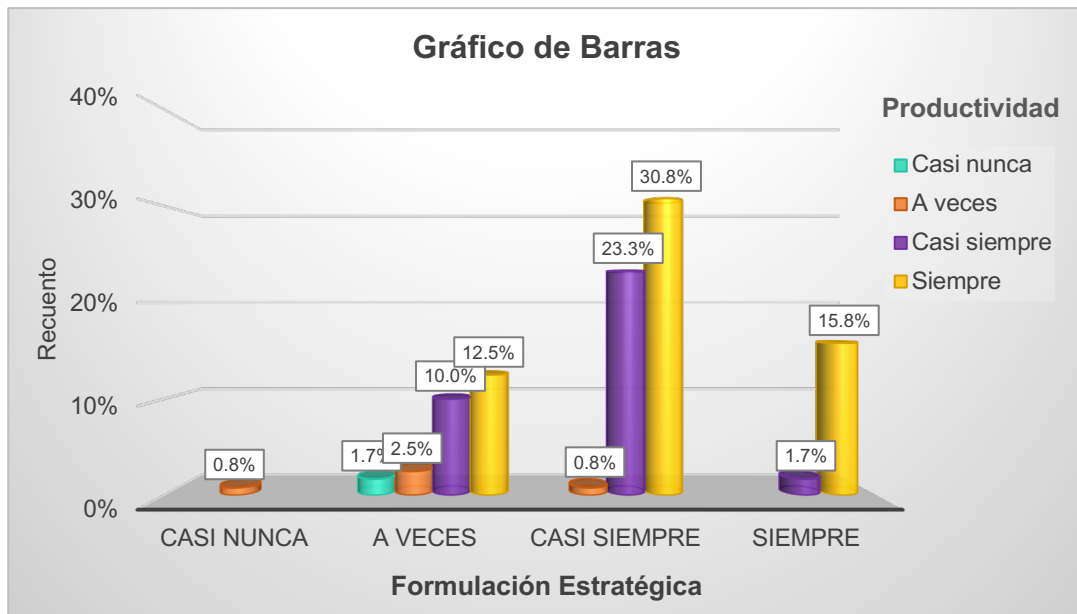


Figura 12. Gráfico de la dimensión formulación estratégica y la variable productividad.

Interpretación:

Como se puede evidenciar en la tabla 19 y la figura 12, del 100% de los trabajadores que resolvieron la encuesta, el 23,3% marcó que casi siempre se entrelazan la dimensión formulación estratégica y la variable productividad; el 15,8% marcó que siempre se entrelazan la dimensión formulación estratégica y la variable productividad; entre tanto, el 2,5% marcó que sólo a veces se entrelazan la dimensión formulación estratégica y la variable productividad. Tiene importancia resaltar que el 30,8% marcó que cuando la dimensión formulación estratégica es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica siempre. Aún así, el 12,5% marcó que cuando la dimensión formulación estratégica es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica siempre. Posterior a ello, el 10,0% marcó que cuando la dimensión formulación estratégica es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. A diferencia, el 1,7% marcó que cuando la dimensión formulación estratégica es puesta en práctica siempre, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. Paralelamente, el 1,7% marcó que cuando la dimensión formulación estratégica es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica casi nunca. Entre tanto, el 0,8% marcó que cuando la dimensión formulación estratégica es puesta en práctica a casi siempre,

la variable productividad se pone en práctica a veces. Para culminar, el 0,8% marcó que cuando la dimensión formulación estratégica es puesta en práctica casi nunca, la variable productividad se pone en práctica a veces.

El cálculo con Rho de Spearman dio a conocer como resultado 0,527, lo que en efecto, nos lleva a evidenciar que la dimensión formulación estratégica y la variable productividad se vinculan de forma positiva considerable; procediendo a aceptarse, por ende, la hipótesis específica 4.

Consiguientemente, dado a que el nivel de significancia bilateral es $p = 0.000$, la hipótesis nula procede a rechazarse y la hipótesis alterna procede a aceptarse, explicado de otra manera, se procede a aceptar la hipótesis del trabajo.

Prueba de hipótesis específica 5.

Hipótesis estadística.

H0: No se relacionan significativamente los indicadores de gestión y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Ha: Se relacionan significativamente los indicadores de gestión y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, 2020.

Tabla 20

Tabla cruzada entre la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad

Tabla cruzada Indicadores de Gestión*Productividad

% del total

		Productividad					Correlación
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total	
Indicadores de gestión	Casi nunca	1,7%	1,7%	1,7%	20,8%	25,8%	Rho Spearman 0,262** Sig. (bilateral) 0,004
	A veces	0,0%	2,5%	10,0%	13,3%	25,8%	
	Casi siempre	0,0%	0,0%	19,2%	8,3%	27,5%	
	Siempre	0,0%	0,0%	4,2%	16,7%	20,8%	
Total		1,7%	4,2%	35,0%	59,2%	100,0%	

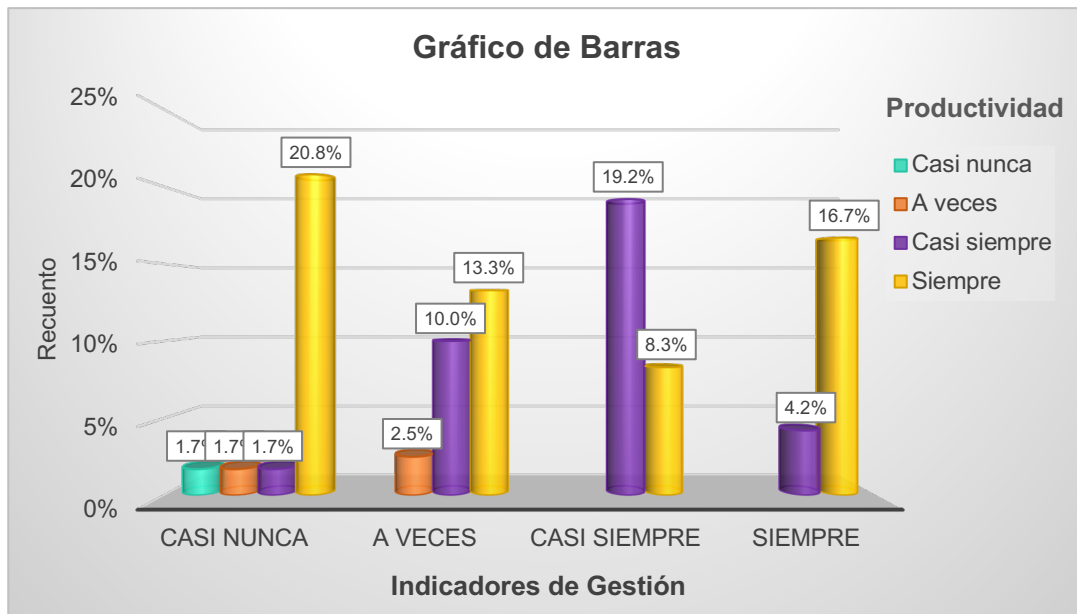


Figura 13. Gráfico de la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad.

Interpretación:

Como se puede evidenciar en la tabla 20 y la figura 13, del 100% de los trabajadores que resolvieron la encuesta, el 19,2% marcó que casi siempre se entrelazan la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad; el 16,7% calificó que siempre se entrelazan la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad; entre tanto, el 2,5% marcó que sólo a veces se entrelazan la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad; y el 1,7% marcó que casi nunca se cruzan la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad. Tiene importancia resaltar que el 20,8% marcó que cuando la dimensión indicadores de gestión es puesta en práctica casi nunca, la variable productividad se pone en práctica siempre. Aún así, el 13,3% marcó que cuando la dimensión indicadores de gestión es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica siempre. Posterior a ello, el 10,0% marcó que cuando la dimensión indicadores de gestión es puesta en práctica a veces, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. Al mismo tiempo, el 8,3% marcó que cuando la dimensión indicadores de gestión es puesta en práctica casi siempre, la variable productividad se pone en práctica siempre. Por consiguiente, el 4,2% marcó que cuando la dimensión indicadores de gestión es puesta en práctica siempre, la variable productividad se pone en práctica casi siempre.

Posteriormente, el 1,7% marcó que cuando la dimensión indicadores de gestión es puesta en práctica a casi nunca, la variable productividad se pone en práctica casi siempre. Para culminar, el 1,7% marcó que cuando la dimensión indicadores de gestión es puesta en práctica a casi nunca, la variable productividad se pone en práctica a veces.

El cálculo con Rho de Spearman dio a conocer como resultado 0,262, lo que en efecto, nos lleva a evidenciar que la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad se vinculan de forma positiva media; procediendo a aceptarse, por ende, la hipótesis específica 5.

Consiguientemente, dado a que el nivel de significancia bilateral es $p = 0.004$, la hipótesis nula procede a rechazarse y la hipótesis alterna procede a aceptarse, explicado de otra manera, se procede a aceptar la hipótesis del trabajo.

V. DISCUSIÓN

La finalidad de este estudio de investigación es precisar si las variables de planificación estratégica y productividad tienen correlación, en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. En tal sentido, se citó a Amaya y López, como autores base de las dos variables nombradas anteriormente, la metodología empleada fue descriptivo correlacional y de diseño no experimental, al mismo tiempo, su validación se llevó a cabo mediante un juicio de expertos. Los resultados estadísticos se constataron con una muestra de 120 entrevistados.

En la hipótesis general se expuso que, entre la planeación estratégica y la productividad existe una relación significativa, afirmando a través de una prueba estadística de Rho Spearman en el cual es de 0,391 y su nivel de significancia bilateral es de 0,000 el mismo que hace evidente una correlación positiva media. Constatando con la tesis nacional de Velásquez (2017), quien manifestó que el objeto del estudio fue comprobar si el planeamiento estratégico y la productividad se relacionan, y tuvo como resultado la relación significativa entre ambas variables, tal como se puede confirmar mediante la correlación de Rho Spearman con un nivel de significancia bilateral de 0,000 y una correlación positiva perfecta de 1.000, consecuentemente la hipótesis de la investigación se procedió a aceptar, probando que la planeación estratégica y la productividad mantienen relación. Asimismo, el citado tesista finaliza indicando que si la empresa tiene una buena planeación estratégica, esto ayudará a que exista una buena productividad. Respaldando este argumento, la tesis de Velásquez (2017), la misma que sugiere como teórico base a Amaru, el mismo que refiere que la planeación estratégica es el proceso que debe organizar y crear el rumbo que la empresa debe tomar y los objetivos a alcanzar, la cual es empleada en la organización en general y en todas sus áreas. Para afirmar lo enunciado, en el presente desarrollo de tesis se tiene como contribución a la investigación de Fernandez, Martinez y Ngono (2019) los mismos que indican que la planeación estratégica es plasmar un camino bien definido hacia los objetivos de la organización, sabiendo la forma en que la empresa lo realizará para que sean efectivos; teniendo un panorama claro para que la toma de decisiones sea la correcta. Sin embargo, por otro lado, como aportación, es considerable nombrar que en la primera variable de la presente tesis, planeación estratégica, se

referencia como autor base a Amaya (2018), quien indica que es el procedimiento que siguen los gerentes de una empresa para obtener, procesar y analizar datos internos y externos, con la finalidad de evaluar cómo se encuentra actualmente la compañía, así como también evaluar su nivel de competitividad con el fin de prever y tomar decisiones sobre el direccionamiento de la organización, en adelante. Del mismo modo, se aúna a esta información uno de los teóricos de la variable planeación estratégica, Sainz (2016), el cual indica que la planeación estratégica es la herramienta en la que la gerencia reúne las decisiones estratégicas que ha adoptado junto a su equipo directivo, para plasmarlo en los próximos años, y así lograr que su empresa sea productiva. Así también, complementa a ambas teorías expuestas, lo plasmado en la investigación de Leyva, Cavazos y Espejel (2018), quienes indican que será posible crear una planeación estratégica adecuada en las Pymes, si se cuenta con habilidades gerenciales que ayuden a los altos directivos a definir qué acciones se deberán ejecutar para alcanzar la meta de la compañía o los objetivos trazados.

En la primera hipótesis específica, se propuso en la tesis que la dimensión los estrategias y la variable productividad se relacionan significativamente en la empresa FAMAPLAST EXPOR SAC; consecuentemente, todos los trabajadores encuestados señalaron que las variables mencionadas tienen relación positiva media entre sí, lo cual se reafirma mediante la prueba Rho Spearman teniendo un nivel de significancia bilateral de 0,003 y una correlación positiva media de 0,267. En ese sentido, la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alterna procede a aceptarse. Dichos resultados tienen relación con la tesis nacional de Pacheco (2019), quien tuvo como objetivos establecer cuánto está influenciando la implementación de estrategias en la productividad de los agentes del BBVA de Junín 2018, determinó que la dimensión y la variable mencionadas se correlacionaron de forma positiva media con 0,558; con una significancia de 0,000, que implica que la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alterna es aceptada, lo mismo que demuestra el impacto positivo de la ejecución de estrategias en la productividad de los agentes del BBVA de Junín 2018. Del mismo modo, el tesista en mención, refuerza esta investigación, basándose en su autor base Castellanos (2015), al mencionar en su segunda dimensión de la variable planeación

estratégica, que la ejecución de estrategias se refiere a que directivos y trabajadores se movilicen, es decir, pongan en práctica las estrategias ya planteadas, a través del afianzamiento de propósitos, políticas y medios. Este concepto contrasta en la presente tesis, con la primera dimensión de la variable planeación estratégica, los estrategas, en la cual el teórico base Amaya (2018) los define como los trabajadores y funcionarios que tienen la facultad de decidir en relación al desempeño actual y futuro de la empresa.

En la segunda hipótesis específica se determinó la relación significativa entre el direccionamiento estratégico y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Además, con el análisis Rho Spearman se comprobó que la dimensión y variable mencionadas se correlacionaron positiva-medianamente con 0,479 y con una valoración significativa de 0,000, de manera que conllevó a que la hipótesis nula fuera rechazada y que la hipótesis alterna fuera aceptada. Se aúna a esta información, la tesis nacional de Aramburú (2017), en la cual el tesista cita a García (2009), como teórico en su primera dimensión de la variable planeación estratégica, quien indica que se debe decidir anticipadamente lo que se tiene que hacer, quién tiene que hacerlo y cómo deberá hacerse; formando así un tipo de puente entre el punto de dónde nos encontramos y hacia dónde queremos llegar como empresa. Lo cual contrasta con la segunda dimensión de la variable planeación estratégica, direccionamiento estratégico en la presente tesis, donde el teórico base Amaya (2018), refiere que las empresas deben tener muy claro hacia dónde están yendo, si es que desean surgir, ganar utilidades y mantenerse en el mercado, es decir, haber establecido correctamente su direccionamiento estratégico.

Referente a la tercera hipótesis específica se determinó que el diagnóstico estratégico y la productividad se relacionan significativamente en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Demostró un resultado a través de la correlación de Rho Spearman, donde se evidenció que la dimensión diagnóstico estratégico y su variable productividad se correlacionaron positiva-mediamente con 0,403 y un valor significativo bilateral de 0,003. Conllevando a que la hipótesis nula fuera rechazada y la hipótesis alterna fuera aceptada. Contribuye a esta afirmación, la tesis nacional

de Colque (2018), en la que se menciona a Freed (2003), como teórico del indicador de su primera dimensión en la variable planeación estratégica, en la cual se indica que para la elaboración y elección de estrategias a tomar, se debe detectar cuáles son las fortalezas y cuáles son las debilidades internas, así como, definir también cuáles son las oportunidades y cuáles son las amenazas externas de la organización. Este concepto contrasta con la tercera dimensión de la variable planeación estratégica, diagnóstico estratégico en la presente tesis, en la cual la investigación de Robles, Serrano, Gaibor, Armijo y Fernandez (2017), en su aporte encuentra que el análisis estratégico permite a las organizaciones un mejoramiento interno y externo, debido a que se irá investigando cada aspecto de la empresa para lograr encontrar su punto de debilidad y tratar de disminuirlo. Asimismo, como otro aporte, en el presente estudio se nombra a la investigación de Barao (2017), quien indica que primero se encarga de estudiar el entorno de la empresa para que de esa manera se pueda plantear las estrategias correctas y hacer uso de ellas.

En la cuarta hipótesis específica presentada en la tesis se nombra que la formulación estratégica y la productividad se relacionan significativamente en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC, mediante la estadística de Rho Spearman se reafirmó que la dimensión y la variable mencionadas se pudieron relacionar positiva-considerablemente con 0,527 y con una valoración significativa de 0,000. Estos resultados tienen significancia con la tesis nacional de Pacheco (2019), la cual fue establecer si la formulación de estrategias influye significativamente en la productividad de los agentes del BBVA de Junín 2018, se comprobó que se correlacionan positiva-medianamente de 0,587 entre la dimensión y la variable mencionadas, su significancia hallada fue de 0,000, expresando así que la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alterna es aceptada, lo que demuestra la influencia positiva de la formulación de estrategias en la productividad de los agentes del BBVA de Junín 2018. Refuerza la posición de esta investigación, la tesis nacional de Pacheco (2019), donde el tesista nombra a Behar (2008), como teórico de su primera dimensión en la variable planeación estratégica, quien indica que es un proceso mediante el cual muchas de las alternativas que se puedan presentar son evaluadas para posteriormente ser reducidas a una, la cual será la finalmente elegida para llevar al éxito a la organización. En un contraste con la presente tesis,

en la cuarta dimensión de la variable planeación estratégica, formulación estratégica, se menciona al autor base, Amaya (2018), quien explica que las opciones estratégicas, deberán convertirse en planes de acción concretos, con definición de responsables. Asimismo, como un aporte adicional, Belén (2017), detalla que es de vital importancia para lograr un mayor crecimiento, que sean planteadas con la única función de que puedan ser llevadas a cabo para obtener resultados positivos.

Para la quinta hipótesis específica presentada en la tesis, sobre la relación entre indicadores de gestión y la productividad en la empresa FAMAPLAST EXPORT SAC. Los resultados se demostraron a través de la estadística de Rho Spearman, de modo que evidenció que la dimensión indicadores de gestión y la variable productividad se correlacionaron positiva-mente con 0,262, teniendo una valoración significativa bilateral de 0,004. De este modo, la hipótesis nula procedió a rechazarse y la hipótesis de trabajo procedió a aceptarse. Se aúna a esta información, la tesis nacional de Aramburú (2017), el cual toma a Alcocer (2010), como teórico para su tercera dimensión, el mismo que define que en el momento en que el seguimiento y control es realizado a tiempo, puede evaluar la forma en la que toda la organización desempeña la ejecución de sus metas trazadas, identificando así los errores, anticipadamente, y subsanándolos para reorientar la planificación; esto quiere decir que realiza una medición según el resultado de los procesos. Lo cual contrasta con la quinta dimensión de la variable planeación estratégica, indicadores de gestión en la presente tesis, donde se emplea como autor base a Amaya (2018), quien señala que el desempeño de la organización debe ser monitoreado y auditado; aduciendo que el monitoreo estratégico es el que ayuda a afianzar las metas y estrategias que existen en la corporación, para proponer cambios. Así también agrega que los contralores, mayormente, representan un papel importante en la formulación de sistemas de control estratégico, lo cual es realizar un control sobre la decisión que se tomó después de ejecutarla, si en caso presenta consecuencias para la empresa, ejecutar el plan de contingencia. Esta medición debe ser periódica de tal manera que retroalimente oportunamente el proceso de la planeación estratégica.

Por consiguiente, se puede confirmar que existe suficiente evidencia para determinar que la planeación estratégica y la productividad muestra relación positiva en las empresas.

VI. CONCLUSIONES

Acorde al estudio de la presente tesis, a la contrastación de hipótesis y resultados obtenidos, se concluyó de la siguiente manera.

Primero. De acuerdo a la estadística descriptiva de la variable Planeación Estratégica, del 100% de los entrevistados; el 68,33% señalaron que casi siempre se aplica la planeación estratégica en la empresa. Sin embargo, el 26,67% considera que se emplea a veces y un 5,00% indicó que siempre es aplicada en la empresa Famaplast Export S.A.C. Por consiguiente, la planeación estratégica es una herramienta primordial para los objetivos puedan ser ejecutados, teniendo así una buena toma decisiones.

Segundo. De acuerdo a la estadística descriptiva de la dimensión Los Estrategas el 100% de los encuestados, el 52,50% expresó que los estrategas participan siempre en la empresa. Sin embargo, el 26,67% señaló que los estrategas participan a veces y el 20,83% indicó que los estrategas participan siempre en la empresa Famaplast Export S.A.C. Por lo tanto, es fundamental la participación de los directivos en la empresa, para la toma decisiones relacionadas con el futuro de la organización.

Tercero. Conforme a la estadística descriptiva de la dimensión Direccionamiento Estratégico el 100% de los encuestados, el 57,50% señaló que el direccionamiento estratégico se aplica casi siempre en la empresa Famaplast Export S.A.C. No obstante, el 39,17% expresó que se emplea siempre y el 3,33% a veces. Por consiguiente, el direccionamiento estratégico es un instrumento que permite a las organizaciones conocerse, plantear sus metas y objetivos, para saber hacia dónde se desea ir y llegar.

Cuarto. Acorde a la estadística descriptiva de la dimensión Diagnostico Estratégico el 100% de los encuestados; el 85, 83% expresó que el diagnostico estratégico es aplicado casi siempre en la empresa Famaplast Export S.A.C. Sin embargo, el 9,17% señaló que se aplica siempre y el 5,00% a veces. Por tal motivo, si la empresa desea saber cómo se encuentra la organización actualmente, debe aplicar

un análisis estratégico que permita a la empresa encontrar su debilidad y tratar de reducirlo.

Quinto. De acuerdo a la estadística descriptiva de la dimensión Formulación Estratégica el 100% de los entrevistados; el 55,0% expresó que casi siempre se emplea la formulación estratégica en la empresa Famaplast Export S.A.C. No obstante, el 26,67% indicaron que se emplea a veces y el 17,50% señaló que se aplica siempre. Por lo tanto, si la empresa desea un mayor crecimiento, debe aplicar opciones estratégicas que ponga en marcha el cumplimiento de los objetivos.

Sexto. Conforme a la estadística descriptiva de la dimensión Indicadores de gestión el 100% de los encuestados; el 27,50% expresó que casi siempre se emplea los Indicadores de gestión en la empresa Famaplast Export S.A.C. Sin embargo, el 25,83% indicaron que se emplea a veces y el 25,83 % señaló que casi nunca se aplica. Por consiguiente, la empresa debe ser monitoreada para determinar el cumplimiento de las metas trazadas, también es un elemento importante a considerar para el área de producción.

VII. RECOMENDACIONES

En consonancia a las conclusiones de las variables, se resuelve proponer las siguientes recomendaciones a la empresa Famaplast Export S.A.C.

Primero. A los altos mandos de la compañía Famaplast Export S.A.C., implementar un plan estratégico con objetivos claros, o en todo caso contratar un personal que se dedique a ello, con la finalidad de incrementar su productividad, ya que es fundamental para toda organización, debido a que permite tomar mejores decisiones. Asimismo, contar con un plan de contingencia, para que pueda aprovechar las oportunidades en caso la empresa tenga que enfrentar problemas fortuitos.

Segundo. A los gerentes de la empresa Famaplast Export S.A.C., involucrarse más en la elaboración de un plan estratégico, con la finalidad de tomar las mejores decisiones para la empresa y para los colaboradores, así también deberían participar más con los trabajadores y hacerlos partícipes de ideas que puedan ayudar a la organización.

Tercero. A la empresa Famaplast Export S.A.C., seguir reforzando el control en las actividades de los trabajadores, asignándoles funciones específicas y un procedimiento para elaborarlo. Asimismo, fomentar una capacitación por parte de un personal capacitado, y que no solo se quede en la enseñanza informal de los empleados antiguos hacia los más nuevos, logrando así una mayor complementación entre los trabajadores y la empresa; esto ayudará a establecer correctamente su direccionamiento estratégico.

Cuarto. A los directivos de la empresa Famaplast Export S.A.C., realizar un análisis integral, para así identificar las fortalezas y debilidades de la organización, con la finalidad de hacer un adecuado diagnóstico estratégico con objetivos claros para incrementar su productividad. Así también analizar sus oportunidades y amenazas, referente a la competencia, para tener una mayor participación en el mercado.

Quinto. A la empresa Famaplast Export S.A.C., analizar las opciones estratégicas que mantienen, con la finalidad de elaborar un plan de acción para la organización, en base a la opción que de más resultados positivos para la empresa, llevándola así a la ejecución de sus metas y objetivos.

Sexto. Que la empresa Famaplast Export S.A.C., contrate los servicios de contraloría de manera periódica, con la finalidad que sus procesos sean evaluados, midiendo así el desempeño en todos sus niveles en relación al cumplimiento de sus objetivos, ya que sólo así se puede reorientar la planificación y corregirla, en caso se encontrase algún error en la marcha. De ser así se podrá usar el plan de contingencia ya creado para estos sucesos.

REFERENCIAS

- Aljure S., A. (2015). *El plan estratégico de comunicación: Método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. <https://books.google.com.pe/books?id=K5HLDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=planeacion+estrategica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik-p-Hp8HpAhWtmuAKHbOLCcss4bhDoAQhfMAY#v=onepage&q&f=false>
- Amaya A., J. (2018). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. (4.^a ed.). Editorial La Vid. https://books.google.com.pe/books?id=8Flzg6f8dOsC&printsec=frontcover&dq=planeación+estratégico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjV07_Ap7npAhVVHLkGHU1rCZkQ6AEIKjAA#v=onepage&q=planeación%20estratégico&f=false
- Aramburu, B. (2017). Planeamiento estratégico y productividad en los trabajadores administrativos de la clínica Municipal de Santa Anita, Lima 2015 (Tesis de maestría). <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/5266>
- Araya, A. (2017). Models of strategic planning in the family business. *Tec Empresarial*, 11(1), 23-34. <https://dx.doi.org/10.18845/te.v11i1.3093>
- Arévalo, D., Nájera, S. & Piñero, E. (2018). The Influence of the Implementation of Information Technologies in the Productivity of Service Companies. *Información tecnológica*, 29(6), 199-212. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000600199>
- Ariza, Q. y Avila, R. (2017). Plan estratégico de comercialización de bolsas de plásticos con sello verde para la compañía plástico M&K S.A.S para el año 2018 (Tesis de titulación). <https://repository.unilivre.edu.co/handle/10901/11276>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. (1.^a ed.). México: EDITORIAL PATRIA.
- Bahia G., M., Bandeira de M., R., & Spuldaro, J. (2018). Political strategy and the growth of business groups. *RAUSP Manag. J.* 53(1). https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2531-04882018000100035&script=sci_arttext
- Baidal, M. y Alarcón, M. (2017). Implementación de una planeación estratégica en la empresa INDUMASTER S.A (Tesis de titulación).

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/23956/1/Tesis%20Indumaster%20150917%20%281%29.pdf>

- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. (4.^a ed.). Colombia: PEARSON.
- Boluarte, A., & Tamari, K. (2017). Validez de contenido y confiabilidad inter-observadores de Escala Integral Calidad de Vida. *Revista De Psicología*, 35(2), 617-642. <https://doi.org/10.18800/psico.201702.009>
- Brenes, M., Madrigal, J. & Quesada, H. (2017). The influence of demographics on continuous improvement strategic planning. *Revista Tecnología en Marcha*, 30(3), 12-23. <https://dx.doi.org/10.18845/tm.v30i3.3269>
- Burbano-Pérez, Á. (2017). Importance of strategic direction for business development. *Dominio de las Ciencias*, 3(mon), 19-28. http://dx.doi.org/10.23857/dc.v3i3_mon.621
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6093283>
- Bustamante, A. (2016). La planificación estratégica y su impacto en la producción bananera de la empresa Tocalit S.A. ubicada en la ciudad de Naranjal (Tesis de titulación). <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/4800>
- Bustamante, J. (2013). *Creatividad e Innovación*. https://books.google.com.pe/books?id=8oy1AwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=LA+CREATIVIDAD+LAS+EMPRESAS&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjDkoT0h7_pAhXrDrkGHeRjAAUQ6AEIbjAl#v=onepage&q=LA%20CREATIVIDAD%20LAS%20EMPRESAS&f=false
- Carvalho, D., Rocha, L., Tomaschewski, J., Barlem, E., Cecagno, D., & Dalmolin, G. (2017). Productivity versus workloads in the nursing working environment. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 51(1).
<https://doi.org/10.1590/s1980-220x2017028903301>
- Casares E., M. (2017). *Planificación estratégica*. <https://es.slideshare.net/maryalesep/planificacion-estrategica-79253642>
- Chávez, G. (2019). Planificación Estratégica y su relación con el nivel de Competitividad y el Desempeño Financiero en las Pymes del sector de Plásticos en la Provincia Sabana Centro, Cundinamarca (Colombia) (Tesis de maestría). <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/37807?show=full>

- Choi, J. (2017). "Create" or "Buy": Internal vs. External Sources of Innovation and Firm Productivity. *Policy Research Working Paper*, 8121. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-8121>
- Collque, G. (2018). La planeación estratégica y su relación con el desempeño laboral en la empresa Tai Loy, Comas, 2018, (Tesis de titulación). http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/25181/Colque_HGG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Corrêa J., C.; Sugahara, C. y Rodrigues de S., J. (2015). Estrategia Empresarial e Innovación Tecnológica de las industrias brasileñas. *Invenio*, 18(35). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=877/87742317005>
- Cuatrecasas, L. (2013). *Organización de la Producción y Dirección de Operaciones*. https://books.google.com.pe/books?id=6jNY9FcLGcoC&printsec=frontcover&dq=la+produccion+en+las+empresas&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwIomZHUqL_pAhUEA9QKHemxCPQQ6AEIXjAG#v=onepage&q=la%20produccion%20en%20las%20empresas&f=true
- Cruz, F., Ibarra, C., Rueda, D. & Olivares D. (2020). EXPLORATORY ANALYSIS ON THE APPRECIATION OF PREDOMINANT CHARACTERISTICS IN MEDIUM-SIZED COMPANIES IN MEXICO AND COLOMBIA ON ISSUES OF QUALITY, COMPETITIVENESS, SOCIAL AND PRODUCTIVE INNOVATION. *Tendencias*, 21(1), 130-156. <https://dx.doi.org/10.22267/rtend.202101.130>
- Empresa: 10 tips para mejorar la productividad de su empresa. (Octubre, 2016). *Revista Dinero*. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/10-tips-para-mejorar-la-productividad-de-su-empresa/193162>
- Equipo Editorial: ¿Cómo alcanzar la productividad de una empresa?. (Noviembre, 2019). *Reporte Digital*. <https://reportedigital.com/negocios/gestion/productividad-de-una-empresa/>
- Estudio: Formulación e Implementación de la Estrategia. (Julio, 2019). *Real Time Management (RTM)*. <https://rtm.com.pe/2019/07/24/form-implementacion-de-estrategia/>
- Favela H., M.; Escobedo P., M.; Romero L., R. y Hernández G. J. (2019). Lean manufacturing tools that influence an organization's productivity: conceptual model proposed. *Revista Lasallista de Investigación*, 16 (1). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492019000100115&lang=es

- Fernández H., S.; Martínez M., L. & Ángela, Ngonon F., R. (2019). Barriers That Difficult Strategic Planning In Organizations. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*, 20(1). <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.108>
- Fontalvo H., T.; De La Hoz G., E. y Morelos G., J. (2018). Productivity and its factors: Impact on organizational improvement. *Dimensión Empresaria*, 16(1). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632018000100047&lang=es
- Godoy M.P., Sepulveda J., Araneda L., Canario R., Fonseca J. y Sáez C. (2018). Attitudes toward purchase, saving and indebtedness in university graduates from a public university of southern Chile. *Interdisciplinaria* 35(2). Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-70272018000200016&lang=es
- Gutarra R., R. (2019). Prospective and Business Strategic Applied to Micro, Small and Medium Enterprises. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*, 20(1). <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.110>
- Hernández G., M. & Rodríguez C., Y. (2016). Strategic Management and Balanced Scorecard as a tool to support the Enterprise Management Project Architecture and Engineering Matanzas. *Revista de Arquitectura e Ingeniería*, 10(2), 3.
- Hernández L., E., Camargo, Z., & Martínez, P. (2015). Impact of 5S on productivity, quality, organizational climate and industrial safety in Caucho Metal Ltda. *Ingeniare: Revista chilena de ingeniería*, 23(1), 107-117. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052015000100013>
- Hernández S., R., Baptista, P. y Fernández, C. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6.ª ed.). México: MC GRAW HILL EDUCATION.
- Hofman, A., Mas, M., Aravena, C., & Guevara, J. (2017). Economic Growth and Productivity in Latin America: LA-KLEMS. *El trimestre económico*, 84(334), 259-306. <https://doi.org/10.20430/ete.v84i334.302>
- Jaimes, L., Luzardo, M. & Rojas, M. (2018). Determinant Factors of Labor Productivity in Clothing Small and Medium Size Enterprises of the Metropolitan

- Area of Bucaramanga, Colombia. *Información tecnológica*, 29(5), 175-186.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000500175>
- Jaimes, L. & Rojas, M. (2015). A look at labor productivity for SMEs in the clothing industry. *Iteckne*, 12(2), 177-187.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-17982015000200009&lng=en&tlng=es.
- Lavado, P. (09 de junio de 2018). "Crecimiento y productividad para el Perú", por Pablo Lavado. Diario El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/crecimiento-productividad-peru-pablo-lavado-noticia-526431-noticia/>
- Leyva C., A.; Cavazos A., J. & Espejel B., J. (2018). Influence of the strategic planning and the management skills as factors internal of business competitiveness of SME's. *Contaduría y administración*, 63(3).
<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- López Calvarjar., G., Castro P., N. & Guerra, O. (2017). OPTIMIZATION OF THE PRODUCTION PLAN. CASE STUDY ALUMINUM CARPENTRY. *Revista* 9(1).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100026
- López Herrera., J. (2013). *Productividad*.
<https://books.google.com.pe/books?id=ObSOAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=productividad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjskNzenLzpAhVVE7kGHR6hCFoQ6AEIJjAA#v=onepage&q=productividad&f=false>
- López L., D. (2016). Quality factors that affect the productivity and competitiveness of micros, small and medium enterprises of the metalworking sector. *Entre Ciencia e Ingeniería*, 10(20), 99-107.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-83672016000200014&lng=en&tlng=es
- López Roldán, P. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. (1.^a ed.). España: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA.
- Maturana, D. & Andrade, V. (2019). RELATIONSHIP BETWEEN THE FORMALITY DEGREE OF HUMAN MANAGEMENT PRACTICES AND THE PRODUCTIVITY OF MSMEs. REVIEW ARTICLE. *Innovar*, 29(74), 101-113.
<https://dx.doi.org/10.15446/innovar.v29n74.82091>

- Mejia, I. & Jimenez, C. (2020). Competitiveness and productivity of the business administrator in pymes Colombia and Latin America. *Tendencias*, 21(1), 238-251. <https://dx.doi.org/10.22267/rtend.202101.135>
- Morelos G., J. & Núñez B., M. (2017). Productivity of companies in the extractive mining-energy area and its impact on the financial performance in Colombia. *Estudios Generales*, 33(145). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232017000400330&lang=es
- Molinillo, J. (2014). *Distribución Comercial Aplicada*. https://books.google.com.pe/books?id=VwqcAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DISTRIBUCION&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj4o9aWu7_pAhW9HrkGHdKhDA04ChDoAQglMAA#v=onepage&q=DISTRIBUCION&f=true
- Mundo laboral: La baja productividad es el principal problema del Perú. (Junio, 2016). Bolsa de Trabajo PUCP. <https://btpuccp.pucp.edu.pe/mundo-laboral/la-baja-productividad-principal-problema-del-peru/>
- Nemur, L. (2016). *Productividad*. <https://books.google.com.pe/books?id=sh0aDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=productividad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjskNzenLzpAhVVE7kGHR6hCFoQ6AEIXDAG#v=onepage&q=productividad&f=false>
- Ortega, O. (2017). *Mejoramiento continuo de procesos, aspectos conceptuales*. https://books.google.com.pe/books?id=-TOjDwAAQBAJ&pg=PA38&dq=la+productividad+y+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjVoOa5vMjpAhVJsp4KHQm_CQE4MhDoAQgvMAE#v=onepage&q=la%20productividad%20y%20calidad&f=true
- Ortegón, C. (mayo, 2019). Planeación estratégica: qué es y cómo hacerla para tu empresa. In Marketing. <https://blog.inmarketing.co/blog/planeacion-estrategica-que-es-como-se-hace>
- Pacheco, M. (2018). La planificación estratégica y su influencia en la productividad de los agentes del BBVA de Junín del año 2018, (Tesis de titulación). <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/31017>

- PAD de la Universidad de Piura: Formulación e Implementación de la Estrategia – 2019. Real Time Management (RTM). <https://rtm.com.pe/wp-content/uploads/2019/07/Formulación-e-Implementación-de-la-Estrategia.pdf>
- Robles, R.; Serrano, H.; Serrano, G.; Gaibor, F.; Armijo, G. & Fernández, A. (2017). CHALLENGES OF STRATEGIC PLANNING IN HEALTH INSTITUTIONS. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas* 36(3), 1-6. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002017000300018
- Ruiz, M. (2013). *Casos del Comportamiento del Consumidor*. <https://books.google.com.pe/books?id=WK6MCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comportamiento+del+consumidor&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjTxp-ViJLtAhU5ILkGHUTdDgoQ6AEwAXoECAUQAq#v=onepage&q=comportamiento%20del%20consumidor&f=false>
- Sainz de Vicuña A., J. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. (5.^a ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.
- Simancas, R., Silvera, A., Garcés, L., y Hernández, H., (2018). Administración de recursos humanos: factor estratégico de productividad empresarial en pymes de Barranquilla. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23 (82), 377-391. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=290/29056115008>
- Tapasco, O., Giraldo, J. & Osorio, D. (2020). Work productivity management in knowledge-intensive service companies: considerations and challenges. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)* , 36(66), 64-77. <https://dx.doi.org/10.25100/cdea.v36i66.8465>
- Trigoso, M. (20 de junio de 2019). Solo el 37% de empresas está satisfecho con implementación de su plan estratégico. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/economia/empresas/37-empresas-satisfecho-implementacion-plan-estrategico-270778-noticia/?ref=gesr>
- Velásquez, M. (2017). *El Planeamiento estratégico y su relación con productividad en la empresa AFRA EIRL, Pueblo Libre, 2017* (Tesis de titulación). <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/3447?locale-attribute=en>

ANEXOS

Anexo 1.- Producción de productos – Año 2018 / 2019

PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS AÑO 2018-2019							
MÁQUINA	PRODUCTO	Capacidad de Molde	Tiempo de Ciclo Estándar (Seg.)	PRODUCCION REAL AÑO 2018		PRODUCCION REAL AÑO 2019	
				Mes	Anual	Mes	Anual
HT-1600	Gelatinero PP	4	8.9	500	6,000	400	4,800
HT-860	Pito Chico	8	12.5	700	8,400	300	3,600
	Canasta	2	10.2	200	2,400	100	1,200
	Palo de Matraca	8	15.6	200	2,400	50	600
VAN DORN	Matraca	2	10.2	400	4,800	500	6,000
Sop. Verde	chipote	1	12	500	6,000	300	3,600
	Mazo Surtido	1	12	500	6,000	300	3,600
HT-860	Fuentes	1	12	300	3,600	400	4,800
	Vasos acrilicos	1	12	300	3,600	500	6,000
TOTAL ANUAL					43,200		34,200

Anexo 2.- Producción de productos – Año 2020 (mes agosto)

PRODUCCION PRODUCTOS - AÑO 2020											
MÁQUINA	PRODUCTO	Capacidad de Molde	Tiempo de Ciclo Estándar (Seg.)	PRODUCCION POR MES							
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
HT-1600	Gelatinero PP	4	8.9	400	200	100	0	0	0	0	0
HT-860	Pito Chico	8	12.5	400	200	100	0	0	0	0	0
	Canasta	2	10.2	0	0	0	0	0	0	0	0
	Palo de Matraca	8	15.6	0	0	0	0	0	0	0	0
VAN DORN	Matraca	2	10.2	300	300	0	0	0	0	0	0
Sop. Verde	chipote	1	12	200	200	0	0	0	0	0	0
	Mazo Surtido	1	12	200	200	0	0	0	0	0	0
HT-860	Fuentes	1	12	300	300	150	0	0	0	0	250
	Vasos acrilicos	1	12	250	250	150	0	0	0	0	240
	Botellas	0	0	0	0	0	0	500	500	100	100
	Protector facial	0	0	0	0	0	0	0	1,000	1,000	500
TOTAL POR MES				2,050	1,650	500	0	500	1,500	1,100	1,090
TOTAL PRODUCCIÓN HASTA EL MES AGOSTO				8,390							

Anexo 3.- Matriz de Operacionalización de las variables

VARIABLES	DENIFICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Independiente: Planeación Estratégica	Según Amaya (2018), es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información 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. (p.16).	La presente variable será medida mediante cinco dimensiones, de las cuales se obtendrán 17 indicadores. A través de estos se recaudará la información por medio de un cuestionario, con preguntas de tipo Likert.	Los estrategas	Estrategias de liderazgo en costos	Ordinal Tipo Likert: Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
				Estrategias de diferenciación	
				Estrategia de enfoque	
			Direccionamiento estratégico	Los principios corporativos	
				La visión	
				La misión	
			Diagnóstico estratégico	Análisis externo del entorno	
				Análisis de la competencia	
				Análisis de la cultura corporativa	
				Análisis Interno	
			Formulación estratégica	Objetivos funcionales	
				Estrategias funcionales	
				Planes de acción	
				Presupuesto estratégico	
			Indicadores de Gestión	Auditoría estratégica	
				Monitoreo estratégico	
Control estratégico					
Variable Dependiente: Productividad	López (2013), menciona que la productividad tiene la capacidad de producir o crear, asumiendo un costo por tiempo de operación, con el fin de crear riquezas y beneficios. Asimismo, indica que se debe aplicar primero la eficiencia en el uso de los recursos básicos sin desperdiciar el tiempo, espacio y la materia, con el fin de desarrollar las actividades en el tiempo oportuno; y así alcanzar el ahorro de recursos y rapidez de procesos, para producir o crear. (p. 17)	La presente variable está estructurada por cinco dimensiones, de las cuales se obtendrán 16 indicadores. A través de estos se recaudará la información por medio de un cuestionario, con preguntas de tipo Likert.	Creatividad	Fluidez	
				Flexibilidad	
				Originalidad	
				Elaboración	
			Producción	Calidad	
				Tiempo	
				Coste	
			Distribución	Transporte	
				Almacenamiento	
				Servicio de información	
			Consumo del mercado	Demográfico	
				La cultura	
				Estratificación social	
			Rapidez	Ahorro	
				Velocidad	
				Optimización	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4.- Estadísticas totales de la variable planeación estratégica

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Cree usted que la empresa invierte en equipamiento actualizado para reducir los costos.	106,61	234,442	,430	,914
La empresa desarrolla estrategias orientadas a reducir los costos y gastos de sus procesos productivos.	107,11	224,618	,678	,910
La empresa cuenta con algunos productos que nos diferencien para competir en el mercado.	106,46	237,158	,446	,914
Considera usted que los productos que comercializamos impactan en el consumidor.	106,76	230,319	,597	,912
La empresa desarrolla estrategias orientadas a determinado mercado específico.	106,93	221,306	,737	,909
Los productos que vende la empresa están enfocados a un determinado grupo de compradores.	106,60	231,687	,557	,913
Conoce usted los principios y valores sobre los que se rige la empresa.	105,75	244,239	,094	,918
Cree que estos principios y valores son practicados por los colaboradores de la empresa.	106,81	229,383	,669	,911
Conoce usted la visión de su empresa	105,70	243,271	,148	,917
Cree que los objetivos estratégicos de la empresa están comprometidos con el cumplimiento de la visión.	106,57	226,819	,746	,910
Conoce usted la misión de la empresa.	105,65	244,045	,117	,918
Cree que el comportamiento de los trabajadores es consecuente con la misión.	106,56	237,711	,347	,915
Considera usted que el mercado en el que opera la empresa está en crecimiento	108,67	247,014	-,037	,921
Existen nuevas tecnologías o cambios que tu empresa puede aprovechar	105,84	245,983	,013	,919
Cree usted que estamos preparados para afrontar a la competencia.	106,11	240,988	,212	,917
Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de los productos o servicios de la empresa.	106,21	251,393	-,189	,923
Cree usted que la empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta.	106,59	229,017	,659	,911
Considera que los trabajadores están comprometidos con la empresa y con la visión a futuro.	106,84	224,639	,761	,910
Los objetivos marcados por la empresa pueden asumirse sin que afecten otros procesos.	106,74	228,328	,694	,911
Considera que las debilidades de la empresa vienen de la mano de insuficientes recursos o de una mala asignación de los mismos.	106,99	244,294	,086	,918
Para usted, los objetivos de la empresa tienen una finalidad práctica, útil y efectiva.	106,02	242,336	,144	,918
Sabemos reaccionar y crear nuevos productos o servicios que el mercado necesita.	106,17	243,770	,074	,919
Cree usted que la empresa cuenta con planes de acción concretos.	107,18	217,764	,741	,909
Considera usted que la empresa cuenta con un presupuesto estratégico para disminuir costos	107,25	217,231	,746	,909
Considera usted que la empresa cuenta con auditorías hacia la gerencia.	107,37	214,220	,772	,908
La empresa tiene procesos de evaluación y medición, periódicamente.	107,10	217,839	,779	,908

Cree usted que las metas de la organización están reafirmadas.	106,98	221,411	,792	,909
La empresa cuenta con el seguimiento sistemático del proceso estratégico.	107,00	219,714	,769	,909
La empresa cuenta con contralores para el diseño de sistemas de control estratégico.	107,56	211,307	,802	,907
Cree usted que la empresa cuenta con un plan de contingencia en caso las decisiones presenten consecuencias.	107,23	216,718	,753	,909

Anexo 5.- Estadísticas totales de la variable productividad

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Cree usted que la empresa escucha y considera las opiniones del personal ante un problema.	116,12	261,415	,534	,945
Considera que el personal aporta ideas o respuestas ante un planteamiento señalado.	116,07	261,727	,613	,945
Cree usted que el personal se encuentra capacitado para cubrir tareas en otros puestos.	116,78	263,247	,526	,945
El personal mantiene una actitud positiva ante los cambios que se generan en la empresa.	116,47	259,310	,758	,943
Considera que el personal aplica nuevos conocimientos en su área de trabajo.	116,52	264,252	,577	,945
Cree usted que el personal Identifica problemas en su área de trabajo y propone ideas o solución.	116,86	264,560	,503	,946
Se asegura la conformidad del producto durante el proceso interno hasta la entrega final al cliente.	115,84	262,168	,690	,944
Considera usted que la empresa debería implementar un sistema de gestión de la calidad.	115,85	269,439	,282	,948
La empresa evalúa el tiempo que dura la elaboración del producto.	116,38	261,127	,698	,944
Cree usted que se necesita acelerar con frecuencia los trabajos para terminarlos a tiempo.	116,17	267,703	,304	,948
Considera usted que la empresa cuenta con información adecuada para la fijación de precios de venta.	115,98	255,957	,727	,943
Considera que la empresa debería utilizar un sistema de costeo	116,17	275,854	,084	,950
Considera usted que la empresa cuenta con el transporte adecuado para llevar los productos.	116,40	261,183	,639	,944
Considera que la distribución es óptima tomando en cuenta los medios de transporte de la empresa.	116,18	254,437	,703	,944
Cree usted que los procesos de almacén hacen posible una buena distribución de los productos.	116,37	256,554	,766	,943
Cree usted que el área de almacenamiento maneja un buen control e inventario de los productos almacenados.	116,43	257,945	,796	,943
Los sistemas de información permiten hacer un seguimiento eficaz de los procesos de distribución.	116,31	261,610	,631	,944
Cree usted que los sistemas de información satisfacen las necesidades de los clientes.	116,37	262,150	,742	,944
Considera que la empresa cuenta con medios que permite obtener información sobre los clientes.	116,79	263,192	,546	,945

La empresa identifica adecuadamente el consumo de mercado demográfico.	116,84	260,286	,591	,945
Cree usted que el consumo de mercado se ve influenciado en la cultura del consumidor.	115,88	264,474	,542	,945
Considera que la empresa identifica los gustos o preferencias del consumidor.	116,08	253,169	,797	,943
Los productos de la empresa están dirigidas a determinados grupo de consumidores.	116,10	258,091	,651	,944
Considera usted que los productos esta sigmatizado a ciertos grupos de consumidores	116,37	263,243	,635	,945
Considera usted que los procesos de producción son óptimos y facilitan el ahorro.	116,11	256,518	,699	,944
Cree usted que la implementación de procesos tecnológicos ahorra tiempo y costo	115,75	261,013	,670	,944
El personal dispone de los recursos adecuados para realizar su trabajo en el tiempo oportuno.	116,68	261,767	,586	,945
Los procesos óptimos de producción facilitan la rapidez por el cual se reducen los costos.	115,99	259,403	,661	,944
La gerencia proporciona los recursos apropiados para elevar el nivel de la calidad	116,46	257,746	,803	,943
Se optimiza la cadena de suministro, los inventarios, rotación de material y se minimizan los desperdicios	116,89	266,316	,358	,947



**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Ricardo Edmundo Ruiz Villavicencio

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Administración de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2020, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

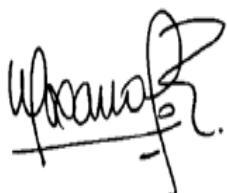
El título del proyecto de investigación es LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD EN UNA EMPRESA DEL SECTOR INDUSTRIAL, AÑO 2020 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Administración, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Wendy Roxana Urbina Villar
D.N.I. 45555180



Lourdes Maribel Vergara Diaz
D.N.I. 41363207



Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable: Planeación Estratégica

Es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información 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. (Amaya, 2018, p. 16)

II. Dimensiones

1. Los Estrategas

Se define como estrategas a todas las personas o funcionarios de una empresa que tienen la capacidad de tomar decisiones en relación con el desempeño actual y futuro de la organización.

2. Direccionamiento Estratégico

Las organizaciones para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener muy claro hacia dónde van, es decir, haber definido su direccionamiento estratégico.

3. Diagnostico Estratégico

Es el análisis de la situación actual de la compañía tanto internamente como frente a su entorno, donde el direccionamiento estratégico sirve de marco de referencia, para responder las preguntas de donde estaba la empresa y dónde se encuentra actualmente.

4. Formulación Estratégica

Las opciones estratégicas, deberán convertirse en planes de acción concretos, con definición de responsables.

5. Indicadores de Gestión

El desempeño de la organización debe ser monitoreado y auditado. Con base en los objetivos, en los planes de acción y en el presupuesto estratégico, se definirán unos índices que permitan medir el desempeño de la organización.



Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nº de ítems	Escalas de medición
Planeación Estratégica	Según Amaya (2018), la planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información 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. (p.16).	La planeación estratégica se determinará en razón de un cuestionario compuesto por 30 preguntas a través de las siguientes dimensiones: los estrategias, direccionamiento estratégico, diagnostico estratégico, formulación estratégica, indicadores de gestión. El cual será aplicado a través de la encuesta	Los Estrategas	Estrategias de liderazgos en costos	1,2	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
				Estrategias de diferenciación	3,4	
				Estrategias de enfoque	5,6	
			Direccionamiento estratégico	Los principios corporativos	7,8	
				La visión	9,10	
				La misión	11,12	
			Diagnostico estratégico	Análisis externo del entorno	13,14	
				Análisis de la competencia	15,16	
				Análisis de la cultura corporativa	17,18	
			Formulación estratégica	Análisis interno	19,20	
				Objetivos funcionales	21	
				Estrategias funcionales	22	
				Planes de accion	23	
			Indicadores de gestión	Presupuestos estratégicos	24	
				Auditoria estratégica	25,26	
				Monitoreo estratégico	27,28	
Control estratégico	29,30					



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Planeación Estratégica

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	DIMENSIÓN 1: LOS ESTRATEGAS													
	Indicador: Estrategias de liderazgo en costos													
1	Cree usted que la empresa invierte en equipamiento actualizado para reducir los costos.				X		X					X		
2	La empresa desarrolla estrategias orientadas a reducir los costos y gastos de sus procesos productivos.				X		X					X		
	Indicador: Estrategias de diferenciación													
3	La empresa cuenta con algunos productos que nos diferencien para competir en el mercado.				X		X					X		
4	Considera usted que los productos que comercializamos impactan en el consumidor				X		X					X		
	Indicador: Estrategia de enfoque													
5	La empresa desarrolla estrategias orientadas a determinado mercado específico.				X		X					X		
6	Los productos que vende la empresa están enfocados a un determinado grupo de compradores.				X		X					X		
	DIMENSION 2: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO													
	Indicador: Los principios corporativos													
7	Conoce usted los principios y valores sobre los que se rige la empresa.				X		X					X		
8	Cree que estos principios y valores son practicados por los colaboradores de la empresa.				X		X					X		
	Indicador: La visión													
9	Conoce usted la visión de su empresa				X		X					X		
10	Cree que los objetivos estratégicos de la empresa están comprometidos con el cumplimiento de la visión.				X		X					X		
	Indicador: La misión													
11	Conoce usted la misión de la empresa.				X		X					X		
12	Cree que el comportamiento de los trabajadores son consecuentes con la misión.				X		X					X		
	DIMENSION 3: DIAGNOSTICO ESTRATEGICO													
	Indicador: Análisis externo del entorno													
13	Considera usted que el mercado en el que opera la empresa está en crecimiento				X		X					X		
14	Existen nuevas tecnologías o cambios que tu empresa puede aprovechar.				X		X					X		
	Indicador: Análisis de la competencia													
15	Cree usted que estamos preparados para afrontar a la competencia.				X		X					X		
16	Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de los productos o servicios de la empresa				X		X					X		
	Indicador: Análisis de la cultura corporativa													



17	Cree usted que la empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta.				X			X					X
18	Considera que los trabajadores están comprometidos con la empresa y con la visión a futuro.				X			X					X
Indicador: Análisis Interno													
19	Los objetivos marcados por la empresa pueden asumirse sin que afecten otros procesos.				X			X					X
20	Considera que las debilidades de la empresa vienen de la mano de insuficientes recursos o de una mala asignación de los mismos				X			X					X
DIMENSION 4: FORMULACION ESTRETEGICA													
Indicador: Objetivos funcionales													
21	Para usted, los objetivos de la empresa tienen una finalidad práctica, útil y efectiva.				X			X					X
Indicador: Análisis de la competencia													
22	Sabemos reaccionar y crear nuevos productos o servicios que el mercado necesita				X			X					X
Indicador: Análisis de la cultura corporativa													
23	Cree usted que la empresa cuenta con planes de acción concretos				X			X					X
Indicador: Análisis Interno													
24	Considera usted que la empresa cuenta con un presupuesto estratégico para disminuir costos				X			X					X
DIMENSION 5: INDICADORES DE GESTIÓN													
Indicador: Auditoría estratégica													
25	Considera usted que la empresa cuenta con auditorías hacia la gerencia.				X			X					X
26	La empresa tiene procesos de evaluación y medición, periódicamente.				X			X					X
Indicador: Monitoreo estratégico													
27	Cree usted que las metas de la organización están reafirmadas.				X			X					X
28	La empresa cuenta con el seguimiento sistemático del proceso estratégico.				X			X					X
Indicador: Control estratégico													
29	La empresa cuenta con procesos de evaluación para el diseño de sistemas de control estratégico.				X			X					X
30	Cree usted que la empresa cuenta con un plan de contingencia en caso las decisiones presenten consecuencias.*				X			X					X



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr.: Ricardo Ruiz Villavicencio..... DNI:.....098709744

Especialidad del validador : Administrador de Empresas

22.....de Setiembre del 2020

Firma del Experto Informante
Especialista



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: El instrumento puede ser aplicado en la unidad de estudio elegida.

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dr. Illa Sihuincha Godofredo

DNI: 10596867

Especialidad del validador: Administrador de Empresas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

23 de setiembre del 2020

**Firma del Experto Informante.
Especialidad**



Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg: JESÚS ROMERO PACORA..... DNI: 06253522.....

Especialidad del validador: AESOR TEÓRICO - METODOLÓGICO.....

.....21 de SETIEMBRE del 2020...

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Firma del Experto Informante.

Especialidad

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE

Nombre

Edad: ____ Sexo: ____

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrará afirmaciones sobre marketing relacional de la empresa. Lea cada una con mucha atención; luego, marque la respuesta que mejor lo describa con una X según corresponda. Recuerde, no hay respuestas buenas, ni malas. Conteste todas las preguntas con la verdad **OPCIONES DE RESPUESTA:**

S = Siempre
 CS = Casi Siempre
 AV = Algunas Veces
 CN = Casi Nunca
 N = Nunca

Nº item	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1	Cree usted que la empresa invierte en equipamiento actualizado para reducir los costos.	S	CS	AV	CN	N
2	La empresa desarrolla estrategias orientadas a reducir los costos y gastos de sus procesos productivos.	S	CS	AV	CN	N
3	La empresa cuenta con algunos productos que nos diferencian para competir en el mercado.	S	CS	AV	CN	N
4	Considera usted que los productos que comercializamos impactan en el consumidor.	S	CS	AV	CN	N
5	La empresa desarrolla estrategias orientadas a determinado mercado específico.	S	CS	AV	CN	N
6	Los productos que vende la empresa están enfocados a un determinado grupo de compradores.	S	CS	AV	CN	N
7	Conoce usted los principios y valores sobre los que se rige la empresa.	S	CS	AV	CN	N
8	Cree que estos principios y valores son practicados por los colaboradores de la empresa.	S	CS	AV	CN	N
9	Conoce usted la visión de su empresa	S	CS	AV	CN	N
10	Cree que los objetivos estratégicos de la empresa están comprometidos con el cumplimiento de la visión.	S	CS	AV	CN	N
11	Conoce usted la misión de la empresa.	S	CS	AV	CN	N
12	Cree que el comportamiento de los trabajadores es consecuente con la misión.	S	CS	AV	CN	N
13	Considera usted que el mercado en el que opera la empresa está en crecimiento	S	CS	AV	CN	N
14	Existen nuevas tecnologías o cambios que tu empresa puede aprovechar	S	CS	AV	CN	N
15	Cree usted que estamos preparados para afrontar a la competencia.	S	CS	AV	CN	N
16	Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de los productos o servicios de la empresa.	S	CS	AV	CN	N
17	Cree usted que la empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta.	S	CS	AV	CN	N
18	Considera que los trabajadores están comprometidos con la empresa y con la visión a futuro.	S	CS	AV	CN	N
19	Los objetivos marcados por la empresa pueden asumirse sin que afecten otros procesos.	S	CS	AV	CN	N
20	Considera que las debilidades de la empresa vienen de la mano de insuficientes recursos o de una mala asignación de los mismos.	S	CS	AV	CN	N
21	Para usted, los objetivos de la empresa tienen una finalidad práctica, útil y efectiva.	S	CS	AV	CN	N
22	Sabemos reaccionar y crear nuevos productos o servicios que el mercado necesita.	S	CS	AV	CN	N
23	Cree usted que la empresa cuenta con planes de acción concretos.	S	CS	AV	CN	N
24	Considera usted que la empresa cuenta con un presupuesto estratégico para disminuir costos	S	CS	AV	CN	N
25	Considera usted que la empresa cuenta con auditorías hacia la gerencia.	S	CS	AV	CN	N
26	La empresa tiene procesos de evaluación y medición, periódicamente.	S	CS	AV	CN	N
27	Cree usted que las metas de la organización están reafirmadas.	S	CS	AV	CN	N
28	La empresa cuenta con el seguimiento sistemático del proceso estratégico.	S	CS	AV	CN	N
29	La empresa cuenta con contralores para el diseño de sistemas de control estratégico.	S	CS	AV	CN	N
30	Cree usted que la empresa cuenta con un plan de contingencia en caso las decisiones presenten consecuencias.	S	CS	AV	CN	N

Gracias por completar el cuestionario.

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Ricardo Edmundo Ruiz Villavicencio

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Administración de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2020, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

El título del proyecto de investigación es **LA PLANEACION ESTRATEGICA Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de Administración, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Wendy Roxana Urbina Villar
D.N.I. 45555180

Lourdes Maribel Vergara Diaz
D.N.I. 41363207



Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable: Productividad

La productividad tiene la capacidad de producir o crear, asumiendo un costo por tiempo de operación, con el fin de crear riquezas y beneficios, aplicando primero la eficiencia en el uso de los recursos básicos sin desperdiciar el tiempo, espacio y la materia, con el fin de desarrollar las actividades en el tiempo oportuno; y así alcanzar el ahorro de recursos y rapidez de procesos, para producir o crear. (López, 2013, p. 17)

II. Dimensiones

1. Creatividad

Es un elemento muy utilizado por las organizaciones que apuestan por activar la creatividad en sus recursos humanos y materiales para así beneficiar y dar un valor añadido a los productos y servicios.

2. Producción

Son actividades desarrolladas por las organizaciones, utilizando recursos seleccionados, organizados y gestionados, para así adquirir valor de uno o varios productos.

3. Distribución

Es un elemento importante para las organizaciones ya que su objetivo es ubicar los productos o servicios a disposición de los clientes finales, por lo cual, las empresas desarrollan actividades y acciones, para satisfacer las necesidades del consumidor.

4. Consumo Mercado

Es un indicador que muestra el comportamiento del consumidor. Los consumidores que se sitúan en los mercados no son iguales, es decir sus necesidades, deseos y demanda están sujetos a muchos factores que condicionan sus actos de consumo.

5. Rapidez

Rapidez, es la transformación de la energía, para producir o crear bienes y servicios,



Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nº de ítems	Escalas de medición
Productividad	Según Lopez (2013), la productividad tiene la capacidad de producir o crear, asumiendo un costo por tiempo de operación, con el fin de crear riquezas y beneficios. Asimismo, menciona que en la productividad se debe aplicar primero la eficiencia en el uso de los recursos básicos sin desperdiciar el tiempo, espacio y la materia, con el fin de desarrollar las actividades en el tiempo oportuno; y así alcanzar el ahorro de recursos y rapidez de procesos, para producir o crear. (p. 17).	La productividad se determinará en razón de un cuestionario compuesto por 30 preguntas a través de las siguientes dimensiones: creatividad, producción, distribución, consumo de mercado, rapidez. El cual será aplicado a través de la encuesta	Creatividad	Fluidez	1,2	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
				Flexibilidad	3,4	
				Originalidad	5,6	
			Producción	Calidad	7,8	
				Tiempo	9,10	
				Coste	11,12	
			Distribución	Transporte	13,14	
				Almacenamiento	15,16	
				Servicio de la información	17,18	
			Consumo de mercado	Demográfico	19,20	
				La cultura	21,22	
				Estratificación social	23,24	
			Rapidez	Ahorro	25,26	
Velocidad	27,28					
Optimización	29,30					



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Planeación Estratégica

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
	DIMENSIÓN 1: CREATIVIDAD													
	Indicador: Fluidez													
1	Cree usted que la empresa escucha y considera las opiniones del personal ante un problema.			X					X			X		
2	Considera que el personal aporta ideas o respuestas ante un planteamiento señalado.			X					X			X		
	Indicador: Flexibilidad													
3	Cree usted que el personal se encuentra capacitado para cubrir tareas en otros puestos.			X					X			X		
4	El personal mantiene una actitud positiva ante los cambios que se generan en la empresa.			X					X			X		
	Indicador: Originalidad													
5	Considera que el personal aplica nuevos conocimientos en su área de trabajo.			X					X			X		
6	Cree usted que el personal Identifica problemas en su área de trabajo y propone ideas o solución.			X					X			X		
	DIMENSION 2: PRODUCCION													
	Indicador: Calidad													
7	Se asegura la conformidad del producto durante el proceso interno hasta la entrega final al cliente.			X					X			X		
8	Considera usted que la empresa debería implementar un sistema de gestión de la calidad.			X					X			X		
	Indicador: Tiempo													
9	La empresa evalúa el tiempo que dura la elaboración del producto.			X					X			X		
10	Cree usted que se necesita acelerar con frecuencia los trabajos para terminarlos a tiempo.			X					X			X		



	Indicador: Coste																			
11	Considera usted que la empresa cuenta con información adecuada para la fijación de precios de venta.			X						X									X	
12	Considera que la empresa debería utilizar un sistema de costeo			X						X									X	
DIMENSION 3: DISTRIBUCION																				
	Indicador: Transporte																			
13	Considera usted que la empresa cuenta con el transporte adecuado para llevar los productos.			X						X									X	
14	Considera que la distribución es óptima tomando en cuenta los medios de transporte de la empresa.			X						X									X	
	Indicador: Almacenamiento																			
15	Cree usted que los procesos de almacén hacen posible una buena distribución de los productos.			X						X									X	
16	Cree usted que el área de almacenamiento maneja un buen control e inventario de los productos almacenados.			X						X									X	
	Indicador: Servicio de información																			
17	Los sistemas de información permiten hacer un seguimiento eficaz de los procesos de distribución.			X						X									X	
18	Cree usted que los sistemas de información satisfacen las necesidades de los clientes.			X						X									X	
DIMENSION 4: CONSUMO DE MERCADO																				
	Indicador: Demográfico																			
19	Considera que la empresa cuenta con medios que permite obtener información sobre los clientes.			X						X									X	
20	La empresa identifica adecuadamente el consumo de mercado demográfico.			X						X									X	
	Indicador: La cultura																			
21	Cree usted que el consumo de mercado se ve influenciado en la cultura del consumidor.			X						X									X	
22	Considera que la empresa identifica los gustos o preferencias del consumidor.			X						X									X	
	Indicador: Estratificación social																			
23	Los productos de la empresa están dirigidas a determinados grupo de consumidores.			X						X									X	
24	Considera usted que los productos esta sigmatizado a ciertos grupos de consumidores			X						X									X	
DIMENSION 5: RAPIDEZ																				
	Indicador: Ahorro																			

Observaciones: El instrumento puede ser aplicado en la unidad de estudio elegida.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Illa Sihuincha Godofredo

DNI: 10596867

Especialidad del validador:

23 de setiembre del 2020

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



Firma del Experto Informante.

Especialidad

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg: JESÚS ROMERO PACORA..... DNI: 06253522.....

Especialidad del validador: ASESOR TEÓRICO - METODOLÓGICO.....

21 de setiembre de 2020



¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Firma del Experto Informante.

Especialidad



CUESTIONARIO DE LA VARIABLE

Nombre

Estat: ____ Sexo: _____

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrará afirmaciones sobre marketing relacional de la empresa. Lea cada una con mucha atención; luego, marque la respuesta que mejor lo describa con una X según corresponda. Recuerde, no hay respuestas buenas, ni malas. Conteste todas las preguntas con la verdad **OPCIONES DE RESPUESTA:**

- S = Siempre
- CS = Casi Siempre
- AV = Algunas Veces
- CN = Casi Nunca
- N = Nunca

N° ítem	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1	Cree usted que la empresa escucha y considera las opiniones del personal ante un problema.	S	CS	AV	CN	N
2	Considera que el personal aporta ideas o respuestas ante un planteamiento señalado.	S	CS	AV	CN	N
3	Cree usted que el personal se encuentra capacitado para cubrir tareas en otros puestos.	S	CS	AV	CN	N
4	El personal mantiene una actitud positiva ante los cambios que se generan en la empresa.	S	CS	AV	CN	N
5	Considera que el personal aplica nuevos conocimientos en su área de trabajo.	S	CS	AV	CN	N
6	Cree usted que el personal Identifica problemas en su área de trabajo y propone ideas o solución.	S	CS	AV	CN	N
7	Se asegura la conformidad del producto durante el proceso interno hasta la entrega final al cliente.	S	CS	AV	CN	N
8	Considera usted que la empresa debería implementar un sistema de gestión de la calidad.	S	CS	AV	CN	N
9	La empresa evalúa el tiempo que dura la elaboración del producto.	S	CS	AV	CN	N
10	Cree usted que se necesita acelerar con frecuencia los trabajos para terminarlos a tiempo.	S	CS	AV	CN	N
11	Considera usted que la empresa cuenta con información adecuada para la fijación de precios de venta.	S	CS	AV	CN	N
12	Considera que la empresa debería utilizar un sistema de costeo	S	CS	AV	CN	N
13	Considera usted que la empresa cuenta con el transporte adecuado para llevar los productos.	S	CS	AV	CN	N
14	Considera que la distribución es óptima tomando en cuenta los medios de transporte de la empresa.	S	CS	AV	CN	N
15	Cree usted que los procesos de almacén hacen posible una buena distribución de los productos.	S	CS	AV	CN	N
16	Cree usted que el área de almacenamiento maneja un buen control e inventario de los productos almacenados.	S	CS	AV	CN	N
17	Los sistemas de información permiten hacer un seguimiento eficaz de los procesos de distribución.	S	CS	AV	CN	N
18	Cree usted que los sistemas de información satisfacen las necesidades de los clientes.	S	CS	AV	CN	N
19	Considera que la empresa cuenta con medios que permite obtener información sobre los clientes.	S	CS	AV	CN	N
20	La empresa identifica adecuadamente el consumo de mercado demográfico.	S	CS	AV	CN	N
21	Cree usted que el consumo de mercado se ve influenciado en la cultura del consumidor.	S	CS	AV	CN	N
22	Considera que la empresa identifica los gustos o preferencias del consumidor.	S	CS	AV	CN	N
23	Los productos de la empresa están dirigidas a determinados grupo de consumidores.	S	CS	AV	CN	N
24	Considera usted que los productos esta siematizado a ciertos grupos de consumidores	S	CS	AV	CN	N
25	Considera usted que los procesos de producción son óptimos y facilitan el ahorro.	S	CS	AV	CN	N
26	Cree usted que la implementación de procesos tecnológicos ahorra tiempo y costo	S	CS	AV	CN	N
27	El personal dispone de los recursos adecuados para realizar su trabajo en el tiempo oportuno.	S	CS	AV	CN	N
28	Los procesos óptimos de producción facilitan la rapidez por el cual se reducen los costos.	S	CS	AV	CN	N
29	La gerencia proporciona los recursos apropiados para elevar el nivel de la calidad	S	CS	AV	CN	N
30	Se optimiza la cadena de suministro, los inventarios, rotación de material y se minimizan los desperdicios	S	CS	AV	CN	N

Gracias por completar el cuestionario.