



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Plan estratégico y su incidencia en la competitividad de la empresa  
Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo – 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN

**AUTORES:**

Muñoz Galindos, Yadmili Erika ([ORCID: 0000-0002-0706-650x](https://orcid.org/0000-0002-0706-650x))

Paredes Carmen Giancarlo Anthony ([ORCID: 0000-0002-4082-0519](https://orcid.org/0000-0002-4082-0519))

**ASESORA**

Dra. Aguilar Aragón, Nancy Deifilia ([ORCID: 0000-0002-1536-3109](https://orcid.org/0000-0002-1536-3109))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**Trujillo – Perú**

**2021**

## DEDICATORIA

Primeramente, a Dios porque con su misericordia e infinita bondad ha llenado de bendiciones e iluminado el camino para la culminación de mi carrera, por haberme dado la fuerza y sabiduría de lograr mis objetivos propuestos.

A mis padres, Neber y Lelis, quienes son mi fuente de inspiración en el desarrollo de mi vida, por apoyarme incondicionalmente con dedicación, respeto, confianza y todo su amor, impulsándome para que hoy sea la mujer que soy.

***Erika***

Está tesis lo dedico a Dios por haber bendecido en cada paso y lograr uno más de mis metas. A mi madre Irma Carmen Moreno y a mi padre Hilario Paredes Vásquez, a mi hermano quienes fueron el corazón latente en mi desarrollo profesional con sus palabras de inspiración incondicional me ayudaron a culminar mis estudios con éxitos.

***Giancarlo***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a nuestra ALMA MÁTER Universidad César Vallejo, por formarnos integralmente a lo largo del desarrollo académico de nuestra carrera. A la plana docente que con su experiencia, valores y conocimientos contribuyeron al fortalecimiento de nuestras competencias profesionales y de manera muy especial a nuestra asesora Dra. Nancy Deifilia Aguilar Aragón que gracias a su gran conocimiento logró instruirnos en cada momento.

A todo el talento humano de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A., por habernos permitido compartir sus experiencias en la realización del presente trabajo. Nuestros más sinceros agradecimientos a todos y cada uno de ellos.

Y finalmente, agradecemos a todos los que fueron parte del proceso con sus sabidurías y motivaciones para lograr este gran sueño.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula	
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenido .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA .....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	15
3.2. Variables y operacionalización .....	15
3.3. Población, muestra y muestreo .....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	16
3.5. Procedimientos .....	17
3.6. Método de análisis de datos .....	18
3.7. Aspectos éticos .....	18
IV. RESULTADOS .....	19
V. DISCUSION .....	27
VI. CONCLUSIONES .....	31
VII. RECOMENDACIONES .....	32
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1 Nivel de plan estratégico .....	19
Tabla 4.2 Nivel de las dimensiones del plan estratégico.....	20
Tabla 4.3 Nivel de competitividad .....	21
Tabla 4.4 Nivel de las dimensiones de competitividad .....	22
Tabla 4.5 Relación de las dimensiones del plan estratégico y competitividad .....	23
Tabla 4.6 Incidencia de las dimensiones.....	24
Tabla 4.7 Prueba de normalidad de shapiro-wilk .....	25
Tabla 4.8 Correlación entre plan estratégico y competitividad .....	26
Tabla 4.9 Rho de spearman .....	55

## Resumen

La presente investigación titulada “Plan estratégico y su incidencia en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo – 2021” tuvo como objetivo determinar la incidencia del plan estratégico en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo – 2021. La investigación es de tipo aplicada, con diseño no experimental, de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 40 trabajadores de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites. La técnica para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario virtual para cada variable conformada por 38 preguntas, el cual fue adaptado por los autores y validado por juicio de expertos. Los resultados se procesaron con Excel y SPSS para plan estratégico obteniendo el 43% en su nivel medio; así como para la variable competitividad fue de 40% en un nivel medio, para determinar la incidencia del plan estratégico en el nivel de competitividad; se calculó a través del coeficiente de correlación de Spearman, el cual arrojó una Rho de 0.899; lo que significa que existe una incidencia alta positiva del Plan Estratégico en el Nivel de competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo – 2021.

**Palabra clave:** Incidencia, Plan estratégico, Competitividad

## **Abstract**

The present research entitled "Strategic plan and its incidence in the competitiveness of the company Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo - 2021" had the objective of determining the incidence of the strategic plan in the competitiveness of the company Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo - 2021. The research is applied, with a non-experimental, cross-sectional design. The sample consisted of 40 workers of the company Fabricaciones Metálicas Vites. The technique for data collection was the survey and the instrument was a virtual questionnaire for each variable made up of 38 questions, which was adapted by the authors and validated by expert judgment. The results were processed with Excel and SPSS for the strategic plan variable obtaining 43% in its medium level; as well as for the competitiveness variable it was 40% in a medium level, to determine the incidence of the strategic plan in the level of competitiveness; it was calculated through Spearman's correlation coefficient, which yielded an Rho of 0.899; which means that there is a high positive incidence of the Strategic Plan in the level of competitiveness of the company Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo - 2021.

**Keyword:** Incidence, Strategic Plan, Competitiveness

## I. INTRODUCCIÓN

A pesar de encontrarnos en medio de una pandemia a nivel mundial, la Sociedad Nacional de Industrias (Comercio, 2020), pronosticó que la economía global mejorará y esto logrará un gran impulso en el precio de los metales, forjará un crecimiento en las ventas del sector metalmecánico, augurando un incremento en su producción de hasta 4.5% al cierre del año 2021. Un sector declarado universalmente como avanzado en la industria es el sector de metalmecánica, debido a que la complejidad de sus procesos tiene un alto grado de contribución en la economía y se hace uso de mucha tecnología, teniendo un alto efecto multiplicador, con capacidad de involucrar a diversos sectores y creando puestos de trabajo altamente calificados (Comercio E. , 2020)

La producción del sector metalmecánico peruano provee diferentes productos tales como artefactos, estructuras metálicas, vehículos, y talleres completos implementados de acero para minería, es importante resaltar que de esta producción el 20% es utilizado en exportación a diferentes países de latino América (Economía, 2017).

Debido a esta gran gama de productos y su alto grado de demanda, que se ofrece en este sector, debemos resaltar que su desarrollo es de alta importancia, por las amplias gamas de producciones y de mercados que oferta la industria de metal mecánico es de vital interés el desarrollo y el fortalecimiento de innovadoras estrategias de planificación enfocadas a las pymes en el país, lo que hará que las mismas se proyecten en el mediano y largo plazo y así puedan generar condiciones que incrementen la competitividad en el dinámico mercado y que además les propicie no solo mantener el mercado que ya tienen actualmente, sino también acrecentar su participación en nuevos mercados dentro y fuera del país (AEPME, 2017).

La industria metal mecánica también es parte de la dinámica económica de la región La Libertad, se puede apreciar gran presencia en la producción de carrocerías de vehículos, tales como: camiones cisterna, volquetes, plataformas, etc. Según la data



de la SUNAT, en la Libertad hasta la actualidad hay un total de 7,419 empresas dedicadas a la producción manufacturera, de la cual 116 son compañías que se dedican a la industria de metalmecánica (Sunat, 2018), donde este crecimiento conlleva a otras empresas del mismo rubro entren al mercado generando así un clima de mayor competitividad en favor de los demandantes, por ello es fundamental tener una estrategia que oriente a los trabajadores de la empresa en la meta correcta y así de esa manera lograr los objetivos planteados ya sean de mediano y largo plazo, ya que es el eje principal a través del cual se orquestan las actividades rutinarias en las diferentes áreas o dependencias que conforman la organización.

En ese sentido el plan estratégico según (Villarán, P y Fernando, J, 2016), le permite al emprendedor formular, implementar, decisiones a través de las funciones que le permiten alcanzar sus objetivos, así como explorar y crear nuevas y diferentes oportunidades para el futuro, de manera que se renueve así la estabilidad de la empresa.

O'Shaughnessy (2017), indica que las organizaciones con el fin de mantenerse en el cambiante mercado competitivo, es importante que incrementen su capacidad competitiva en cualquiera de sus dimensiones tanto en su flexibilidad productiva, agilidad comercial y en la calidad de su servicio y producto, de manera que al final atribuya una ventaja a la hora de hacer el negocio más rentable.

La empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. (FAMEVISA), es una compañía cuya principal actividad económica es la producción y comercialización de vehículos orientados al transporte de carga pesada de vía terrestre, tales como: tráiler, semitrailer, canastas cañeras, tolvas hidráulicas, chatas y tanques cisterna.

En la actualidad la empresa presenta una caída en sus ventas, sin embargo, este decrecimiento no se ha debido únicamente por la coyuntura actual o falta de demanda. Según los trabajadores y el dueño de la empresa, esto puede ser causado por que la empresa no cuenta con una planificación en la producción, ya que no se abastece para atenderlos adecuadamente debido a que no hay una programación de su producción, no cuentan con el control necesario sobre los trabajadores, carecen de

una misión, visión, metas y objetivos estratégicos, no cuenta aún con estrategias como es comerciales ni operativas, es decir, no cuenta con un plan estratégico. En cuanto a la competitividad se podría decir que es deficiente a la competencia, ya que no fideliza a sus clientes puesto que existe mucho retraso en la entrega de sus pedidos, tampoco se ha preocupado por tener productos de calidad y costos diferenciados en el mercado, la cual imposibilita a que la empresa tenga una proyección clara al futuro, cabe destacar que de continuar tal situación y de persistir esta actitud por parte de la gerencia, la empresa corre el riesgo de perder cuota de mercado y puede ser relegado por sus competidores, donde pueden explotar mejor su ventaja competitiva y estrategias de marketing de forma eficaz (Marreros, 2016).

La presente investigación es importante porque se analizará desde de las diversas perspectivas de los trabajadores con respecto a la incidencia del plan estratégico en la competitividad de la empresa FAMEVISA S.A., con la finalidad de estar preparados ante posibles riesgos que se les pueda presentar en un futuro.

De lo descrito anteriormente, podríamos plantearnos la siguiente pregunta: ¿Cuál es la incidencia del plan estratégico en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo – 2021?

Así también el presente proyecto de investigación según los planteamientos de (Hernández, R. & Mendoza, C, 2018), se justifica teóricamente, porque está basada en aportes teóricos y en aplicación de herramientas del plan estratégico, porque permite que la empresa tome parte activa en la configuración de su futuro, es decir, la empresa puede emprender acciones e influir en ellas, por lo tanto aprender a controlar su destino; además porque ayudará a formular estrategias operativas y comerciales, así mismo se justifica de manera práctica, porque al finalizar el proyecto podemos decir que con el diseño de un plan estratégico se logrará mejorar el nivel competitivo de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A., esto permitirá su continuidad y crecimiento en el mercado metalmeccánico de fabricación de vehículos de carga pesada.

Así mismo, se justifica de manera metodológica, porque se acude al empleo de técnicas de investigación como la aplicación de cuestionarios, y su procesamiento en software para medir el nivel de competitividad y estos presentan validez y confiabilidad según (Hernández, R. & Mendoza, C, 2018)

Por todo lo señalado anteriormente, el objetivo general del presente proyecto de investigación es determinar si el plan estratégico tiene incidencia en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A.

Como objetivos específicos tenemos: (a) Determinar el nivel del plan estratégico de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A Trujillo - 2021. (b) Determinar el nivel de la competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A Trujillo – 2021. (c) Medir la incidencia de las dimensiones del plan estratégico con la competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A Trujillo - 2021.

La hipótesis de investigación es: El plan estratégico incide de manera positiva en la competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A Trujillo – 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Según (Martínez R. , 2017), actualmente, se ha encontrado estudios de investigación sobre el plan estratégico relacionados con el campo del procesamiento de metales. Después de revisar investigaciones con relación a las variables de estudio se mencionan los diversos antecedentes a continuación.

En la siguiente tesis de (Burgos, 2016), con el título “*Formulación de un plan estratégico para mejorar la competitividad de la compañía de metal mecánica ITA S.R.L.*”, con motivo de obtener el Título de Ingeniero Industrial, en la Universidad César Vallejo en el año 2016.

Busca definir la dirección estratégica de la empresa fabricante de maquinaria metálica ITASRL y gestionar el avance de la empresa hacia esa visión, en la que se establecen valores y estándares éticos, con una visión, se define misión y se establecen estándares éticos. Se realizaron encuestas ambientales externas e internas y se desarrollaron y evaluaron estrategias a través de DAFO, PEYEA, en las que se identificó la posición competitiva actual de la organización como un competidor reconocido, recibida de manera más directa en el campo de la fabricación metalúrgica de vehículos industriales. La matriz IE, MG, MCPE y su estrategia clave es mantener una comunicación regular con los proveedores, llevarlos al mercado y proponer nuevos proyectos a los clientes, así, establecer ocho metas a largo plazo, entre las que se encuentran la creación de solidez financiera, la optimización del cumplimiento, etc. En la optimización del tiempo de entrega y la calidad del servicio y finalmente, el panel de control fue trasladado a la estrategia de control de la empresa metalúrgica ITASRL.

De la misma forma, (Rojas, 2017), con la tesis titulada “*Desarrollar un plan de marketing industrial para mejorar la eficiencia de los departamentos de marketing y ventas de FAMECA S.A.C*”, por motivo de obtener el título de Ingeniero Industrial en la Universidad Nacional de Trujillo en 2017.

Estudió de acuerdo al plan estratégico, la penetración de mercado, el desarrollo de productos y determinó las estrategias que la empresa debía

desarrollar, y a través de estas estrategias logró la penetración de mercado, captando nuevos clientes y observando la gama de productos fabricados por FAMECA. Junto con el desarrollo de productos, será posible desarrollar vehículos con características óptimas para las necesidades del cliente, fortaleciendo las relaciones existentes con distribuidores con poco o ningún vínculo con la empresa y lanzando campañas publicitarias en la región sur del Perú. Y para aumentar el estatus y la representación del estado en la región. Se han desarrollado métodos de análisis FODA, PEYEA, IE y MCPE. Este estudio proporciona una referencia para el horizonte de la industria de maquinaria metálica para la producción de vehículos pesados según el plan estratégico.

Por otro lado, (Sainz de Vicuña, 2018) en su libro titulado *“modelo de plan estratégico en una organización”*, señala que:

Cada tipo de proyecto debe contener la identidad de una organización como síntesis de una cultura, este plan estratégico constituye un marco de referencia para que el personal conozca la misión, visión, valores y objetivos de la organización, una forma de hacerlo es encontrar la opción estratégica adecuada para la organización. Al analizar los factores internos y externos será posible comprender sus fortalezas y debilidades, este nos ayudará a aprovechar mejor las oportunidades y enfrentar las posibles amenazas. Fuera del en términos de estrategia comercial y estrategia funcional, encontramos que tal vez - es el único factor, el nivel de relación es donde las funciones están descentralizadas a cada gerente en cada área. Se debe considerar las siguientes cuatro criterios o dimensiones para el plan estratégico:

**Análisis Estratégico**, Es brindar datos para un posterior diagnóstico de la situación de la empresa u organización, por eso en esta etapa se realizará un análisis FODA, que permitirá ver de manera más detallada cada factor que son clave para lograr el éxito de la organización y así seleccionar las estrategias, aprovechando así

oportunidades existentes en el entorno de la organización y confrontando sus amenazas, permitiendo así cumplir los objetivos propuestos como organización.

**Direccionalidad estratégica**, se debe adaptar factores internos a los externos con la finalidad de toma atención en el “debe ser” como también en el “puede ser” de una organización, también se deben establecer metas y objetivos relacionados con los valores que tienen que ser cumplidos durante períodos específicos.

**Formulación de estrategias**, radica en adaptar los factores internos a los externos con el propósito de optimizar la posición, delimitar el principio y fin de los objetivos estratégicos, una organización se fundamenta en tres grandes ejes, el primero es la consolidación, es decir la estabilidad de la empresa, el segundo, la rentabilidad de la empresa y el tercero comprende todo aquello que busca la rentabilidad a corto o largo plazo y objetivos operativos debe plasmarse en acciones concretas. Asimismo, son las metas que una organización desea cumplir durante un corto plazo, por lo que están congruentes con la estrategia general de la empresa.

**Realización del plan**, es la implementación del plan alineada con las estrategias de la organización en las áreas dadas, de ahí el paso final del proceso, donde tenemos los indicadores siguientes como el control estratégico proceso administrativo que mide y evalúa el desempeño de una organización o empresa, para que se logren aplicar acciones correctivas, sumando a esto la implementación del plan es diseñar la implementación del plan a corto, mediano o largo plazo, según los objetivos de la organización. Para su implementación, es clave la capacidad de gestión y proyección del gerente, así como el impulso de la confianza entre los colaboradores.

Por otro lado, (Gonzales, 2017), en su tesis titulada “*Diseño de un plan estratégico a una empresa de metalmecánica Industrias Nork*”, trabajo para optar Título profesional de Ingeniero Industrial, de la Universidad de Oriente del año 2017.

Este estudio fue realizado por una empresa de fondos privados a cargo de la producción de metales en el sector industrial y aplicó un enfoque de planificación estratégica para orientar los objetivos de investigación de los procesos de gestión estratégica. A través de la investigación, captar la

dirección y el plan general mediante la aplicación de la evaluación interna, exploración de la estructura organizacional, desempeño, análisis del entorno competitivo y análisis del contexto interno, definir misión, visión, valores, metas, oportunidades y amenazas, fortalezas, identificar debilidades, desarrollar estrategias y planes de acción, entre ellas se concluyó que se debería mejorar la productividad, fortalecer la investigación y desarrollo de productos innovadores, incrementar las capacidades de los colaboradores y tecnificar los procesos, se comprobó la factibilidad del plan estratégico obteniendo como resultado la evaluación económica financiera VANe: S/. 3423.42; VANf: S/ 2096.78; TIRe: 48.96%, TIRe: 74%, B/C: 1.22; B/C: 1.24.

Por otro lado, (Mary, 2016), en el artículo publicado con el título *“Strategic positioning of industrial enterprises in operations competitive priorities: development and implementation of a measurement indicator”*.

Considera que el modelo de prioridad de gestión competitiva es uno de los pilares básicos del estudio de la estrategia de gestión. Estas prioridades son parte de esta estrategia además de las decisiones estructurales y de infraestructura. El documento presenta diferentes enfoques para mostrar cómo las empresas compiten entre sí en función de estas prioridades. El objetivo de este trabajo es brindar nuevas métricas que permitan a las organizaciones posicionarse y analizar su relación con los resultados comerciales frente a sus prioridades operativas competitivas. De esta manera, los indicadores pueden determinar qué tan bien se desarrollan las habilidades ejecutivas que forman la base competitiva de la industria y los negocios actuales. El índice se aplicó a una muestra de 286 empresas españolas. (Acosta, A. M. y Pérez, U., 2017).

Así mismo (Sánchez, K., Duarte, F y Alcides, D., 2017), en su artículo titulado: *“Plan estratégico municipal: Experiencias en uno del distrito de Lima, Perú”*, señala que:

El plan estratégico para las ciudades gestionadas por el centro es una herramienta destinada a resolver los problemas urbanos y sociales de una ciudad mediante la mejora de la autonomía local de las ciudades. Este artículo analiza las primeras experiencias de planificación estratégica de las ciudades peruanas y señala las dificultades y problemas en su aplicación. La conclusión reitera la relevancia de su aplicación en la planificación y gestión urbanística y la participación de los partidos en las decisiones de la ciudad.

A su vez, (Solano, 2018), en su artículo de investigación titulado: *“El papel de las ventajas competitivas en el desarrollo económico de los diferentes países”*, explica:

El interés de los economistas por el bienestar nacional esto ha llevado al desarrollo de varias teorías que aclaran por qué algunos países son más competitivos que otros. Este libro ofrece una breve revisión de varias teorías que estudian diferentes fuentes de ventaja competitiva de un país y busca explorar su importancia para el bienestar y el rol de una misma persona, el país participa en el desarrollo de estos intereses.

Por otro lado, (Fernández, 2017), en su artículo publicado en la revista económica de Brasil, titulada: *“La relación entre cultura organizacional y proceso del Plan estratégico: un estudio de caso en una empresa Norte-americana”*, menciona:

La búsqueda de poder evaluar las relaciones reales que pueden existir entre la cultura de una organización y su proceso del plan estratégico en la práctica, para ello se realizó una investigación exploratoria bibliográfica, se hizo una investigación de caso en un skiresort, en Estados Unidos. Para la organización estudiada, coherencia de estrategia y cultura, clara definición y difusión de valores, y cultura alineada con el aprendizaje y pensamiento estratégico de sus integrantes. Los miembros son planificadores estratégicos. Asimismo, se ha identificado que la cultura se utiliza como medio de difusión o coordinación de la cultura social, así mismo influye en los procesos del plan estratégico.



Por esta razón, (Saavedra, 2020), en el artículo publicado con el título “*La competitividad de las MIPYMES en la Ciudad de México*”.

En este estudio tuvo como fin principal el identificar la competitividad de las MIPYMES, en la ciudad de México. Asimismo, en cuanto a la metodología, se puede considerar una metodología descriptiva y correlacional, en donde el enfoque que conlleva la investigación enmarcada los estudios cuantitativos, además se tiene como diseño del estudio que fue no experimental. En cuanto a la muestra, fueron 272 emprendedores. Para recolectar la información, se usó como técnica la encuesta, donde su instrumento fue el cuestionario obteniendo finalmente así, el principal resultado donde el 82% tienen la capacidad de identificar oportunidades de negocio para mantenerse en el mercado, más del 50% de las organizaciones son competitivas ya que utilizan tecnología innovadora y el 38% tiene un sistema de control de inventarios que les permita ser más competitivos.

También, (Barreda, 2016), en el artículo titulado “*Plan estratégico en universidades de América Latina*”, en su artículo presenta una interpretación y análisis, de los planes estratégicos en las universidades latinoamericanas.

El plan estratégico es una fortaleza importante del proceso de planificación. La planificación, es el primer aspecto del proceso de gestión de una universidad. La encuesta describe y analiza 93 iniciativas estratégicas que se están implementando en 19 países de la región. Se trata de un estudio de investigación transversal descriptivo y exploratorio. Donde sea realizado utilizando referencias teóricas actuales a planes, encuestas, entrevistas y planes estratégicos aprobados y publicados. Los resultados muestran que se han aplicado muchos términos, procesos y métodos a la planificación. Además, el proceso de participación prevalece porque se utilizan métodos obsoletos inapropiados. El Ranking Académico Mundial 2016, es un indicador del desempeño empresarial de la universidad y muestra que las universidades de la región no se encuentran en los rankings más altos.

Entre las pocas universidades mejor clasificadas, las universidades brasileñas son mayoría. Finalmente, se realiza un análisis crítico y recomendaciones.

Como variables de investigación, el plan estratégico y la competitividad pueden abordarse desde diferentes perspectivas. Muchos autores concluyen algunas definiciones y se centran en el análisis de estas.

Dentro de la descripción del marco metodológico, primero se define el proceso estratégico, donde el profesor (D'Alessio, 2018), en su libro denominado "*El proceso estratégico: con enfoque de la gerencia*", lo define como:

Un conjunto de actividades que una empresa desarrolla para así lograr su visión establecida y permitirle predecir el futuro. Para ello, la organización inicia un análisis externo e interno (estado del arte). Se utiliza para obtener los resultados de desarrollar la estrategia deseada y es un método para guiar a una organización a lo largo de una trayectoria a largo plazo definida por sus objetivos estratégicos.

El proceso estratégico, según (Ackoff, 2016). Da el marco que puede responder a las siguientes preguntas: ¿Cómo podemos servir mejor a nuestros clientes? ¿Cómo puedo mejorar mi organización? ¿Cómo puede reaccionar ante las condiciones cambiantes de la industria y el mercado? ¿Cómo aprovechar las oportunidades que surgen? ¿Alcanzando objetivos estratégicos?

Los procesos estratégicos, es la actividad más básica e importante del gerente responsable del rol fundamental del proceso, ya que es el responsable de desarrollar y administrar el proceso.

Necesita alcanzar los siguientes objetivos inherentes al mover su organización hacia el futuro deseado dadas sus circunstancias actuales:

- a. Productividad y competitividad: Las organizaciones luchan por lograr indicadores de desempeño satisfactorios para su uso óptimo y efectivo del producto para así lograr niveles altos de competencia en su sector.

- b. Ética y legalidad: Significa que las organizaciones deben actuar de acuerdo con las reglas establecidas por las normas y leyes.
- c. Compromiso social: Las organizaciones deben desarrollar actividades que beneficien a sus comunidades y al estado.

Juntamente con estos objetivos potenciales, debe desarrollar objetivos específicos a lo largo y corto plazo donde llevarán a su empresa al futuro que ha deseado.

Asimismo, se debe especificar los pasos para el proceso de la política. La metodología aplicada en este estudio se centra en esta cuestión, teniendo los pasos siguientes:

- La primera fase es la construcción o formulación. Esto demuestra los siguientes procesos de planeamiento seguido por la organización. Todos ellos forman parte del denominado plan estratégico.
- La segunda fase es la implementación y el eje central es el proceso de gestión y coordinación. Todos ellos forman una dirección estratégica.
- La tercera fase es la evaluación y la atención se centra en posibles cambios en los procesos y estrategias de control. Configure los dos controles de política. Es un proceso iterativo, por lo que en este punto se desarrolla desde cero.

Todo el proceso está guiado por una brújula estratégica que incluye cinco elementos básicos: visión, misión, valores, organización y objetivos estratégicos a largo plazo. Los aspectos más relevantes y complejos de este sistema general son los aspectos de formulación o planificación, pero el más difícil de implementar es el aspecto de implementación u orientación. La fórmula del éxito es tan importante que no garantiza una buena ejecución. Mantener la integridad de la estrategia requiere controles y ajustes regulares y necesarios.

La variable competitividad, se define como las capacidades de cualquier tipo de organización puede desarrollar y mantener sistemáticamente una ventaja comparativa que permite disfrutar y mantener una posición excepcional en los entornos socioeconómicos en el que opera. Los competidores deben innovar en sus procesos

de producción y suministro de acuerdo con las necesidades de sus clientes. Además, integra tecnología y calidad en el proceso productivo, invierte en nueva maquinaria y forma equipos de gestión. También se ha demostrado una correlación positiva entre competitividad y producción, ya sea financiando I + D para nuevos productos o mejorando productos obsoletos, y la importancia para mejorar este factor de la competitividad de una empresa surge de las ventajas competitivas que tiene una empresa sobre sus competidores en un mercado particular a través de sus métodos de fabricación y organización (reflejados en precio y calidad) y la cantidad de productos terminados. Se debe considerar que en el futuro los únicos competidores serán los también conocidos como los siguientes tres criterios o dimensiones:

**La flexibilidad productiva;** Hace refiere a la capacidad de percibir el cambio, la capacidad de adaptarse o las capacidades de responder de una manera eficaz y eficiente a las circunstancias de cambio. Donde también se definen como la capacidad de una entidad para implementar y reducir los activos de manera eficiente y efectiva a medida que cambian las circunstancias. (Fernandez, 2018)

Deben considerarse diferentes tipos de flexibilidad. Éstas incluyen:

- a) Maquinaria: Las diversas actividades que realiza una máquina, excepto que utiliza retrasos importantes para pasar de una actividad que está incurriendo en un alto costo a otra.
- b) Transporte y almacenamiento: Estudio de los sistemas que mueven de manera eficiente diferentes tipos de piezas, como el transporte entre las máquinas de carga y descarga y el almacenamiento, en diversas condiciones.
- c) Raciones: Capacidad de producción parcial utilizando modos alternativos de producción creados por sustitución o sustitución de actividades.
- d) Producto: La capacidad de agregar una nueva pieza o producto o reemplazar uno existente. Esto significa que las líneas de productos existentes se pueden cambiar rápidamente y a bajo costo.
- e) Rutas: Estudio de los sistemas que producen piezas alternando rutas de producción.

- f) Volumen: Se pueden realizar varios ajustes en el taller ideando operaciones económicas en diferentes niveles de producción.
- g) Expansión: La extensión o el alcance de los esfuerzos globales sin errores para aumentar la capacidad del sistema y capacitarlo según sea necesario.
- h) Programas: La tecnología técnica funciona, salvo que demore mucho en asistir.
- i) Producción: Un mundo de componentes o productos que el sistema puede fabricar sin equipo básico adicional
- j) Mercado: El sistema se adapta fácilmente a las condiciones cambiantes.
- k) Proceso: La capacidad de un sistema de fabricación para fabricar una variedad de piezas sin incurrir en costos iniciales significativos.

**La agilidad comercial;** Es la velocidad y capacidad para responder a los diferentes cambios del mercado y la satisfacción que puede llegar a tener el cliente. Esto requiere liderar un nuevo enfoque (entrega completa del producto) con agilidad para innovar la entrega en el mercado, una respuesta rápida y un compromiso general con el cliente. (Martínez D. &, 2017)

**La calidad;** Este concepto es importante para contribuir al desarrollo de tecnologías innovadoras, ya que las empresas de tecnología están obligadas a mejorar continuamente no solo a la producción de la empresa sino también a los procesos de todas las organizaciones. Los indicadores son: Definición de políticas, auditoría interna y externa, certificación ISO. (Thompson, A, Strickland A. & Gamble E., 2018). Podemos decir entonces que una empresa puede ser competente si tiene un producto, servicio u otra ventaja en la estructura organizativa que la distingue de sus competidores, y la competencia se satisface en última instancia cuando el cliente está satisfecho con la recepción del producto final de la competitividad de un país y está determinada por su productividad, utilizando recursos humanos, económicos y naturales. Creemos que una empresa competitiva orientada a los negocios es aquella que puede continuar brindando productos y servicios valiosos a sus clientes.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**Tipo de investigación:** El tipo de investigación es aplicada por que se adapta las teorías del plan estratégico y de la competitividad, para dar solución al problema que afecta a la organización. (Hernández, 2014)

**Diseño de investigación:** El diseño del estudio es no experimental, debido a que no se manipularan las variables de estudio, así mismo cabe recalcar que es de tipo corte transversal porque la investigación se realizará en un tiempo determinado. (Hernández, 2014).

#### 3.2. Variables y operacionalización

Las variables de la investigación son plan estratégico (variable independiente) y la competitividad (variable dependiente)

##### **Plan estratégico:**

- **Definición conceptual:** El plan estratégico, es una herramienta integrada para tomar las riendas hacia el logro de los objetivos de la organización, la cual define un horizonte de estrategias y organización en el posicionamiento ya existente. (Sainz de Vicuña, 2018)
- **Definición operacional:** La variable plan estratégico, se midió con un Cuestionario de (Aguilar, G. S. & Hoyos, K. O., 2020), este cuestionario será aplicada a los colaboradores, así mismo se adaptará a la realidad de la empresa FAMEVISA.
- **Indicadores:** Análisis FODA, misión, visión, valores, objetivos estratégicos, objetivos operativos, control estratégico e implementación del plan.
- **Escala de medición:** La escala de medición de la investigación fue Ordinal porque se midió de acuerdo a un orden, donde se aplicará la escala de Likert.

## Competitividad

- **Definición conceptual:** Es la medida en que una empresa ha logrado su capacidad para mantener y así mejorar la posición particular del entorno socioeconómico en relación de sus competidores en el mismo segmento de mercado. (Porter, 2006)
- **Definición operacional:** la variable Competitividad se midió con un Cuestionario, (Aguilar, G. S. & Hoyos, K. O., 2020), este cuestionario fue adaptado a la realidad de la empresa FAMEVISA.
- **Indicadores:** Numero de pedidos de nuevas estructuras metálicas realizadas, números de pedidos de nuevas estructuras metálicas, tiempo real para realizar cada estructura metálica, tiempo planificado para realizar cada estructura metálica, numero de estructura metálicas defectuosas y numero de estructuras metálicas realizadas.
- **Escala de medición:** La escala de medición de la investigación fue Ordinal, porque se midió de acuerdo a un orden.

La matriz de operacionalización de variables se encuentra ubicada en anexos 1.

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### **Población:**

Para obtener una visión holística de la empresa y de acuerdo al estudio a realizar, se trabajó con una muestra censal de 40 colaboradores (5 administrativo y 35 operarios), de la empresa FAMEVISA, el marco muestral es toda la empresa, de donde se obtuvieron los datos será el registro de planilla, siendo su unidad de análisis diversa.

#### **Muestra:**

La muestra calculada para la presente investigación es de (5 administrativo y 35 operarios) siendo así un total de 40 trabajadores.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la realización de la investigación se utilizó la técnica de encuesta, e instrumentos de recolección como es el cuestionario para analizar el proceso tanto administrativo

como operativo de la empresa Fabricaciones metálicas Vites S.A, datos designado en escala de indicadores de Likert. (Likert, 2016) Anexo 2

### **Validez**

Para la investigación siguiente, se realizó la eficacia mediante el juicio de expertos, con relación a la investigación a tratar, en la cual se tomó nueve criterios principales en cuenta, claridad, objetividad, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia y metodología de cada uno de los ítems del instrumento, acreditando el cumplimiento mediante la carta de validación. (Anexo 3 y 4)

### **Confiabilidad**

Para la verificación de confiabilidad del instrumento de las variables de estudio, utilizando el análisis estadístico de prueba conocido como coeficiente de Alfa de Cronbach, se aplicó una encuesta piloto a 30 colaboradores de la empresa de los cuales representan el 100% de la información, cuyos valores han resultado ser para instrumento 1 y 2 de 0.96, indicando que ambos cuestionarios son altamente confiables para su aplicación en el estudio real. (Anexo 5)

## **3.5. Procedimientos**

Para lograr la recolección de datos se efectuó de manera virtual por la coyuntura actual en el siguiente procedimiento:

Con el permiso obtenido del Gerente General de la empresa FAMEVISA se procedió a la coordinación respectiva y así disponer el link del formulario mediante la plataforma Google Forms para la aplicación del cuestionario a todos los colaboradores mediante los recursos digitales, y así mismo dentro del sondeo se les anunció el motivo de la investigación recalcándoles que su participación es voluntaria, luego procedió a marcar las opciones del cuestionario relacionado al plan estratégico (Sainz de Vicuña, 2018) y el cuestionario de (Porter, 2006), obteniendo así la información completa en la base de datos de dicha plataforma.



### **3.6. Método de análisis de datos**

Se utilizó método correlacional para analizar la relación del plan estratégico y su incidencia en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas vites S.A. De manera que la información recolectada se ingresó en las herramientas de análisis de datos estadístico EXCEL o SPSS 25, el cual nos facilitó un análisis de tablas de frecuencia más deductivo e interpretativo.

### **3.7. Aspectos éticos**

El investigador se esfuerza por respetar la credibilidad de los datos proporcionados por la empresa y recopila datos solo con el consentimiento del empleador, sin revelar las identidades de los colaboradores de la empresa involucradas en la investigación, ya que se puede obtener la credibilidad de los hallazgos de propiedad intelectual.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Descripción de los resultados

**Objetivo específico 1:** Nivel del plan estratégico de la Empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A de la ciudad de Trujillo, 2021

**Tabla 4.1**

*Nivel de plan estratégico de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A de la ciudad de Trujillo, 2021*

Variable	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
<b>Plan Estratégico</b>	Bajo	15	38%
	Medio	16	40%
	Alto	9	22%
	Total	40	100%

*Nota:* f: Información recolectada del personal de la empresa de una muestra de 40 colaboradores de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A.

Por lo tanto, podemos decir que los trabajadores de la empresa de Fabricaciones Metálicas Vites S.A. considera que el nivel del plan estratégico es medio y tomando como referencia la teoría de Sainz de Vicuña, los trabajadores no conocen la razón de ser (misión), visión y objetivos estratégicos de FAMEVISA S.A., delimitando de manera irregular las actividades de los recursos humanos, materiales y financieros, encaminando los proyectos a orientaciones de resultados eficientes de la organización.

En la tabla 4.2 se realizó el análisis descriptivo para conocer el nivel de las dimensiones del plan estratégico de la Empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A de la ciudad de Trujillo, 2021.

**Tabla 4.2**

*Nivel de las dimensiones del plan estratégico de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A de la ciudad de Trujillo, 2021*

	<b>Nivel</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Análisis Estratégico</b>	Bajo	26	65.0%
	Medio	7	17.5%
	Alto	7	17.5%
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>
<b>Direccionalidad estratégica</b>	<b>Nivel</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	Bajo	8	20.0%
	Medio	21	52.5%
	Alto	11	27.5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>	
<b>Formulación de estrategias</b>	<b>Nivel</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	Bajo	21	52.5%
	Medio	13	32.5%
	Alto	6	15.0%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>	
<b>Realización del plan</b>	<b>Nivel</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	Bajo	15	37.5%
	Medio	12	30.0%
	Alto	13	32.5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>	

*Nota:* f: Información recolectada del personal de la empresa de una muestra de 40 colaboradores de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A.

Según en lo mencionado por (Sainz de Vicuña, 2018) se analizó las cuatro dimensiones de plan estratégico en la empresa Fabricaciones Metálicas Vites

S.A., donde se encontró que la dimensión que obtuvo menor calificación es el Análisis Estratégico alcanzando un nivel de rango bajo con un valor de 65.0%.

**Objetivo específico 2:** Nivel de competitividad de la Empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A de la ciudad de Trujillo, 2021.

**Tabla 4.3**

*Nivel de competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A de la ciudad de Trujillo, 2021*

<b>Variable</b>	<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Competitividad</b>	Bajo	14	35%
	Medio	17	43%
	Alto	9	22%
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

*Nota:* f: Información recolectada del personal de la empresa de una muestra de 40 colaboradores de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A

Se observa en la tabla 4.3 el nivel de competitividad de la empresa con un rango MEDIO, y tomando como referencia lo mencionado por los autores Fernández & Porter, los trabajadores están integrando procesos de fabricación con niveles de productividad frágiles, afectando negativamente los costos de producción, procesos operativos (precio y calidad) y la fidelización de los clientes.

En la tabla 4.4, se realizó el análisis descriptivo para conocer el nivel de las dimensiones de competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites de la ciudad de Trujillo, 2021.

**Tabla 4.4**

*Nivel de las dimensiones de competitividad de la Empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A de la ciudad de Trujillo, 2021*

<b>Dimensión</b>	<b>Nivel</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Agilidad comercial</b>	Bajo	10	25.0%
	Medio	14	35.0%
	Alto	16	40.0%
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>
<b>Calidad</b>	<b>Nivel</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	Bajo	25	62.5%
	Medio	10	25.0%
	Alto	5	12.5%
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>
<b>Flexibilidad productiva</b>	<b>Nivel</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	Bajo	17	42.5%
	Medio	18	45.0%
	Alto	5	12.5%
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>

*Nota:* f: Información recolectada del personal de la empresa de una muestra de 40 colaboradores de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A

Según el autor Porter se analiza la competitividad en función a tres dimensiones, las cuales se evaluaron en la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A., dando como resultado, que la dimensión que obtuvo menor calificación es la calidad alcanzando un nivel bajo con un valor de 62.5%.

**Objetivo específico 3:** Medir la incidencia de las dimensiones del plan estratégico con la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo, 2021.

**Tabla 4.5**

*Relación de las dimensiones del plan estratégico y competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo, 2021*

DIMENSIONES DE PLAN ESTRATÉGICO		DIMENSIONES DE COMPETITIVIDAD			
			AGILIDAD COMERCIAL	CALIDAD	FLEXIBILIDAD PRODUCTIVA
ANÁLISIS ESTRATÉGICO	Rho de Spearman	0.616	0.682	0.711	
	Sig. (bilateral)	0	0	0	
DIRECCIONALIDAD ESTRATÉGICA	Rho de Spearman	0.742	0.774	0.737	
	Sig. (bilateral)	0	0	0	
FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	Rho de Spearman	0.824	0.77	0.855	
	Sig. (bilateral)	0	0	0	
REALIZACIÓN DEL PLAN	Rho de Spearman	0.864	0.894	0.813	
	Sig. (bilateral)	0	0	0	

*Nota:* Sig.: Significancia

Según el análisis de correlación de Rho de Spearman, podemos apreciar que las dimensiones de ambas variables se relacionan significativamente. Entre las dimensiones que se correlacionan en mayor grado podemos mencionar “Análisis Estratégico” y “Flexibilidad Productiva” en un 0,711; “Direccionalidad Estratégica” y “Calidad” en un 0,774; “Formulación de Estrategias” y “Flexibilidad Productiva” en un 0.855, “Realización del plan” e “Calidad” en un 0.894.

**Tabla 4.6**

*Incidencia de las dimensiones del plan estratégico en el nivel de competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo, 2021.*

		<b>Agilidad Comercial</b>	<b>Calidad</b>	<b>Flexibilidad Productiva</b>
<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO</b>	R <sup>2</sup>	38%	47%	51%
<b>DIRECCIONALIDAD ESTRATÉGICA</b>	R <sup>2</sup>	55%	77%	74%
<b>FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS</b>	R <sup>2</sup>	68%	59%	73%
<b>REALIZACIÓN DEL PLAN</b>	R <sup>2</sup>	75%	80%	66%

*Nota:* R<sup>2</sup>: Coef. Determinación. Incidencia de las dimensiones en porcentajes

Según el análisis de correlación de Rho de Spearman, se observa que el índice de incidencia de las dimensiones de ambas variables se encuentra dentro del 38 % hasta 80%; esto demostraría que en la mayoría de dimensiones de la variable plan estratégico repercute de manera directa a la variable competitividad.

## 4.2. Análisis Inferencial

### Prueba de normalidad de las variables

**Tabla 4.7**

*Prueba de normalidad de shapiro-wilk de las puntuaciones generales sobre plan estratégico y competitividad.*

	Pruebas de normalidad		
	Shapiro-wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
<b>Plan Estratégico</b>	0.921	40	0.008
<b>Competitividad</b>	0.972	40	0.410

\*  $p < 0.05$  (significativa)

*Nota:* Información recolectada del personal de la empresa de una muestra de 40 colaboradores de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A.

Se evidencia que, debido al tamaño de muestra  $>50$ , se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk para evaluar la normalidad de las variables y según los resultados observados los datos no provienen de una distribución normal. Por lo tanto, se utilizó el Coeficiente de Correlación de Rho Spearman para evaluar la relación y grado de asociación entre las dos variables.



## Contrastación de Hipótesis

Se planteó la siguiente hipótesis

**H<sub>1</sub>:**  $P_s > 0$ : El plan estratégico incide de manera positiva en la competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A Trujillo – 2021.

**Tabla 4.8**

*Relación entre la variable plan estratégico y competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo, 2021*

		Plan Estratégico	Competitividad
<b>Plan Estratégico</b>	Coeficiente de correlación	1.000	,899**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	40	40
<b>Competitividad</b>	Coeficiente de correlación	,899**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	40	40

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

*Nota:* Sig.: Significancia. Información recolectada del personal de la empresa de una muestra de 40 colaboradores de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A

El p-valor de significancia asociado a la prueba de correlación de Spearman, resultó ser menor que 0.01 ( $p=0.000 < 0.01$ ), permitiendo el rechazo de la hipótesis nula ( $H_0: p=0$ ), por tanto, se concluye que existe relación significativa directa entre las variables Plan Estratégico y Competitividad, presentando una correlación estadísticamente significativa al 99% ( $\alpha=0.01$ ) de confianza, cuya fuerza de asociación es alta positiva.

## V. DISCUSION

En lo que respecta al primer objetivo específico uno, determinar el nivel de plan estratégico de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A Trujillo - 2021, según el estudio perpetrado, el 40 % de los trabajadores piensan que el nivel de plan estratégico es medio, debido a un inadecuado análisis estratégico, es decir no se hizo un correcto análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, como también una direccionalidad estratégica deficiente, eso quiere decir que no hubo una formulación apropiada de la misión y visión de la empresa, así mismo no se han formulado estrategias de acuerdo al rubro y en definitiva no tiene un control procedente de las estrategias planteadas. Esto concuerda con (Gonzales, 2017), quien aplicó un estudio orientado a los procesos de gestión estratégica, llega a la conclusión de crear un plan estratégico enfocado a la evaluación sistemática del negocio de manera interna, exploración de la estructura organizacional, desempeño, análisis del entorno competitivo y análisis del contexto interno, definir misión, visión, valores, metas, oportunidades y amenazas, fortalezas, identificar debilidades, desarrollar estrategias y planes de acción, para mejorar la productividad, fortalecer la investigación y desarrollo de productos innovadores, incrementar las capacidades de los colaboradores y tecnificar los procesos. Asimismo, (Fernández, 2017), su artículo titulado *“La relación entre cultura organizacional y proceso del Plan estratégico: un estudio de caso en una empresa Norte-americana”* ultimó que los miembros de la organización son planificadores estratégicos, al mismo tiempo, se identificó que la cultura utiliza como medio de difusión o coordinación las relaciones culturales sociales, que influyen en los procesos del plan estratégico. Estos resultados resaltan en la teoría de (Sainz de Vicuña, 2018) cada tipo de proyecto debe contener la identidad de una organización como síntesis de una cultura, este plan estratégico constituye un marco de referencia para que el personal conozca la misión, visión, valores y objetivos de la organización. Por lo tanto, puede decirse que es beneficioso efectuar un plan estratégico de forma propicia, asimismo se considera todos los pasos a seguir en la teoría, puesto que la empresa efectuará un orden para la mejora ante posibles recesiones económicas.

En cuanto al siguiente objetivo específico dos, determinar el nivel de la competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A Trujillo - 2021, desde la percepción de los trabajadores se puede mencionar que según el estudio realizado el 43% de los encuestados piensan que el nivel de competitividad de la empresa es medio, ya que, en los últimos años ha generado muy poca inversión, afectando la calidad de sus servicios brindados y comparación de precios no diferenciados del mismo rubro del sector metalmecánico que han surgido muy cerca de la empresa. Este resultado coincide con lo que precisa, (Saavedra, 2020), quien encontró de acuerdo a la perspectiva de los clientes que el 50% de ellos opinaron que las empresas tenían un nivel de competitividad alto, ya que las mismas identificaban sus oportunidades y fortalezas empresariales para continuar en el mercado, además aprovechaban de la innovación tecnológica, es decir invertían constantemente en la organización. Estos resultados según el marco de la literatura de (Porter, 2006), quien define que el nivel de competitividad será determinado por la productividad bajo un control económico que pueda manejar sus recursos humanos, económicos y naturales. De modo que, mejore la capacidad de competir en el mercado de servicios y bienes.

Finalmente, respecto al último objetivo específico tres, que fue medir la incidencia de las dimensiones del plan estratégico con la competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A Trujillo - 2021: se determinó que la incidencia es directa, es así que se puede indicar que la dimensión “Análisis estratégico” influye directamente con “Flexibilidad productiva” en un 51%, debido a la falta de análisis interno y externo de la empresa, que involucra la flexibilidad productiva en la capacidad de responder eficaz y eficientemente ante la demanda de fabricación de diversos productos; por otro lado la dimensión “Direccionalidad estratégica” influye directamente en la dimensión “Calidad” en un 77%, debido a la falta de comunicación y compromiso de alinear sus procesos productivos a la mejora continua, la dimensión “ Formulación de estrategias” influye de manera directa en la dimensión “Flexibilidad productiva” en un 73%, ya que se formulan estrategias inoportunas para el rubro de la empresa y esto contribuye a que el talento humano de la misma manera sigan las tácticas incorrectas en su trabajo; la dimensión “Realización del plan” influye de manera de directa a la dimensión “Calidad” en un 80%, ya que la realización del plan afectó las funciones de control

administrativo que mide y evalúa el desempeño de la organización, en cuanto a la información interna y externa debe alinearse a los estándares de calidad de la misma sin cometer faltas. Este resultado concuerda también con lo que precisa (Rojas, 2017), titulada *“Desarrollar un plan de marketing industrial para mejorar la eficiencia de los departamentos de marketing y ventas de FAMECA S.A.C”*, todo proceso está guiado por una brújula estratégica que incluyen elementos relevantes de la organización, uno de ellos se destaca por ser difíciles de efectuar “aspecto de implementación u orientación” a resultados. Estos resultados coinciden con lo que precisa (Sánchez, K., Duarte, F y Alcides, D., 2017), el plan estratégico empieza con la etapa de análisis estratégico obteniendo reconocer su posición competitiva y sus estrategias actuales.

De acuerdo al objetivo general que es determinar si el plan estratégico tiene incidencia en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. los resultados mostraron el coeficiente de correlación de Spearman-Po =  $0.000 < 0.01$ , los resultados muestran que existe una relación entre ambas variables, con una ( $p < 0.05$ ); lo que nos permite confirmar que la relación es significativa, por lo que se acepta la hipótesis de investigación. Por lo tanto, el plan estratégico incide de manera positiva en la competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A; es decir, que el plan estratégico influye mucho en la competitividad de los trabajadores de la empresa fabricaciones metálicas vites en la ciudad de Trujillo, esto debido a que la empresa presenta falta de formulación, falta de organización, evaluación e implantación de estrategias adecuadas para efectuar un apropiado plan estratégico, cual es el reflejo de una falta de compromiso para así asegurar la permanencia y continuidad de la organización y esto ha contribuido a que en los últimos periodos no hayan generado ingresos, ni se hayan preocupado por tener productos de calidad, asimismo tener precios diferenciados en el mercado, además de no saber identificar sus oportunidades y amenazas frente a la competencia, ocasionando que la empresa tenga un bajo nivel de competitividad, Por lo cual, se puede decir que es de suma importancia que la empresa implemente un plan estratégico adecuado, para que así pueda elevar su nivel de competitividad; esto guarda relación con lo que sostiene (Burgos, 2016), en su estudio en la compañía de Metal Mecánica ITA S.R., concluye que la mayor parte de las empresas no desarrollan investigaciones externas e

internas, lo que puede generar puntos críticos e inoportunos a la organización, es mejor definir la dirección estratégica a perder el control total de la empresa.

## VI. CONCLUSIONES

- 6.1. Se determinó que el nivel de implementación del plan estratégico de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A, presenta un nivel medio con un 40%, debido a un inadecuado análisis estratégico, que representa un nivel bajo de 65%, a su vez en direccionalidad estratégica muestra un nivel medio 52.5%, la dimensión formulación de estrategias presenta un nivel bajo 52.5% como también la dimensión realización del plan presenta un nivel bajo en un 37%, debido principalmente a que la empresa no brinda capacitación para estar a la altura de las demandas de trabajo. Asimismo, los proceso que se efectúan no son realizados de manera correcta y los insumos no son entregados oportunamente.
- 6.2. Se determinó que el nivel de competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A, es de un nivel medio representado por el 43% lo cual indica que la empresa no responde oportunamente a los pedidos de presupuestos solicitados por los clientes, de esta manera, los clientes manifiestan que los productos no cumplen con los estándares de calidad y los trabajadores no se identifican con las necesidades de la empresa y no la comprenden.
- 6.3. Se midió la relación de las dimensiones del plan estratégico en el nivel de competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites Trujillo 2021, donde el coeficiente de correlación de Rho Spearman fue mayor a 0.7, lo que significa que el análisis estratégico incide en la flexibilidad productiva, con un  $\rho = 0.711$ "; de igual forma, la direccionalidad estratégica en la calidad, con un  $\rho = 0.774$ "; asimismo la formulación de estrategias en la flexibilidad productiva, con un  $\rho = 0.855$ ", y últimamente, indica que la dimensión de realización del plan incide significativamente con la dimensión calidad con un  $\rho = 0.894$ ".
- 6.4. Se determinó la incidencia del plan estratégico en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A, donde se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.05 y un coeficiente de correlación de 0.899", lo que significa que es una correlación positiva alta. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación.

## VII. RECOMENDACIONES

Al gerente general se recomienda:

- 7.1. Implementar un modelo de plan estratégico que permita cumplir con los objetivos y metas establecidas y asimismo redefinir la visión, misión y valores de la empresa, con el fin de ampliar y desarrollar acciones de seguimiento, ajustes y control en el servicio brindado. Realizar programas de capacitación periódicas a todo el personal, que efectúen políticas de gestión de calidad y control, además alinearse en plasmar la investigación y el desarrollo de productos innovadores, así incrementar las capacidades de los colaboradores y tecnificar los procesos.
- 7.2. Con relación a la competitividad efectuar inversiones en los procesos productivos, de tal modo que permita mejorar el conjunto de tareas y procedimientos de fabricación de los productos bajo estándares de calidad sumamente estrictas, de tal modo, fortalezca los procedimientos operativos y mejore la capacidad de respuesta de manera óptima ante los requerimientos del servicio que exige el cliente. Se debe identificar las necesidades reales de la empresa, donde se les recomienda promover una mejora continua del servicio de sus productos, mediante la recomendación de los clientes, generando así un mayor crecimiento del sector, a los clientes, se les seguirá informando sobre los productos que ofrece la empresa, de este modo sobre la calidad del material y así mismo si se cumplen con las medidas y protocolos de bioseguridad, durante los procesos de la elaboración de los productos ofrecidos por la empresa.
- 7.3. En coordinación con su personal de cada área efectuar reuniones, que contribuyan a crear nuevas propuestas para mejorar todos los procesos administrativos hacia una mejora continua de la producción, para el crecimiento económico de la organización de manera fluida y flexible, permitiendo una gestión más eficaz y eficiente, con el uso de los recursos adecuadamente, que ayuden a la empresa adaptarse fácilmente a los cambios que se dan en el entorno donde desarrolla sus actividades y a la vez esta, pueda generar el compromiso de los trabajadores para el cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa.

7.4. Para estudios futuros correlacionar la variable implementación del plan estratégico con otras variables que afecten a la empresa directamente, como, por ejemplo, flexibilidad productiva, calidad, falta de comunicación y compromiso de los trabajadores, talento humano, desempeño organizacional, clima organizacional. Es fundamental estudiar el comportamiento de ambas variables ya que la información es limitada en la actualidad.



## REFERENCIAS

- Ackoff, R. (2016). *Planeamiento estratégico*. . México.: Grupo Editorial Patria. .
- Acosta, A. M. y Pérez, U. (2017). Strategic planning in family businesses. *CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales.*, Vol. 7., 81-87.
- AEPME. (2017). Industria metalmecánica espera operar al 100%. *Asociación de Empresas Privadas Metalmecánicas del Perú AEPME.*, 4-5.
- Aguilar, G. S. & Hoyos, K. O. (2020). *Modelo de plan estratégico y la competitividad en la empresa Buena Costura E.I.R.L., SJL, 2020*. Lima.: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/56541.pdf>.
- Barreda, H. (2016). Planificación estratégica en una univercidad de América Latina. . *Economía Ltina.* , 50-62.
- Burgos, C. (2016). *Diseño de un plan estratégico para mejorar el nivel competitivo de una empresa metalmecanica ITA S.R.L. trujillo*. Obtenido de <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2062.pdf>.
- Comercio. (2020). Economía gloval. *Sociedad Nacional de Industrias.*, 1-2.
- Comercio, E. (2020). Sociedad Nacional de Industrias. *Sector metalico mantendria su producción.* , 2-3.
- D'Alessio, F. (2018). *El proceso estratégico*. México.: Pearson.
- D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico un enfoque de gerencia*. México. : Person educacion de Mexico.
- Economía, A. (2017). Productividad Competitividad. *Directorio nacional de empresas industriales.*, 4-5.
- Fernandez, F. (2018). Flexibilidad laboral productiva. *Revista: Ciencias sociales.*, 39-55.
- Fernández, M. (2017). La relación entre cultura organizacional y proceso de planemainto estratégico. *Económica de Brasil.*, 22-30.
- Gonzales, C. (2017). *Diseño de un plan estratégico en una empresa de metalmecánica "Industrias Nork"*. Trujillo. Obtenido de <https://bitstream/handle/20.500.12640/1454/2018.pdf>.
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. (6ª ed. ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández, R. F. (2014). *Metodología de la investigación*. . México.: Mc-Graw Hill.

- Likert, R. (2016). A technique for the measurement of attitude: Archives of Psychology. *Archives of Psychology.*, 140, 5-550.
- Marreros, M. (2016). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Santiago de Chile.: Naciones Unidas. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5509/1/S2011156\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5509/1/S2011156_es.pdf)
- Martínez, D. &. (2017). *La elaboración de un plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral*. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=WnHYrdgYGmcC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=WnHYrdgYGmcC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Martínez, R. (2017). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. España.: Fundación BBVA.
- Mary, M. E. (2016). Strategic positioning of industrial enterprises in operations competitive priorities: development and implementation of a measurement indicator. *Development and implementation of a measurement indicator.*, 9-10.
- O'Shaughnessy, J. (2017). *Marketing Competitivo: Un enfoque estratégico*. Madrid.: Stuart S.A.
- Porter, M. (2006). *La Teoría de la competitividad*. México.: Patria.
- Rojas, C. J. (2017). *Formulación de un plan de marketing industrial para mejorar la eficacia en el departamento de comercialización y ventas de la empresa FAMECA S.A.C*. Trujillo. Obtenido de <https://bitstream/handle/20.500.12727/5553.pdf>.
- Saavedra, M. (2020). *La competitividad en mipymes dirigidas por mujeres en la ciudad de México*. México. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n15/2314-3738-cadmin-15-51.pdf>.
- Sainz de Vicuña, J. (2018). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid.: Esic. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/2221014139?accountid=31491>.
- Sánchez, K., Duarte, F y Alcides, D. (2017). *Planificación estratégica municipal: Experiencias en uno del distrito de Lima, Perú*. Lima. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/401/40190101.pdf>.
- Solano, C. (2018). *Ventajas competitivas*. México.
- Sunat. (2018). Directorio nacional de empresas industriales. *Productividad Competitiva.*, 8-9.
- Thompson, A, Strickland A. & Gamble E. (2018). *Administración estratégica*. (15a ed. ed.). México.: McGraw-Hill.
- Villarán, P y Fernando, J. (2016). *¿Qué es Articulación Empresarial?* Lima. Perú.

## ANEXOS

### Anexo 01 Matriz operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Plan Estratégico	El plan estratégico es una herramienta de gestión para que las organizaciones tomen decisiones sobre los caminos que deben tomar en el futuro para adaptarse a los cambios y requerimientos que surgen como parte de sus responsabilidades, así mismo sacar el máximo provecho de alta eficiencia, calidad en los bienes y servicios que se brindan (Sainz de Vicuña, 2018).	- Análisis estratégico	- Análisis FODA	Ordinal
		- Direccionalidad estratégica	- Misión - Visión - Valores	
		- Formulación de estrategias	- Objetivos estratégicos - Objetivos operativos	
		- Realización del plan	- Control estratégico - Implementación del plan	
Competitividad	Este es el nivel alcanzado por la empresa en su capacidad para mantener y para mejorar una cierta perspectiva en el medio ambiente en comparación con competidores en el mismo sector de mercado (Porter, 2006).	- Flexibilidad Productiva	- Nro. de pedidos de nuevas estructuras metálicas realizadas - Nro. de pedidos de nuevas estructuras metálicas	Ordinal
		- Agilidad	- Tiempo real para realizar cada estructura metálica - Tiempo planificado para realizar cada estructura metálica	
		- La calidad	- Nro. de estructuras metálicas defectuosas - Nro. de estructuras metálicas realizadas	

## Anexo 02

### OTROS FORMATOS

## INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### Ficha de Evaluación

Es muy grato presentarnos ante a usted, los suscritos Yadmili Erika Muñoz Galindos y Giancarlo Anthony Paredes Carmen, con códigos de matrícula Nro.7000473751 y Nro. 7000629186. El presente instrumento como es la encuesta forma parte de nuestro trabajo de investigación la cual implica a la empresa FAMEVISA titulada: “Plan estratégico y su incidencia en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo – 2021”, el cual tiene fines únicamente académicos donde se mantendrá en absoluta discreción.

Agradecemos su contribución con las respuestas brindadas de la encuesta siguiente:

**Instrucciones:** Lea atentamente las preguntas formuladas y responda juiciosamente, con un aspa en la alternativa correspondiente dependiendo de lo que se presenta.

### Variable 1: Plan estratégico

Escala auto valorativa del control interno

Totalmente de acuerdo	(TA)	=1
De acuerdo	(DA)	=2
Indiferente	(I)	=3
En desacuerdo	(ED)	=4
Totalmente en desacuerdo	(TD)	=5

Factores/ítems	5	4	3	2	1
Variable 1: Plan estratégico	TA	DA	I	ED	TD
<b>Análisis estratégico</b>					
1). ¿En la empresa se cuentan con los recursos (materiales, insumos) necesarios para que se realicen las tareas de manera adecuada y sin interrupciones?					
2). ¿Los procesos que se realizan en las áreas de trabajo de la empresa son efectuados de manera correcta?					
3). ¿La empresa cuenta con información respecto a las tendencias del mercado en el que se desarrolla?					
4). ¿La empresa brinda las capacitaciones adecuadas y a tiempo, para lograr estar a la altura de las nuevas demandas de trabajo?					

5). ¿La entrega a tiempo por parte de los proveedores mejora la respuesta a los pedidos que tiene la empresa?					
6). ¿Los trabajadores que laboran en la empresa están totalmente capacitados para desempeñar su labor?					
7). ¿La imagen que tiene la empresa frente a sus clientes logra la fidelización de estos?					
8). ¿El bajo precio de otros productos similares (Características parecidas) a los que ofrece la empresa sería podría ser considerado como una amenaza?					
<b>Direccionalidad estratégica</b>					
9). ¿El personal tiene conocimiento acerca de la misión, visión, los valores y los objetivos de la empresa?					
10). ¿La misión de la empresa influye significativamente en procesos realizan en la empresa?					
11). ¿La visión de la empresa influye significativamente en las mejoras que se realizan en los procesos?					
12). ¿Los trabajadores se identifican con los valores de la empresa independientemente del área donde se desempeñan?					
13). ¿La empresa plantea bien los objetivos y se comunican la finalidad de estos frecuentemente?					
<b>Formulación de estrategias</b>					
14). ¿La empresa desarrolla una administración estratégica para el cumplimiento de su misión?					
15). ¿Existen estrategias consistentes que van de acuerdo con la visión de la empresa?					
16). ¿La empresa busca el desarrollo de alianzas estratégicas con otras entidades?					
17). ¿En la empresa se establecen normas que apoyan y fomentan el trabajo hacia las metas establecidas?					
18). ¿En la empresa existe coordinación y participación de todos los integrantes de la empresa?					
<b>Realización del plan</b>					
19). ¿La empresa debe tener equipos de trabajo temporales para la resolución de problemas?					
20). ¿Tomar decisiones programadas en la empresa, siempre da buenos resultados?					
21). ¿La inversión en investigación y desarrollo en el diseño de nuevos procesos productivos reduce costos de producción para lograr una ventaja competitiva?					
22). ¿Cree que las reuniones estructuradas periódicas de la unidad organizativa para la planificación, organización, evaluación del trabajo y de los resultados mejora considerablemente el nivel de la empresa?					
23). ¿Considera que a retroalimentación (observaciones) brindada por su jefe, tanto de aspectos positivos como negativos de su trabajo, lo ayuda a mejorar en el desempeño de sus funciones?					

Muchas gracias

## **Ficha Técnica**

Autor: Aguilar Ramírez, Geraldine Stefania y Hoyos Alarcón, Kevin Omar

Adaptado por: Muñoz Galindo Yadmili Erika y Paredes Carmen Giancarlo Anthony

Procedencia: Universidad Cesar Vallejo

País: Perú

Año:2020

Versión: Original en idioma español

Administración: Colectiva e individual

Duración: 15 minutos (aproximadamente)

Objetivo: Determinar el nivel del plan estratégico de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A. Trujillo - 2021

Dimensiones de Plan estratégico contiene:

- Análisis estratégico
- Direccionalidad estratégica
- Formulación de estrategias
- Realización del plan

## INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### Ficha de Evaluación

Es muy grato presentarnos ante a usted, los suscritos Yadmili Erika Muñoz Galindos y Giancarlo Anthony Paredes Carmen, con códigos de matrícula Nro.7000473751 y Nro. 7000629186. El presente instrumento como es la encuesta forma parte de nuestro trabajo de investigación la cual implica a la empresa FAMEVISA titulada: “Plan estratégico y su incidencia en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo – 2021”, el cual tiene fines únicamente académicos donde se mantendrá en absoluta discreción.

Agradecemos su contribución con las respuestas brindadas de la encuesta siguiente:

**Instrucciones:** Lea atentamente las preguntas formuladas y responda juiciosamente, con un aspa en la alternativa correspondiente dependiendo de lo que se presente.

### Variable 2: Competitividad

Escala auto valorativa del control interno

Totalmente de acuerdo	(TA)	=1
De acuerdo	(DA)	=2
Indiferente	(I)	=3
En desacuerdo	(ED)	=4
Totalmente en desacuerdo	(TD)	=5

Factores/ítems	5	4	3	2	1
Variable 2: Competitividad	TA	DA	I	ED	TD
<b>Agilidad comercial</b>					
1). ¿La empresa tiene bien definido su mercado objetivo?					
2). ¿La empresa tiene conocimiento pleno de las necesidades del mercado?					
3). ¿La empresa responde de manera oportuna los requerimientos de presupuestos y/o cotizaciones?					
4). ¿Los empleados de la empresa FAMEVISA SA. brindan el servicio con prontitud?					
5). ¿Los empleados de la empresa FAMEVISA SA. siempre se muestran dispuestos a ayudar en sus requerimientos?					
<b>Calidad</b>					

6). ¿La empresa cumple con los estándares de calidad en sus productos?					
7). ¿Los procesos diseñados por la empresa cumplen con los estándares de calidad?					
8). ¿La empresa se preocupa por aumenta la calidad del producto que ofrecen?					
9). ¿Se realizan innovaciones dentro de los procesos productivos de la empresa para mejorar la calidad?					
10). ¿La empresa busca reinventar sus procesos productivos para entregar un mejor producto?					
<b>Flexibilidad productiva</b>					
11). ¿Los empleados de la empresa FAMEVISA SA entienden las necesidades específicas de su empresa?					
12). ¿Los precios de los productos que ofrece la empresa suelen ser mejores que los de la competencia?					
13). ¿La empresa implanta estrategias para reducir costos de producción?					
14). ¿Los equipos y maquinarias de la empresa son modernas y brindan seguridad en las instalaciones?					
15). ¿La empresa tiene estrategias para desarrollar su proceso productivo con óptimos resultados?					

Muchas gracias



## **Ficha Técnica**

Autor: Aguilar Ramírez, Geraldine Stefania y Hoyos Alarcón, Kevin Omar

Adaptado por: Muñoz Galindo Yadmili Erika y Paredes Carmen Giancarlo Anthony

Procedencia: Universidad Cesar Vallejo

País: Perú

Año: 2020

Versión: Original en idioma español

Administración: Colectiva e individual

Duración: 10 minutos (aproximadamente)

Objetivo: Determinar el nivel de competitividad de la empresa fabricaciones metálicas vites S.A. Trujillo - 2021

Dimensiones de Competitividad contiene:

- Flexibilidad Productiva
- Agilidad comercial
- La calidad








¿La empresa debe tener equipos de trabajo temporales para la resolución de problemas?																			
¿Tomar decisiones programadas en la empresa, siempre da buenos resultados?		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
¿La inversión en investigación y desarrollo en el diseño de nuevos procesos productivos reduce costos de producción para lograr una ventaja competitiva?		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
¿Cree que las reuniones estructuradas periódicas de la unidad organizativa para la planificación, organización, evaluación del trabajo y de los resultados mejora considerablemente el nivel de la empresa?		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
¿Considera que a retroalimentación (observaciones) brindada por su jefe, tanto de aspectos positivos como negativos de su trabajo, lo ayuda a mejorar en el desempeño de sus funciones?		X		X		X		X		X		X		X		X		X	

**Leyenda:**

**M: Malo    B: Bueno**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

<input checked="" type="checkbox"/>	Procede su aplicación.
<input type="checkbox"/>	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
<input type="checkbox"/>	No procede su aplicación.

Trujillo 30/06/2021	18115609		949621063
<b>Lugar y fecha</b>	<b>DNI. N°</b>	<b>Firma y sello del experto</b>	<b>Teléfono</b>



¿Los empleados de la empresa FAMEVISA SA. Brindan el Servicio con prontitud?	Totalmente en desacuerdo		X		X		X		X		X		X		X		X
¿Los empleados de la empresa FAMEVISA SA. Siempre se muestran dispuestos a ayudar en sus requerimientos?			X		X		X		X		X		X		X		X
<b>Calidad</b>																	
¿La empresa cumple con los estándares de calidad en sus productos?			X		X		X		X		X		X		X		X
¿Los procesos diseñados por la empresa cumplen con los estándares de calidad?			X		X		X		X		X		X		X		X
¿La empresa se preocupa por aumenta la calidad del producto que ofrecen?			X		X		X		X		X		X		X		X
¿Se realizan innovaciones dentro de los procesos productivos de la empresa para mejorar la calidad?			X		X		X		X		X		X		X		X
¿La empresa busca reinventar sus procesos productivos para entregar un mejor producto?			X		X		X		X		X		X		X		X
<b>Flexibilidad productiva</b>																	
¿Los empleados de la empresa FAMEVISA SA entienden las			X		X		X		X		X		X		X		X



Necesidades específicas de su empresa?																			
¿Los precios de los productos que ofrece la empresa suelen ser mejores que los de la competencia?		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
¿La empresa implanta estrategias para reducir costos de producción?		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
¿Los equipos y maquinarias de la empresa son modernas y brindan seguridad en las instalaciones?		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
¿La empresa tiene estrategias para desarrollar su proceso productivo con óptimos resultados?		X		X		X		X		X		X		X		X		X	

**Leyenda:**

**M: Malo B: Bueno**

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

<b>X</b>	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

Trujillo 30/06/2021	18115609		949621063
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

## Anexos 05 Confiabilidad de Alpha de Cronbach

### Variable 1 Plan Estratégico

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,961	23

Dado la muestra piloto conformado del total de encuestados, se dice que el valor de confiabilidad Alfa de Cronbach es mayor a 0.8, lo que indica la validez y confiabilidad del instrumento, ya que su valor es 0.961

### Variable 2 Competitividad

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,969	15

Dado la muestra piloto conformado del total de encuestados, se dice que el valor de confiabilidad Alfa de Cronbach es mayor a 0.8, lo que indica la validez y confiabilidad del instrumento, ya que su valor es 0.969

## Anexo 06 Base de datos del cuestionario (Índice de Alpha de Cronbach)

### Alpha de Cronbach - Plan Estratégico

Encuesta	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	Total
1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	35
2	2	2	1	1	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	1	2	1	2	2	36
3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	51
4	2	3	2	3	2	4	2	1	4	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	3	3	2	2	58
5	1	2	2	3	2	4	1	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	53
6	1	2	2	3	2	4	2	2	4	3	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	2	54
7	1	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	44
8	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	51
9	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	3	47
10	2	1	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	2	3	54
11	2	2	2	3	4	2	2	1	4	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	48
12	2	2	2	4	2	3	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	55
13	1	2	2	4	2	3	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	56
14	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	53
15	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	52
16	2	2	2	1	3	4	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	59
17	2	2	2	1	3	4	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	59
18	1	1	4	4	2	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	62
19	1	1	4	4	2	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	59
20	1	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	58
21	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	61
22	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	65
23	2	1	3	2	3	2	1	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	63
24	2	2	4	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	61
25	2	2	4	4	4	4	3	1	2	2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	58
26	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	2	2	4	3	4	2	3	3	2	4	2	4	4	73
27	4	4	2	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4	91
28	4	5	4	4	5	5	2	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	98
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
30	4	5	5	3	5	4	4	3	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	95
VARIANZA	1.00	1.20	0.90	1.00	0.97	1.10	0.82	0.93	0.92	0.87	0.53	0.84	0.97	0.65	0.80	0.78	0.57	0.97	0.82	0.77	0.63	0.71	0.83	

#### PLAN ESTRATÉGICO

(α) ALFA	0.9613
(K) Numero de ítem	23
(Vi) Varianza de cada ítem	20
(Vt) Varianza Total	242.85

## Alpha de Cronbach - Competitividad

Encuesta	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	Total
1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	18
2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	21
3	2	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	31
4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	30
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	29
6	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	3	2	24
7	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	30
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	31
9	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	27
10	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	33
11	2	2	3	3	2	2	1	1	3	1	1	1	2	3	3	30
12	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	35
13	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	35
14	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	37
15	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	36
16	4	3	2	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	41
17	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	4	3	41
18	4	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	42
19	4	3	3	5	3	2	2	2	3	2	4	3	3	4	3	46
20	4	3	3	5	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	46
21	4	3	3	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	2	44
22	4	2	3	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	2	43
23	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	1	2	2	4	2	39
24	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	37
25	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	38
26	4	3	4	5	4	3	4	1	3	4	4	4	2	3	4	52
27	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	64
28	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	69
29	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	67
30	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	66
VARIANZA	1.40	0.57	0.71	1.66	1.17	1.02	1.38	1.38	0.90	0.85	1.62	1.25	0.77	0.76	0.63	

### COMPETITIVIDAD

(α) ALFA	0.969106846
(K) Numero de ítem	15
(Vi) Varianza de cada ítem	16
(Vt) Varianza Total	168.31

## Anexos 07 Coeficiente de correlación Rho de Spearman

**Tabla 4. 9**

*Rho de Spearman*

Valor del coeficiente (+/-)		Niveles
-1	Correlación	Negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99		Negativa muy alta
-0.7 a -0.89		Negativa alta
-0.4 a -0.69		Negativa moderada
-0.2 a -0.39		Negativa baja
-0.01 a -0.19		Negativa muy baja
0		Nula
0.01 a 0.19		Positiva muy baja
0.2 a 0.39		Positiva baja
0.4 a 0.69		Positiva moderada
0.7 a 0.89		Positiva alta
0.9 a 0.99		Positiva muy alta
1		Positiva grande y perfecta

Nota: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

## Anexo 08 Carta de aceptación

Trujillo, 28 de mayo del 2021

Señor:

VITES TORRES, SEGUNDO EUSEBIO

GERENTE GENERAL

Empresa FABRICACIONES METALICAS VITES S.A

Trujillo. -

ASUNTO: SOLICITA AUTORIZACIÓN PARA INVESTIGACIÓN

De nuestra consideración;

Es grato dirigirnos a usted, para hacer de su conocimiento que requerimos desarrollar un proyecto de investigación para continuar con nuestros estudios universitarios. Mucho le agradeceremos nos autorice realizarlo en vuestra empresa. **“Plan estratégico y su incidencia en la competitividad de la empresa Fabricaciones Metálicas Vites S.A. Trujillo – 2021”**

Esperando su aceptación, nos suscribimos de usted.

Muy atentamente,



Muñoz Galindos Yadmili Erika  
DNI: 72091206




Paredes Carmen Giancarlo Anthony  
DNI: 71197539

DECANA: DRA. JAELA PEÑA ROMERO

Por medio de la presente, es grato informarle que la solicitud de para que los alumnos **Muñoz Galindos Yadmili Erika y Paredes Carmen Giancarlo Anthony** realicen su proyecto de investigación en la Empresa FABRICACIONES METALICAS VITES S.A ES ACEPTADA.

Sin más por el momento, quedo de usted para cualquier duda o aclaración.



FABRILAS  
FABRIVISA  
RUC: 20398193956  
SEGUNDO EUSEBIO VITES TORRES  
VITES TORRES, SEGUNDO EUSEBIO  
GERENTE GENERAL