



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**El planeamiento estratégico y la mejora continua de Molitalia
S.A., Los Olivos 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Chilin Vargas, Anthony Cristian (ORCID: 0000-0002-6550-4942)

ASESOR:

Dr. Navarro Tapia, Javier Félix (ORCID: 0000-0003-1061-5300)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA — PERÚ

2020

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mis padres Jorge Chilin Capcha, Aida Vargas Pérez y a toda mi familia por siempre brindarme su apoyo para lograr mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por la salud y bienestar, permitiéndome así una experiencia académica muy hermosa, asimismo agradecer a la Universidad César Vallejo por sus docentes puesto que mediante ellos nos inculcamos valores y enseñanzas para ser un buen ciudadano.

Índice de contenidos

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	16
3.2 VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN.....	16
3.3 POBLACIÓN, MUESTRA.....	16
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	17
3.5 PROCEDIMIENTOS.....	20
3.6 MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	20
3.7 ASPECTOS ÉTICOS.....	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN.....	33
VI. CONCLUSIONES.....	36
VII. RECOMENDACIONES.....	38
REFERENCIAS.....	39
ANEXO.....	43

Índice de tablas

Tabla 1 Coeficiente de Confiabilidad.....	18
Tabla 2 Fiabilidad – Planeamiento estratégico y mejora continua.....	19
Tabla 3 Fiabilidad – Planeamiento estratégico.....	19
Tabla 4 Fiabilidad – Mejora continua.....	19
Tabla 5 Frecuencia de Planeamiento estratégico	22
Tabla 6 Frecuencia de Mejora continua	23
Tabla 7 Frecuencia de la Misión.....	24
Tabla 8 Frecuencia de la Visión	25
Tabla 9 Frecuencia de Objetivos Estratégicos	26
Tabla 10 Cuadro de Prueba de Normalidad.....	27
Tabla 11 Grado de Relación según Coeficiente de Correlación.....	28
Tabla 12 Correlación entre Planeamiento Estratégico y Mejora Continua	29
Tabla 13 Prueba de Hipotesis Correlacional entre la Misión y la Mejora continua	30
Tabla 14 Prueba de Hipotesis Correlacional entre la Visión y la Mejora continua	31
Tabla 15 Prueba de Hipotesis Correlacional entre Objetivo Estratégico y la Mejora continua.....	31

Índice de figuras

Figura 1. Frecuencia del Planeamiento estratégico	22
Figura 2. Frecuencia de la Mejora continua	23
Figura 3. Frecuencia de la Misión	24
Figura 4. Frecuencia de la Visión	25
Figura 5. Frecuencia de Objetivo estratégico	26

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020. Del mismo modo, la metodología empleada fue tipo aplicada con diseño de investigación no experimental de corte transversal y cuenta con un enfoque cuantitativo, además se aplicó como técnica la encuesta y se tuvo como instrumento el cuestionario con tipo de escala Likert, por consiguiente, se contó con toda la población de 38 colaboradores, en ese sentido, permitió medir el coeficiente de fiabilidad del instrumento a través del alfa de Cronbach de 0.856 considerado como un coeficiente bueno de fiabilidad, posteriormente la información recopilada fueron analizados en el programa SPSS V.25. De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que hay una relación entre las dos variables del estudio con un coeficiente Rho de Spearman 0,869 considerado una correlación positiva muy fuerte, además se obtuvo una significancia de 0.000, por lo que se acepta la hipótesis alterna, finalmente se concluyó que el planeamiento estratégico tiene relación directa con la mejora continua en la empresa.

Palabras claves: planeamiento estratégico, mejora continua y gestión.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the relationship between strategic planning and continuous improvement of Molitalia SA, Los Olivos 2020. Similarly, the methodology used was applied with a non-experimental cross-sectional research design and has a quantitative approach. In addition, the survey was applied as a technique and the Likert scale type questionnaire was used as an instrument, therefore, the entire population of 38 collaborators was counted, in that sense, it allowed to measure the reliability coefficient of the instrument through the alpha Cronbach's score of 0.856 considered as a good reliability coefficient, later the collected information was analyzed in the SPSS V.25 program. According to the results obtained, it was determined that there is a relationship between the two study variables with a Spearman Rho coefficient 0.869, considered a very strong positive correlation, and a significance of 0.000 was also obtained, so the alternative hypothesis is accepted, finally it was concluded that strategic planning is directly related to continuous improvement in the company.

Keywords: strategic planning, continuous improvement and management.

I. INTRODUCCIÓN

Los altos directivos durante siglos creyeron fielmente en la esperanza de que gracias al planeamiento se podría prevenir el futuro corrigiendo los errores de la organización, acompañado de un modelo habitual de las empresas. Tal pauta en la época presente es completamente desusada. La importancia del entorno es cada vez más grande, en un universo donde existe enormes alteraciones económicas y políticas la cual están muy aceleradas. En ese sentido, es esencial, la exigencia de estar en constante mejoramiento debido a los crecimientos del mercado. Por ello, es imprescindible no únicamente contar con las personas, hábiles con buenos ánimos y presto a las modificaciones sino además con los altos directivos aptos de guiar al cambio, con una percepción prospectiva con miras hacia el mejoramiento.

A nivel internacional, diversas investigaciones señalaron que la minoría de las organizaciones posee un desarrollo de planeamiento estratégico. Los registros son tajantes y rotundos de diversas organizaciones que si tienen un desarrollo de planeamiento estratégico. Según, la OGSM manifiesta que alrededor del 70% están evaluando conseguir efectos notables o rindiendo superior que a sus semejantes. No obstante, existe empresas que no tienen un desarrollo de planeamiento estratégico. Además, existe un 70 por ciento de estas que generan un rendimiento homogéneamente o un nivel insignificante, incluso no teniendo un desempeño que ellos anhelan. (Olascuaga, 2014)

A nivel nacional, la falta de una Institución rectora que guie todo el desarrollo de una planificación en nuestra nación, por motivos de informalidad se creó el Instituto Nacional de Planeamiento en la década de los 70's, creando el primer CEPLAN por la ley Nª 285522. Cuyo trabajo es totalmente nulo y abandonado por empresarios que no cumplen y no solamente por la calidad sino por ausencia de toma de decisiones políticas en momentos oportunos con el objetivo de corregir acciones a empresas desarrollando un éxito organizacional en el mercado competitivo (CEPLAN, 2015)

A nivel local, en Molitalia S.A., cuyo trabajo es a la elaboración y comercialización de alimentos de consumo masivo tal, así como en el comercio chocolatero, con productos en las categorías de caramelos, chupetines, toffees y gomitas, entre otras cosas. En este contexto, la organización no tiene claro una

actividad económica estructurada, en la cual se sientan identificados con la organización para llevar a cabo su misión. Del mismo modo, no conservan ambiciones prospectivas por tal motivo no se plantean objetivos para poder alcanzarlos, ocasionando pérdida de comunicación entre cada uno los colaboradores de la organización para poder lograr la efectividad que se requiere para la mejoría continua en todas las áreas involucradas. Por consiguiente, genera una incertidumbre en el futuro o a largo plazo, asimismo como en los procesos de fabricación. De continuar esta sintomatología, la empresa podría tener una desventaja competitiva en el mercado y en el incumplimiento de metas o ninguna eficiencia. Resultando indispensable mejorar la gestión de la organización y evitando menos improvisaciones.

A continuación, se formuló el problema general del estudio, que dan crédito e inducen a realizar este trabajo:

¿De qué manera se relaciona el planeamiento estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020?

Además, para detallar el problema general, nos hemos planteado los siguientes problemas específicos:

- ¿Cuál es la relación entre la misión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020?
- ¿Cuál es la relación entre la visión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020?
- ¿Cuál es la relación entre el objetivo estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020?

En ese sentido se presentará la justificación del estudio de investigación:

Justificación teórica, porque accede al conocimiento que el planeamiento estratégico, simboliza como un instrumento primordialmente en todo tipo de organizaciones industriales, donde este entorno global, se necesitó esencialmente de una modificación de ideología en un plan que refuercen su coordinación administrativa y en cada uno de sus procesos, para tomar decisiones concretas en la satisfacción de las necesidades del mercado competitivo.

Justificación práctica, permitió un diagnóstico interno, con la finalidad de contribuir con el desarrollo de la organización, yendo de la mano con el desarrollo constante de alimentos, procurando aprovechar las coyunturas que pueda tener el mercado. Por esta razón, la investigación sirvió de guía para aquellas empresas industriales para que elaboren el análisis interno de su organización y tengan un modelo de proyecto para el desarrollo de su propio plan estratégico.

Justificación metodológica, al hablar de planeamiento estratégico es precisamente realizar una actividad sistemática, ordenada y secuenciada donde los resultados del futuro son acciones y decisiones tomadas en el presente. Por ello, el plan estratégico son procedimientos que se realizó en un punto específico, porque su ejecución permitió identificar las debilidades y fortalezas de la organización Molitalia S.A., para luego proponer una mejora continua en su gestión organizacional.

Justificación social, esta investigación se realiza por una falta de eficacia de un plan estratégico lo cual mejorara la gestión de la empresa Molitalia. Que servirá de guía para conocer el grado de identificación y compromiso de sus miembros, los resultados pueden ayudar al personal a percibir todo lo referente a la empresa, así como, dar a conocer todos los aspectos del plan estratégico a los trabajadores que laboran dentro de la empresa.

El objetivo general de este estudio que se presentó es la siguiente:

Analizar la relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020

Además, para alcanzar el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

- Describir la relación entre la misión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020.
- Describir la relación entre la visión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020.
- Describir la relación entre el objetivo estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

En este trabajo de investigación se presentó como hipótesis general:

Existe relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

Y como hipótesis específicas:

- Existe relación entre la misión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020.
- Existe relación entre la visión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020.
- Existe relación entre el objetivo estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional se muestran diversos estudios de investigación las cuales son presentadas por universidades y las más destacadas fueron:

Guerrero (2015), en su estudio titulado "*La planificación estratégica y su relación con el mejoramiento continuo en la gestión de comisiones en la municipalidad de Chimaltenango*". La cual, tuvo como finalidad analizar la relación entre la planificación estratégica y el mejoramiento continuo en la gestión de comisiones de la municipalidad. El método de estudio fue de un enfoque cuantitativo, tipo aplicada con un diseño no experimental, el instrumento fue la encuesta, asimismo, fueron validados por un juicio de expertos. Concluyendo que existe relación entre la planificación estratégica y la mejora continua de Rho Spearman 0.682 una correlación moderada y un nivel de significancia alta de 0.000.

Jiménez (2017), en su investigación titulada "*La mejora continua y el plan estratégico del Instituto de Deporte del Estado de Monagas*". Cuyo estudio tuvo como finalidad establecer el vínculo entre la mejora continua y el plan estratégico del Instituto de Deporte. El método del estudio fue de un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal y el tipo de investigación fue aplicada, teniendo una muestra censal puesto que se elaboró con el total de la comunidad, el instrumento fue de una encuesta. Por lo cual, se llegó a la conclusión que existe una relación entre la mejora continua y el plan estratégico de Rho Spearman 0.763, en ese sentido se aprueba la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Quezada (2017), en su investigación llamada "*Planificación estratégica y el mejoramiento continuo en la Municipalidad de Córdova*". Tuvo como finalidad analizar la relación en medio de la planificación estratégica y el mejoramiento continuo en la municipalidad. El método de la investigación fue de tipo aplicada de un nivel correlacional, con un diseño no experimental, el instrumento manejado fue de una encuesta de tipo Likert analizados mediante un estadístico, logrando una confiabilidad por arriba de lo instaurado y validado por juicios de expertos. Concluyendo, que existe una relación entre planificación estratégica y el mejoramiento continuo de Rho Spearman 0.839 en la Municipalidad de Córdova con un nivel de significancia de 0.000.

Férnandez (2019), en su investigación llamada *“La planificación estratégica y su relación con la mejora continua en los administrativos de la Institución María Auxiliadora”*. La cual, tuvo como propósito determinar el planeamiento estratégico y la relación con la mejora continua de la Institución de servicio de salud. La metodología del estudio fue de tipo aplicada y correlacional de un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental; las herramientas empleadas están por arriba de 0.81 altamente confiable para las dos variables, contando con una población censal. Deduciendo que, existe una relación en medio del planeamiento estratégico y la mejora continua de la Institución prestadora de Servicio de Salud de Rho Spearman 0.652 moderada.

Palacios (2016), en su estudio llamado *“El mejoramiento continuo y la planificación estratégica en los administrativos del consejo Nacional de Electric S.A.C.”*. La cual, tuvo como objetivo determinar la relación entre la mejora continua y el planeamiento estratégico del consejo de nacional de electricidad. La metodología de esta investigación fue de tipo aplicada de un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal. Las herramientas empleadas fueron aprobadas por de expertos, utilizando la escala de Likert. Concluyendo que existe una relación en medio de la mejora continua y la planificación estratégica de Rho Spearman 0.796 en el consejo nacional de electricidad con un nivel de significancia alta.

Con el objetivo de contrastar los resultados del estudio se destacaron los siguientes antecedentes nacionales:

Tineo (2018), en su estudio titulada *“El planeamiento estratégico y la mejora continua de la empresa C & L CONIGE S.A.C., Chiclayo”*. La cual tuvo como finalidad diagnosticar la relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua de la calidad de los servicios en la empresa C & L CONIGE S.A.C. Fue un estudio de tipo aplicado, con un enfoque cuantitativo de un diseño no experimental; las herramientas utilizadas fueron una encuesta con 20 preguntas direccionadas a los clientes y 11 empleados. Concluyendo, que existió un coeficiente de correlación de Rho Spearman 0.531 entre el planeamiento estratégico y la mejorar continua con un nivel de significancia de 0.000 moderadamente.

Chambergó (2016), en su investigación *“El planeamiento estratégico y su*

relación con la mejora continua de la calidad en el Instituto de Educación Superior Alas Peruanas, 2016". La cual, tuvo como finalidad en diagnosticar el vínculo entre el planeamiento estratégico y la mejora continua. Fue un estudio de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y diseño no experimental de corte transversal; las herramientas utilizadas fueron conformadas por las contestaciones de 75 docentes y 18 administrativos. Llegando a la conclusión que existe una relación significativa entre las dos variables con un coeficiente de correlación de Rho Spearman 0.803 y un nivel de significancia alta. El estudio destaca que el planeamiento estratégico mantiene un vínculo con la mejora continua de la calidad.

Sánchez (2016), en su investigación *"La planificación estratégica y la relación con el mejoramiento continuo de la calidad de la institución educativa Mercedes Indacochea Lozano del distrito de Huacho, 2016"*. Por el cual tuvo como objetivo diagnosticar la relación entre la planificación estratégica y su relación con el mejoramiento continuo de la calidad de la Institución Educativa Mercedes Indacochea Lozano. Fue un estudio de tipo correlacional; los instrumentos utilizados fueron la encuesta a 86 docentes de la población de sexo masculino y femenino. Se dedujo que existe una relación entre la planificación estratégica y el mejoramiento continuo de la calidad de la institución educativa, por causa de una correlación con un valor de Rho Spearman 0.865 entre las dos variables.

Rosas (2016), en su estudio llamado *"El planeamiento estratégico y su relación en la gestión empresarial en el sector turismo de la Región de Puno, 2016"*. Tuvo como finalidad esclarecer el vínculo entre el planeamiento estratégico y su relación en la gestión empresarial del sector turismo de la región de Puno. Fue un estudio de tipo correlacional puesto que se buscó encontrar la relación entre dos variables, además, el diseño de la investigación es no experimental de tipo transversal; el instrumento empleado fue la encuesta con 41 interrogantes para el planeamiento estratégico y otro de 21 interrogantes en la gestión empresarial. La investigación destacó tener una correlación Rho de Spearman = 0.831, entre las dos variables.

Ochoa (2018), en su investigación titulada *"El planeamiento estratégico y la mejora continua en el área de compras en la dirección de salud II Lima sur"*. Tuvo

como finalidad establecer el vínculo entre el planeamiento estratégico y la mejora continua. Fue un estudio de tipo aplicado, diseño no experimental y de enfoque cuantitativo; el instrumento de recolección de datos fue una encuesta realizada a 46 trabajadores que laboran en la entidad. Concluyendo que existe una correlación de Rho Spearman 0.783 entre el planeamiento estratégico y la mejora continua en el área de compras de la entidad y un nivel de significancia de 0,000.

Continuando con la investigación se consideró múltiples teorías que son correspondientes al tema, en estas se mencionan distintos autores que nos definieron mejor las variables del estudio.

Para ello se requirió conocer al planeamiento estratégico.

La planificación estratégica es una herramienta de diligencia que permite reforzarnos en la toma de decisiones de la empresa como también en el manual que deben seguir en el futuro, para lograr adaptarse a la globalización y demandas, obteniendo una mayor efectividad en sus procesos. (Yaakob, 2019)

Asimismo, Kearney (2019), refiere a la planificación estratégica como un manual incorporado en el proyecto de negocio, con la que una organización tiene para aproximarse a sus metas y su visión en un futuro no tan lejano. Por otro lado, los delegados de su escritura deben ser totalmente responsable para no cometer tantos errores en el camino, proyectándose prospectivamente.

Por otro lado, Specht & Souza (2017), manifestaron lo siguiente: la planificación estratégica es un plan por el cual se tiene los objetivos estratégicos para lograr a la meta tan deseada por muchos, por lo que las empresas realizan un plan estratégico, que deben estar personalizados a la organización. En otras palabras, gracias a este plan la empresa no andará a la deriva en el mercado.

Además, para Oosthuizen (2015), afirmó que el planeamiento estratégico está presente desde el mediados del siglo xx, como un instrumento administrativo de la gerencia en la organización, cuyo efecto se da en el planeamiento estratégico, por lo que se convierte en el orientador que llevará a la empresa hacia los objetivos propuestos.

Para la variable planeamiento estratégico se tomó en cuenta las siguientes dimensiones:

Misión, según Lattuch & Dankert (2018), definió a la misión como una proclamación o exhibición perdurable del objetivo, determinación de una empresa. La cual, nos permite guiarnos a tomar mejores decisiones y labores de todo el personal de la empresa. En otras palabras, nos permite alcanzar que se realicen las metas u objetivos, planteando estrategias y se cumplan las tareas.

De la misma manera, Ryu (2015), manifestó que la misión es el recorrido que pasara la empresa u organización para lograr alcanzar su visión, por lo tanto, la misión se ubica en el presente manifestando su razón de ser por el cual se llegó a crear.

Muchas de las empresas no toman en cuenta su razón de ser, por consecuencia son organizaciones sin rumbo y camino, la cual no tienen definido hacia donde quieren llegar y asimismo la ausencia de la estrategia para cumplir los objetivos que se deben plantear desde el inicio.

Visión, según Sethi & Adhikari (2013), definieron a la visión como a los propósitos y ambición que se define en la empresa y que se da una expectativa de un futuro a largo plazo. Consiste en una perspectiva ideal, que evidencia la formulación de lo que se va a realizar y lograr en el transcurso del tiempo. Por lo tanto, los objetivos planteados por la empresa deben ser totalmente realistas y medibles. Asimismo, se refleja lo que se quiere lograr en una trayectoria prospectiva de la organización, destacando la instrucción a seguir para lograr alcanzar los resultados esperados.

La visión es aquella destreza que tienen ciertos individuos de advertir el futuro de la organización a largo plazo, planificándose con el transcurso del tiempo, para crear nuevos entornos en la cual debe desempeñarse, con novedades de la globalización, eludiendo lo imprescindible para adaptarse al contexto global. Ello no significa tener una exageración ni fundamentarse en una invención (Cheng et al., 2014).

En otras palabras, es una declaración evidente que nos encamina hacia donde se va a dirigir la organización en un futuro, asimismo, en que se va a convertir, sabiendo el impacto de los nuevos cambios de la tecnología, de las expectativas y cubriendo las exigencias de los clientes, con las novedades del comercio.

De la misma manera, Millar (2014), definió que la visión es la expectativa y perspectiva que realiza el gerente o creador de un negocio, diseñando planes confinados para guiar la progresión y mejora del proyecto.

Para Yoeli & Berkovich (2019), manifestaron que la visión viene a ser el recorrido en el que se va a dirigir la organización en un futuro y sirve para orientarnos en los fallos de decisivos estratégicos en el desarrollo a la par con la competencia. Por consiguiente, la visión tiene como objetivo pormenorizar los presuntos contextos estratégicos a largo plazo, en relación con el interés y metas de la compañía.

Por otro lado, Chhotray & Sivertsson (2018), afirmaron que la visión estratégica es más que una proclamación de la misión con el fin de brindar una idea acerca de hacia dónde se dirige y lo que quizás llegara a ser posteriormente. Mientras que la visión y misión con incidencia lo usan de forma confusa, la aseveración de visión determina con más precisión en rumbo a un periodo largo de la compañía y el propósito de su metodología.

De la misma manera, Iqbal (2014), definió a la visión como una afirmación acerca de adonde apunta la organización y lo que llegaría conseguir el futuro próxima, precisando la conducción en período largo y la finalidad de su táctica.

Kolinski & Slinwczynski (2016), afirmaron que la visión viene a ser un planeamiento de una perspectiva a largo plazo accediendo a elaborar el uso de la creatividad o del ingenio, documentado en un plan para adherirse al gran objetivo o logro.

Asimismo, Pauer (2017), manifestó que la visión es un punto a largo plazo en el cual se quiere alcanzar, una adecuada visión debe contener un mensaje motivacional para todo el personal o colaborador de la compañía, teniendo un anuncio convincente e ilustre. Por consiguiente, la visión debe estar bien constituida y estructurada con proyecciones futuras.

Por otro lado, García (2015), se refirió a la visión como los objetivos que ellos contemplan, proponiendo lograr en un futuro lejano, sabiendo que es lo que anhelan como empresa.

Objetivos estratégicos, según López (2015), mencionó que los objetivos estratégicos son aquellos propósitos o metas estudiadas en un rasante

estratégico y que la empresa quiere alcanzar en un ciclo definido de tiempo, es decir los objetivos son aquellos que definen que es lo más resaltante en su táctica empresarial, basándose en la misión, visión y valores de la empresa, por lo que son ellos quienes definen el procedimiento y gestión para su ejecución con el fin de acatarlos, siendo los objetivos alcanzables, coherentes, racionales y muy medibles.

Además, Ly & Vo (2019), definieron a los objetivos estratégicos como un acceso intermedio en su visión y misión de la organización. Lo cual, deberían ser declarados de forma comprensible y totalmente claro, debiendo manifestar los objetivos más resaltantes que les permita a la empresa guiarse en la mira de la visión y misión organizacional, por lo tanto, los objetivos estratégicos tienen que alcanzarse mediante unos puntos estratégicos de operación.

Para Deisher & Klaman (2019), los objetivos estratégicos refuerzan y protegen los bienes preciados en la empresa y a laborar unidamente de un sistema mucho más oportuno. De la misma manera, apoyan a resolver enfrentamientos de pertenecía al momento que ocurrieran con los socios de la empresa.

El planeamiento estratégico proviene del siglo xx, el cual es un procedimiento empleado de la gerencia y altos mandos de la organización, por ello, todo esto se evidencia en el plan estratégico. Por consiguiente, se transforma en la dirección que acaparara la organización con destino a los logros de los objetivos diseñados y planteados.

A continuación, se mencionó a la mejora continua.

La mejora continua, según Moacir & Marcel (2016), menciona que es como una ideología de orientación que indaga obtener una superioridad potencial fundamentada en el eje del estatuto y la conducción táctica y funcional a través de la permanente implantación de limitadas modificaciones elaborados de manera uniforme. La base de ello es el autodiagnóstico, enterarse la circunstancia de partida de la organización con el fin de lograr desarrollarse, detectando sectores de mejora, para formar la propuesta de mejora reduciendo los productos defectuosos.

En ese sentido, Besta & Janovská (2016), mencionaron que la mejora continua son procedimientos que pretende progresar los bienes, prestaciones y procesos de una empresa a través de una disposición positiva, por el cual configura la continuidad de errores y en las áreas de mejora.

Para López & Uson (2017), la mejora continua es un enfoque en la mejoría de cada uno de los procedimientos operacional orientados a la necesidad de verificar constantemente los problemas en los procesos, optimizando cada costo de oportunidad. Además, proporciona una percepción persistente, evaluación y retroalimentación en cuanto a la productividad de los procesos, impulsando la mejoría en la realización de la operación organizacional.

De la misma manera, según Bresó & Lerín (2014), manifestaron a la mejora continua como el centro de eliminación de excesos (innecesarias laborales) y cada operación que no le agregan valor alguno al servicio o bien (producto) a los procesos. Un sistema de mejora continua orienta dichos conflictos para obtener mejores resultados en la empresa de manera permanente con el transcurso del tiempo, permitiendo a la empresa tachar operaciones que no le otorgan valor alguno.

Además, Ruiz-Corbella (2015), afirmó que la mejora continua es el concepto implementar persistiendo en los productos, servicios y procedimientos, basándose en el gran cambio de las integrantes de la empresa proyectándose en la sostenibilidad del procedimiento provechoso que tenga la probabilidad de progreso.

Por otro lado, Borra & Dasí (2013), definieron a la mejora continua como una transformación en el engranaje admisible y asequible el cual las organizaciones le dan por cerrado a las nuevas tecnologías que los mantiene en un mundo globalizado.

De la misma manera, la mejora continua en la organización indaga conveniencia con el fin de progresar en cada uno de sus procesos en la empresa, estableciendo metas para minimizar procesos insignificantes, aprovechando las revisiones para detectar error alguno e ir afinando la actividad laboral de la empresa u organización (Baudin, 2018).

Para la variable se tomó en cuenta algunas dimensiones que son:

Trabajo en equipo, según Cortés & Herrera (2015), definieron al trabajo en equipo como una postura que ofrece una aportación fundamental para implementar con frutos un procedimiento de dirección, por el cual es la calidad, salud y nuestro entorno accediendo lograr el compromiso y el respeto de cada uno de los miembros de la empresa en el logro de nuestras metas proyectadas y estructuradas.

Por otro lado, Chavez (2016), manifestó que el trabajo en equipo se alude a una serie de tácticas, metodologías y medios que emplean una comunidad humana con el fin de lograr los objetivos documentados.

Los medios para después de ser referido, se encuentran todas las soluciones posibles, minimizando todas las alternativas tomando las mejores decisiones. El trabajo en equipo, emplean procedimientos factibles comprometiendo a los miembros del equipo y optimizando recursos (Ross & Hoffmann, 2019).

Según Ponce (2015), nos refiere que el trabajo en equipo está construido por cada uno de sus integrantes, de acuerdo con sus destrezas y competitividad concreta, con el fin de cumplir los objetivos en la dirección de un líder. Refiriendo a una serie de tácticas y métodos que usa el equipo de trabajo para alcanzar los objetivos proyectados.

Asimismo, para Fernández-Planelis (2016), el trabajo de equipo lo define como un punto fijo y una preeminencia valiosa, dando un gran cambio en los labores y operaciones, otorgando un espacio para el desarrollo de cada equipo de trabajo. En conclusión, permite incrementar la productividad, la creatividad y satisfacción en el área laboral de la empresa.

Optimización de los procesos, según Gómez (2014), afirmó que la optimización de los procesos es la especialidad de adaptar un procedimiento para optimizar, realizando el mejor método efectivo, de un grupo concreto de instrucciones sin respetar ninguna limitación.

De la misma manera, Martínez & Ever (2018), manifestaron que la optimización de los procesos es acortar o tachar el tiempo perdido y los recursos, gastos insignificantes, brechas y errores, logrando el objetivo del proceso.

Muchas de las empresas corrigen errores sin tener una planificación estructurada, por ello, es necesario seguir procedimientos y métodos que mejoren la productividad en cada uno de los procesos, otorgando una eficiencia y efectividad a un costo menor, siendo competitivos en el mercado global y local.

Para Ulloa (2015), la optimización de los procesos es alcanzar los máximos niveles de eficacia, determinando la satisfacción del usuario final y de la misma manera con la utilidad de la empresa, en otras palabras, la optimización de los procesos es tener la cohesión factible en la organización.

En ese sentido, Cruz (2015), menciona a la optimización como una automatización al extremo todo el procedimiento que consolidan el nivel de producción, marketing, transporte, ventas, atención al cliente y etc., de servicio o bien material.

La calidad, según Ris & Gussi (2017), manifestaron que la calidad es la agrupación de propiedades y particularidades de servicio o un bien, con el propósito de satisfacer las necesidades, preferencias y superando las expectativas del usuario. En otras palabras, la calidad es cuando tiene diversos insumos de primera, contando con el diseño más relevante y creativo del mercado, añadiendo el servicio que se le va a otorgar, llevándose una calidad total.

En la actualidad la calidad es considerada como aquella creación excelente, describiendo lo bien fabricado gracias al máximo desempeño de cada colaborador de la empresa y obteniendo una garantía del producto con las óptimas condiciones.

Para Rejas & Young (2016), se refirieron a la calidad como un paquete de elementos relacionado a una mercancía o mecanismo que les ofrece tener satisfacciones de las necesidades evidentes. Asimismo, esta calidad se mide a través de la percepción del usuario con el aproia satisfacer cada una de sus deseos y necesidades.

Además, Férnadez (2016), afirmó que la calidad se basa en un servicio o un bien que contenga diversas particularidades que puedan satisfacer sus necesidades considerablemente superando cada expectativa que tiene el

usuario, de la misma manera, la calidad está relacionado con afecto o valor que un cliente le da un servicio o producto, estando conforme y contento.

Por otro lado, según Gómez (2017), se refirió a la calidad como adecuarse a las características o aceptación de cada requisito del mercado, teniendo un costo menor relacionado con el usuario mediante sus necesidades y deseos, obteniendo su satisfacción del individuo.

La mejora continua proviene de la teoría Kaizen enfocado en procedimientos de mejora de los procesos, mediante todos los recursos posible alcanzando la máxima competitividad y utilidad. Además, esta teoría surgió en Japón como producto de muchas necesidades para superarse uno mismo.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El estudio es de tipo aplicada debido a que buscó generar nuevos conocimientos respecto a un tema y se orienta a buscar nuevos campos sin intenciones específicas de manera inmediata (Suarez & Rosas, 2014).

El diseño de esta indagación fue no experimental de un corte transversal, por lo mismo, es decir hubo una ejecución de las variables establecidas, de tal manera se optó por observar el objeto de estudio. Según, Hernández (2014) en su revista expone que genios del tema accionan sin alteración del objeto de investigación, en otras palabras, sin participación alguna de las variables, por consiguiente, estima los sucesos naturales de los fenómenos observados.

3.2 Variables y operacionalización

V1: Planeamiento estratégico

V2: Mejora continua

En el presente estudio se utilizaron dos variables que por sus características fueron cualitativas. Según, Hernández (2014) en su revista menciona que las variables cualitativas describen cualidades, características de un individuo u objeto y circunstancias, sin tener que usar los números.

Tal como se detalló en la matriz de operacionalización en el anexo 1

3.3 Población, muestra

Según Hernández (2014), se encontró que la población es todo conjunto de unidades a los cuales hace referencia la investigación. Se le conceptualiza como todos los elementos para la muestra, que poseen similitud en sus características.

En ese sentido, la investigación estuvo establecido por una población de 38 colaboradores y directivos de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020. Por las características del estudio se aplica un estadístico Censal, según Hayes (2016) nos menciona que el censal es la muestra que se aplica a toda la población, asimismo, se aplica cuando se quiere llegar a las opiniones de toda la muestra.

Asimismo, se consideró como unidad de análisis a cada colaborador y directivo de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

Criterios de inclusión

Los colaboradores de la empresa y el personal administrativo.

Criterios de exclusión

- El gerente general
- Personal de limpieza
- Personal de seguridad

Según Hernández (2014) comenta que el principio de inclusión es aquello que se toman en consideración debido a que se corroborará el instrumento a través de la apreciación de las proporciones sociales. Mientras, los principios de exclusión son apartados en vista que no se tomarán en consideración por poseer nivel diferente.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica

Según Hernández (2014) refiere a la técnica de encuesta como compleja usada en métodos de indagación puesto que nos permite elaborar y obtener una base de datos mucha más efectiva. La técnica que usará es la encuesta para la recolección de datos.

El instrumento

El instrumento que se utilizó es el cuestionario que estuvo compuesto por 44 ítems, con las cuales se pudo cuantificar las variables expresadas y dimensionadas que se desglosan de estas (V1: Planeamiento estratégico: 3 dimensiones, 11 indicadores; V2: Mejora continua: 3 dimensiones, 11 indicadores), en visto que, la información es de tipo ordinal, dicho ello, se empleó la escala de Likert, que nos autorizó medir el nivel de siempre o nunca de acuerdo a las aseveración que se plantearan en el cuestionario.

Según García (2014) manifiesta que el cuestionario es un método de interrogantes jerárquicos con mucha coherencia, expresado en un lenguaje preciso y fácil.

Validez

Según García (2014), indica que la validez es la aceptación o no del contenido de las variables, la cual se verifica la pertinencia y concordancia de cada ítem de la encuesta.

La autorización del instrumento se elaboró a través de la estimación y conformidad por tres especialistas en el tema, previamente de ser ejecutado.

Confiabilidad

Para Hernández (2014), la confiabilidad es el grado de concordancia y congruencia de los resultados de la herramienta de medición del estudio.

Para especificar y cuantificar el nivel de confiabilidad del estudio de indagación se aplicó el estadístico Alfa de Cronbach, apoyado en una encuesta piloto de 10 colaboradores. Con los datos obtenidos permitió crear una base de datos en Excel que luego serán enviados y elaborados en el software SPSS 25.

De acuerdo con Hernández (2014), señalan que el coeficiente Alfa de Cronbach debe alcanzar una valoración entre 0 y 1, en donde: 0 es confiabilidad nula y 1 significa confiabilidad absoluta.

Tabla 1

Coefficiente de confiabilidad

Rangos	Nivel
Alfa de Cronbach > 0.9	Excelente
Alfa de Cronbach > 0.8	Bueno
Alfa de Cronbach > 0.7	Aceptable
Alfa de Cronbach > 0.6	Cuestionable
Alfa de Cronbach > 0.5	Pobre
Alfa de Cronbach < 0.5	Inaceptable

Fuente: Hernández (2014)

Tabla 2

Estadística de fiabilidad – Planeamiento estratégico y mejora continua

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,956	44

Para las variables planeamiento estratégico y mejora continua, cuestionario conformado por 44 ítems, arrojó un nivel de confiabilidad de 0,956. Es decir, el instrumento de recolección de datos es bueno para ser aplicado.

Tabla 3

Estadística de fiabilidad – Planeamiento estratégico

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,918	22

De acuerdo con la tabla 3 se contempla que el resultado por Alfa de Cronbach de 22 elementos procesados se determina que por medio del resultado obtenido que es de 0,918; se asume que la herramienta de recolección de datos es bueno para ser aplicado.

Tabla 4

Estadística de fiabilidad – Mejora continua

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,904	22

De acuerdo con la tabla 4 se contempla que el resultado por Alfa de Cronbach de 22 elementos procesados se determinó que por medio del resultado obtenido que es de 0,904; se asume que la herramienta de recolección de datos es bueno para ser aplicado.

3.5 Procedimientos

La presente investigación, planeamiento estratégico y mejora continua de Molitalia S.A.C., Los Olivos 2020, se desarrolló en diferentes fases que se especificara a continuación:

En la primera fase que se realizó en la investigación correspondió en la indagación de información para poder definir nuestro tema de investigación, para luego seleccionar nuestras variables, dimensiones e indicadores que permitió iniciar con la redacción de la presente investigación planteada.

En la segunda fase se desarrolló mediante el marco teórico que permitió conocer los antecedentes nacionales e internacionales, las teorías, enfoques conceptuales basándonos en la investigación que se planteó.

En la tercera fase se detalló el tipo y diseño de la investigación, la variable y operacionalización de las variables, la población de nuestra investigación, de la misma manera la técnica e instrumento de recojo de información que se ejecutó por medio del cuestionario y el uso del software SPSS v.25.

Finalmente, en la última fase estuvo conformado por los resultados que se presentó mediante gráficos o figuras para luego analizar e interpretarlos, también se presentó la discusión de la investigación, las conclusiones del estudio y recomendaciones.

3.6 Método de análisis de datos

La información obtenida en la investigación estuvo procesado a través del software SPSS 25. Primeramente, se realizó la encuesta a los colaboradores, posteriormente se creó una base de datos en el Microsoft Office Excel 2016, cuya base de datos fue enviado al software SPSS 25 en el que se ordenó de manera apropiada y se procesó dada información. Para esto se aplicó el estadístico descriptivo debido a que presenta y organiza los datos de manera concisa y muy precisa a través de las tablas y figuras presentadas en proporciones, en tanto que para la confrontación de las hipótesis se recurrió al estadístico inferencial.

Según Carmin (2017), refiere al estadístico inferencial que incluye en la contrastación de hipótesis las que fueron empleadas para imponer el nivel de relación que existe entre ambas variables y sus respectivas dimensiones.

Mientras que el estadístico descriptivo, integra tablas de frecuencia para estudiar la conducta de las variables y sus respectivas dimensiones.

3.7 Aspectos éticos

La indagación del estudio se elaboró con los métodos adecuados que es la estructura de investigación cuantitativa de la prestigiosa Universidad César Vallejo, de tal manera los autores tienen menciones importantes para respaldar la naturaleza y conducta de la indagación. Por esa razón se respetará la autenticidad de los resultados obtenidos y la anonimidad de los colaboradores entrevistados, se consideró los diversos autores vulnerando los principios éticos.

IV. RESULTADOS

4.1 Estadística descriptiva

Tabla 5

Frecuencia del Planeamiento Estratégico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	2,6	2,6	2,6
	A VECES	7	18,4	18,4	21,1
	CASI SIEMPRE	28	73,7	73,7	94,7
	SIEMPRE	2	5,3	5,3	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

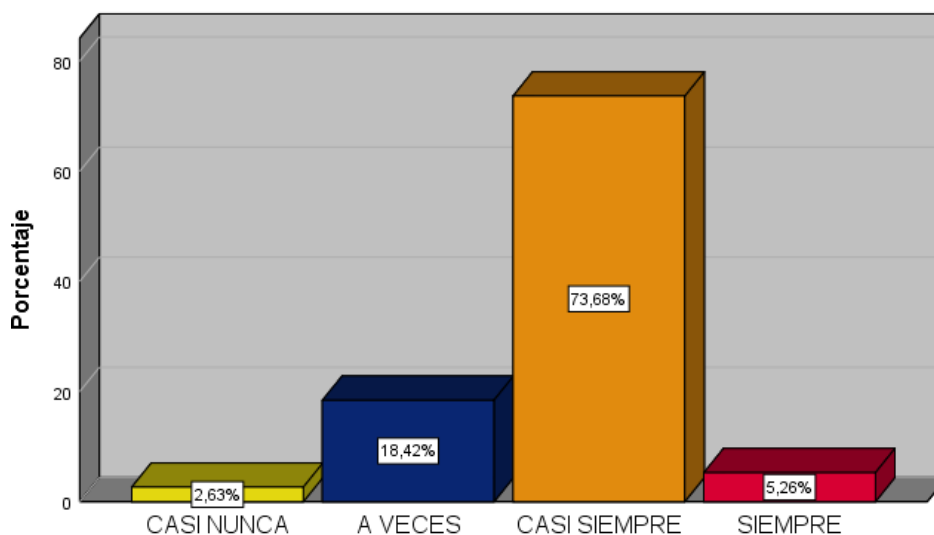


Figura 1. Frecuencia del Planeamiento estratégico

Comentario: De acuerdo con la tabla 5. Planeamiento estratégico, con 38 colaboradores y directivos, tuvo como resultado un 2.63% que casi nunca se refleja un buen planeamiento estratégico en la empresa Molitalia S.A., mientras que un 18.42% indica que a veces se observa un adecuado planeamiento estratégico, por consiguiente, un 73,68% menciona que casi siempre se puede visualizar que el planeamiento estratégico es la idónea y por último un 5,26% indica que siempre hubo un plan estratégico oportuno en la organización. De tal modo que se puede precisar que se debería examinar que en la minoría de los colaboradores no perciben o no tienen claro sobre la planificación estratégica,

como una herramienta de diligencia que permite reforzarnos en la toma de decisiones de la empresa como también en el manual que deben seguir en el futuro.

Tabla 6

Frecuencia de la Mejora continua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	2,6	2,6	2,6
	A VECES	6	15,8	15,8	18,4
	CASI SIEMPRE	27	71,1	71,1	89,5
	SIEMPRE	4	10,5	10,5	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

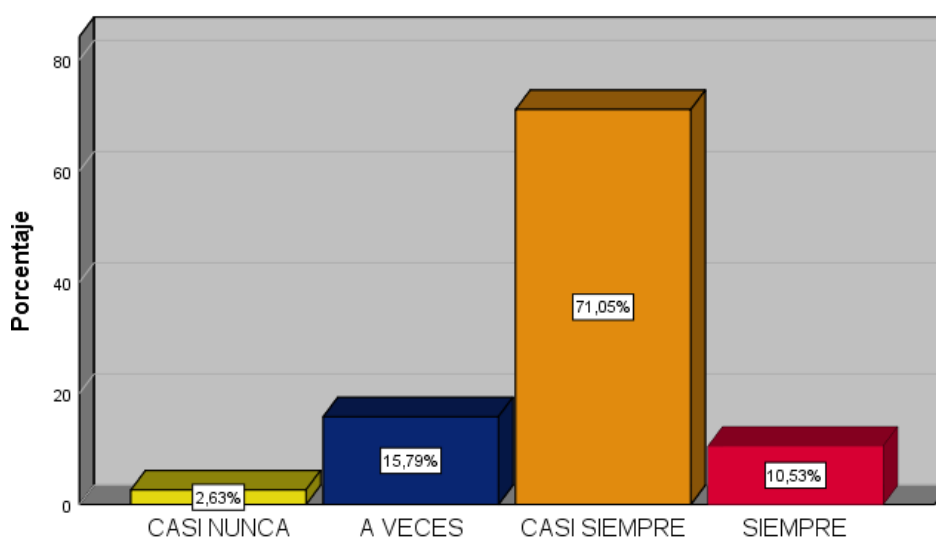


Figura 2. Frecuencia de la Mejora continua

De acuerdo con la tabla 6. Mejora continua, con 38 colaboradores y directivos, tuvo como resultado un 2.63% que casi nunca se refleja una adecuada mejora continua en la empresa Molitalia S.A., por el contrario un 15.79% expresa que a veces se observa una mejora continua, por consiguiente, un 71,68% menciona que casi siempre se puede visualizar una mejora continua y por último un 10,53% indica que siempre hubo una adecuada ejecución de un enfoque en la mejoría de cada uno de los procedimientos operacional orientados a la necesidad de

verificar constantemente los problemas en los procesos, optimizando cada costo de oportunidad.

Tabla 7

Frecuencia de la Misión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	3	7,9	7,9	7,9
	A VECES	11	28,9	28,9	36,8
	CASI SIEMPRE	21	55,3	55,3	92,1
	SIEMPRE	3	7,9	7,9	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

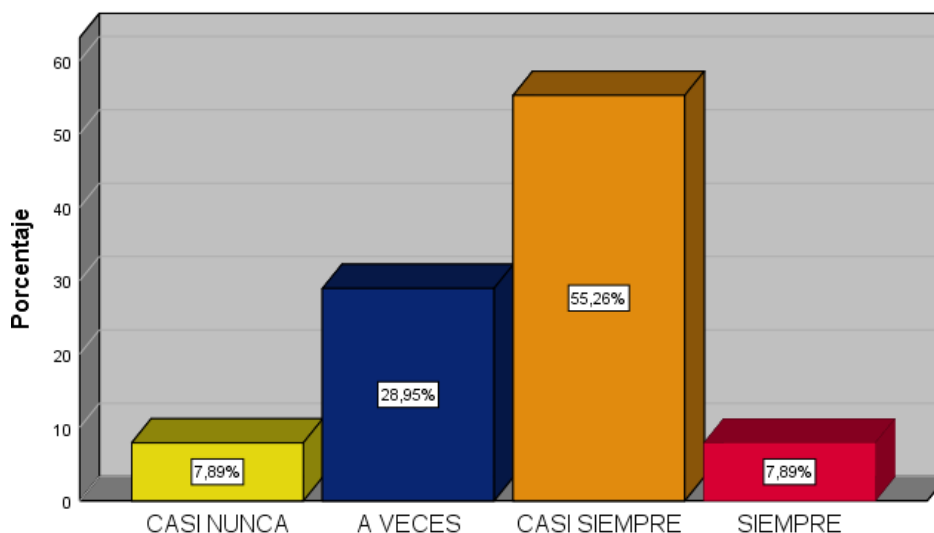
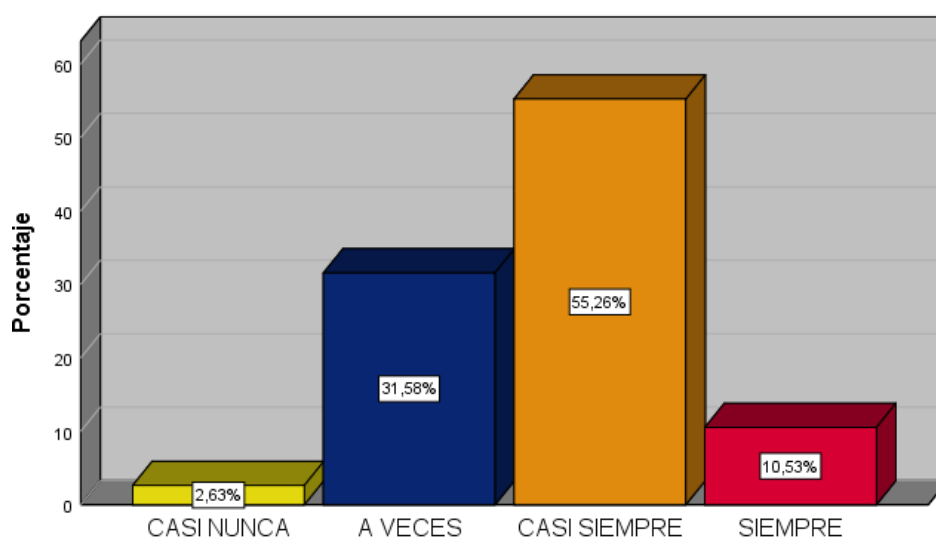


Figura 3. Frecuencia de la Misión

De acuerdo con la tabla 7. Misión, con 38 colaboradores y directivos, resulta que un 7.89% casi nunca observa una adecuada misión en la empresa Molitalia S.A., mientras que un 28.95% indica que a veces se adecua a la misión, por consiguiente, un 55,68% menciona que casi siempre se puede visualizar una misión clara y por último un 10,53% indica que siempre hubo una adecuada ejecución de la misión nos permite alcanzar que se realicen las metas u objetivos, planteando estrategias y se cumplan las tareas guiándonos a tomar mejores decisiones y labores de todo el personal de la empres

Tabla 8*Frecuencia de la Visión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	2,6	2,6	2,6
	A VECES	12	31,6	31,6	34,2
	CASI SIEMPRE	21	55,3	55,3	89,5
	SIEMPRE	4	10,5	10,5	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

*Figura 4. Frecuencia de la Visión*

De acuerdo con la tabla 8. Visión, encuestados a una totalidad de 38 colaboradores y directivos, tuvo como resultado un 2.63% que casi nunca observa una adecuada visión en la empresa Molitalia S.A., mientras que un 31.58% indica que a veces se observa una mejora continua, por consiguiente, un 55,26% menciona que casi siempre se puede visualizar una visión convincente y por último un 10,53% indica que siempre hubo una adecuada ejecución de la visión perspectiva ideal, que evidencia la formulación de lo que se va a realizar y lograr en el transcurso del tiempo. Por lo tanto, los objetivos planteados por la empresa deben ser totalmente realistas y medibles queriendo lograr una trayectoria prospectiva.

Tabla 9

Frecuencia de Objetivo Estratégico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	4	10,5	10,5	10,5
	CASI SIEMPRE	16	42,1	42,1	52,6
	SIEMPRE	18	47,4	47,4	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

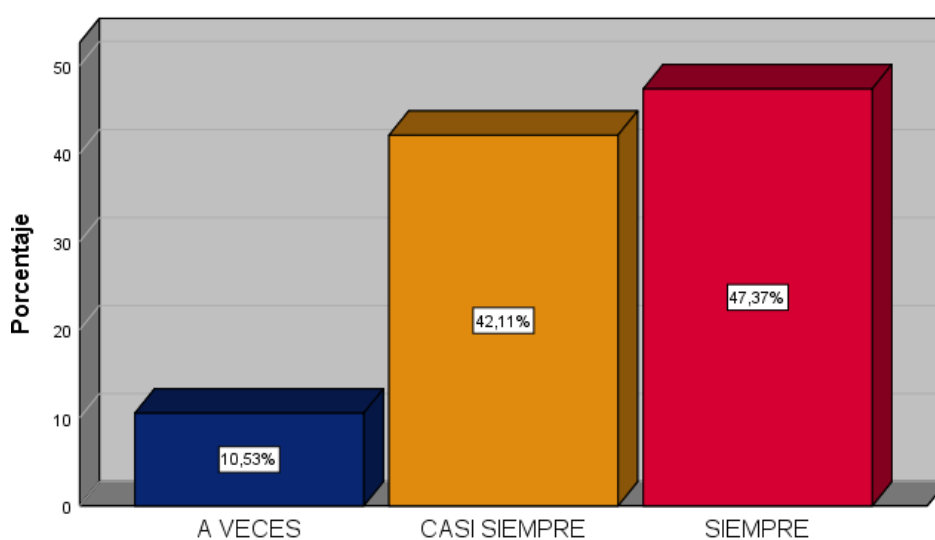


Figura 5. Frecuencia de Objetivo estratégico

De acuerdo con la tabla 9. Objetivos estratégicos, encuestados a una totalidad de 38 colaboradores y directivos, resulta que un 10.53% a veces observa un adecuado objetivo estratégico en la empresa Molitalia S.A., mientras que un 42.11% indica que casi siempre se observa los objetivos estratégicos, por consiguiente, un 47,37% menciona que siempre hubo una adecuada ejecución de los objetivos estratégicos que la empresa quiere alcanzar en un ciclo definido de tiempo por lo que son ellos quienes definen el procedimiento y gestión para su ejecución con el fin de acatarlos, siendo los objetivos alcanzables, coherentes, racionales y muy medibles.

4.2 Análisis inferencial

4.2.1 Prueba de normalidad

Indudablemente es primordial tener en cuenta que cuando se va a realizar la aplicación de un instrumento estadístico, en el cual se tiende a involucrar variables cualitativas, es esencial determinar si todos los datos recolectados en el procedimiento, tiene comportamiento a través de una distribución paramétrica y no paramétrica.

Para Hernández, et al. (2014), se refirieron que cuya técnica permite conocer la condición en la que se presentan las variables, dejando notar su distribución ya sea simétrica o asimétrica. Es decir, facilita la verificación del tipo de distribución que esta comprenda, y por lo tanto a que prueba corresponda (paramétrica o no paramétrica).

Para la elección del tipo de estadística se recurrió a la prueba de Shapiro-Wilk dado que su aplicación corresponde inferior a 50, de esta manera confirmar si las variables de la investigación se distribuyen con normalidad. Por lo cual fue conveniente la utilización del programa estadístico SPSS versión 25. Según Romero (2016), precisa que en tanto que la magnitud muestreado es lo mismo o reducido a 50 la evaluación en comparación de generosidad de adecuación una distribución normal es la prueba de Shapiro- Wilk.

Tabla 10

Cuadro de Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Planeamiento estratégico	,418	38	,000	,687	38	,000
Mejor continua	,385	38	,000	,734	38	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

En conformidad la tabla 10, contemplamos los siguientes resultados respaldado en la prueba de normalidad de la muestra, en el cual se pudo evidenciar que los estadísticos son inferiores a las dos variables. De la misma manera, se utilizó la prueba Shapiro-Wilk, considerando que nuestra población solo está constituida

por 38 elementos.

Con respecto a la variable Planeamiento estratégico, nos revela un valor estadístico de 0,687 con 38 grados de libertad, el valor de significancia es igual a 0,00 este valor es menor a 0,05 y de acuerdo con la variable Mejora continua, arrojando un valor estadístico de 0,734 con 38 grados de libertad, el valor de significancia es menor a 0,00 y este valor es menor a 0,05 por consiguiente, desestimamos la hipótesis nula H0 y aceptamos la alterna H1. Cerramos expresando que la repartición estadística de la población no se distribuye normalmente, en ese sentido se utilizó Rho de Spearman.

Contrastación de hipótesis

Los resultados conseguidos en las distintas conjeturas de las hipótesis se evaluarán y medirán en concordancia al siguiente Baremo de estimación.

Tabla 11

Grado de Relación Según Coeficiente de correlación

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: Mondragón (2015)

4.2.2 Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H0: No existe relación entre el planeamiento estratégico y mejora continua de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

H1: Existe relación entre el planeamiento estratégico y mejora continua de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

Regla de decisión:

Si el valor Sig. Es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor Sig. Es < 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Tabla 12

Correlación entre el Planeamiento Estratégico y Mejora Continua

		Planeamiento estratégico	Mejora continua
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 38
	Mejor continua	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,869** ,000 38

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

En consideración a la hipótesis general establecida, se elaboró la investigación en base a los datos obtenidos del sondeo ejecutado, usando el software SPSS Statistics 25. De acuerdo con la tabla 12 se refleja que el valor Sig. (Bilateral) es semejante a 0.00, puesto que es menor a 0.05. De manera que, se niega la hipótesis nula y en resultado se valida la hipótesis alterna. Asimismo, se observa que el coeficiente de correlación del Rho Spearman = 0,869, la cual muestra que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables.

Prueba de hipótesis específica 1

Planteamiento de hipótesis

H0: No existe relación entre la misión y mejora continua de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

H1: Existe relación entre la misión y mejora continua de la empresa Molitalia

S.A., Los Olivos 2020.

Regla de decisión:

Si el valor Sig. Es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor Sig. Es < 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Tabla 13

Prueba de Hipótesis Correlacional entre la Misión y la Mejora Continua

			Misión	Mejora continua
Rho de Spearman	Misión	Coefficiente de correlación	1,000	,769**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	38	38
	Mejor continua	Coefficiente de correlación	,769**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	38	38

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

Interpretación: En consideración a la tabla 13, se percibe que el valor de Sig. (Bilateral) es semejante a 0.000, lo que significa que es menor al $p = 0.05$. De modo que, se niega la hipótesis nula, por lo tanto, se valida la hipótesis alterna, esto quiere decir que existe relación entre la misión y mejora continua. Asimismo, se observa que el coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.769 indicando existe una correlación positiva muy fuerte.

Prueba de hipótesis específica 2

Planteamiento de hipótesis

H0: No existe relación entre la visión y mejora continua de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

H1: Existe relación entre la visión y mejora continua de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

Estrategia de la prueba:

Si el valor Sig. Es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor Sig. Es < 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Tabla 14*Prueba de Hipótesis Correlacional entre la Visión y la Mejora Continua*

			Visión	Mejora continua
Rho de Spearman	Visión	Coeficiente de correlación	1,000	,676 ^{**}
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	38	38
	Mejor continua	Coeficiente de correlación	,676 ^{**}	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	38	38

^{**}. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: En conformidad a la tabla 14, se percibe que el valor de Sig. (Bilateral) es semejante a 0.000, lo que significa que es menor al $p = 0.05$. De modo que, se niega la hipótesis nula, por lo tanto, se valida la hipótesis alterna, la cual quiere decir que existe relación entre la visión y mejora continua. En ese sentido, se observa que el coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.676 lo cual muestra que existe una correlación positiva considerable.

Prueba de hipótesis específica 3

Planteamiento de hipótesis

H0: No existe relación entre el objetivo estratégico y mejora continua de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

H1: Existe relación entre el objetivo estratégico y mejora continua de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

Estrategia de la prueba:

Si el valor Sig. Es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor Sig. Es < 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Tabla 15*Prueba de Hipótesis Correlacional entre Objetivo Estratégico y la Mejora Continua*

			Objetivo estratégico	Mejora continua
Rho de Spearman	Objetivo estratégico	Coeficiente de correlación	1,000	,406 [*]
		Sig. (bilateral)	.	,011
		N	38	38
	Mejor continua	Coeficiente de correlación	,406 [*]	1,000
		Sig. (bilateral)	,011	.

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: En conformidad a la tabla 15, se percibe que el valor de Sig. (Bilateral) es semejante a 0.000, lo que significa que es menor al $p = 0.05$. De modo que, se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, se valida la hipótesis alterna, la cual quiere decir que existe relación entre el objetivo estratégico y la mejora continua. Asimismo, se observa que el coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.406 lo cual muestra que existe una correlación positiva media.

V. DISCUSIÓN

En esta etapa, se posibilitará la contrastación de los resultados y procedimientos con los trabajos previos seleccionados que fueron debidamente citados en la parte del marco teórico, considerando las cifras y acontecimientos más sobresalientes para los propósitos propios de la indagación.

Partiendo del objetivo general, analizar la relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020, concentrando la atención en los resultados dados en la tabla 13 se visualiza un nivel de correlación positiva muy fuerte ($r= 0.869^{**}$), entre el planeamiento estratégico y la mejora continua, evidenciando que la toma de decisiones que se efectúan en el planeamiento estratégico tiene relación directa con la mejora continua, datos que al ser comparados con lo encontrado por Sánchez (2016), en su estudio de investigación “La planificación estratégica y la relación con el mejoramiento continuo de la calidad de la institución educativa Mercedes Indacochea Lozano del distrito de Huacho, 2016” quien concluyó que existe relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua, cuyo coeficiente de correlación de ($r= 0.865^{**}$). Con este resultado se puede afirmar que coincidentemente el planeamiento estratégico está relacionado directamente con la mejora continua. Además, Yaakob (2019) indica que el planeamiento estratégico es una herramienta de diligencia que permite reforzarnos en los fallos decisivos de la compañía como también en el manual que deben seguir en el futuro, para lograr adaptarse a la globalización y demandas, obteniendo una mayor efectividad en sus procesos. De la misma manera, Moacir & Marcel (2016), definieron a la mejora continua como una ideología de orientación que indaga obtener una superioridad potencial fundamentada en atributo de la calidad y la gestión estratégica y operativa a través de la continua introducción de pequeños cambios ejecutados de manera sistemática.

El primer objetivo específico, describir la relación entre la misión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020, concentrando la atención en los resultados dados en la tabla 14 se evidencia un nivel de correlación muy fuerte ($r= 0.769^{**}$), entre la misión y la mejora continua, evidenciando que la propuesta implantada de la misión tiene relación directa con la mejora continua en la

organización, datos que al ser comparados con lo hallado por Ochoa (2018), en su estudio llamado “El planeamiento estratégico y la mejora continua en el área de compras en la dirección de salud II Lima sur”, quien concluyo que existe relación entre la planificación estratégica y la mejora continua con un ($Rho= 0,783^{**}$) y significancia ($p= 0,000$). Con este resultado se puede asegurar que coincidentemente la misión está relacionada con la mejora continua. Lattuch & Dankert (2018), indica que la misión es como una proclamación o exhibición perdurable del objetivo, determinación de una empresa. La cual, nos permite guiarnos a tomar mejores decisiones y labores de todo el personal de la empresa.

El segundo objetivo específico, describir la relación entre la visión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020, concentrando la atención en los resultados dados en la tabla 15 se evidencia un nivel de correlación positiva considerable ($r= 0,676^{**}$), entre la visión y la mejora continua, evidenciando que la propuesta implantada de la visión tiene relación directa con la mejora continua en la empresa, datos que al ser comparados con lo investigado por Fernández (2019), en su estudio titulado “El planeamiento estratégico y su relación con la mejora continua en los administrativos de la Institución María Auxiliadora”, quien concluyo que existe relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua con un ($Rho= 0,652^{**}$). Con este resultado se puede aseverar que coincidentemente la visión está relacionada con la mejora continua. Además, Sethi & Adhikari (2013), indica a la visión como a los propósitos y ambición que se define en la empresa y que se da una expectativa de un futuro a largo plazo. Consiste en una perspectiva ideal, que evidencia la formulación de lo que se va a realizar y lograr en el transcurso del tiempo. Por lo tanto, los objetivos planteados por la empresa deben ser totalmente realistas y medibles. Asimismo, se refleja lo que se quiere lograr en una trayectoria prospectiva de la organización, destacando la instrucción a seguir para lograr alcanzar los resultados esperados.

El tercer objetivo específico, describir la relación entre el objetivo estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020, los resultados encontrados en la tabla 16 se evidencia un nivel de correlación positiva media ($r= 0,406^{**}$), entre el objetivo estratégico y la mejora continua, reflejando que

objetivos estratégicos implantados tienen relación directa con la mejora continua en la organización, datos que al ser comparados con lo investigado por Tineo (2018), en su investigación titulada “El planeamiento estratégico y la mejora continua de la empresa C & L CONIGE S.A.C., Chiclayo”, quien concluyó que existe relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua con un $(Rho= 0,531^{**})$. Con este resultado se puede confirmar que coincidentemente el objetivo estratégico si coopera con la mejora continua. Además, Ly y Vo (2019) indican que los objetivos estratégicos son como un acceso intermedio entre la misión y visión de la empresa. Lo cual, deberían ser declarados de forma comprensible y totalmente claro, debiendo manifestar los objetivos más resaltantes que les permita a la empresa guiarse en la mira de la visión y misión organizacional, por lo tanto, los objetivos estratégicos tienen que alcanzarse mediante unos puntos estratégicos de operación.

VI. CONCLUSIONES

Primera. Siendo el objetivo general analizar la relación entre el planeamiento estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020, mediante los resultados conseguidos se establece que existe una relación positiva muy fuerte a través del Rho de Spearman 0.869 lo que precisa que a medida que los colaboradores y directivos de Molitalia S.A. tengan claro y comprensible hacia donde se dirige la empresa realizando un diagnóstico actual en la organización, se logrará alcanzar la mejora continua en la gestión de la empresa. Concluyendo que el planeamiento estratégico tiene relación directa con la mejora continua en la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

Segunda. Con respecto al primer objetivo específico, describir la relación entre la misión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020, mediante los resultados encontrados se establece que existe una relación positiva muy fuerte a través del Rho de Spearman 0.783 lo que precisa que a medida que los colaboradores y directivos de Molitalia S.A. tengan claro la misión de la empresa, se logrará alcanzar la mejora continua en la gestión de la organización. Se concluye que la misión tiene relación directa con la mejora continua en la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

Tercera. Con respecto al segundo objetivo específico, describir la relación entre la visión y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020, mediante los resultados conseguidos se establece que existe una relación positiva considerable a través del Rho de Spearman 0.676 lo que precisa que a medida que los colaboradores y directivos de Molitalia S.A. tengan claro la visión de la empresa, se logrará alcanzar la mejora continua en la gestión de la organización. Se concluye que la visión tiene relación directa con la mejora continua en la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

Cuarta. Con respecto al tercer objetivo específico, describir la relación entre el objetivo estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020, mediante los resultados encontrados se establece que existe una relación positiva media a través del Rho de Spearman 0.406 lo que apunta que a medida que los colaboradores y directivos de Molitalia S.A. se planteen mejores objetivos estratégicos, se logrará alcanzar la mejora continua en la gestión de la

organización. Se concluye que la misión tiene relación directa con la mejora continua en la empresa Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

VII. RECOMENDACIONES

Primera. Se sugiere referente a la variable planeamiento estratégico, analizar y evaluar la situación actual de la organización, de la misma manera mejorar la planificación estratégica involucrando al personal mediante sus ideas utilizando un lenguaje comprensible y transparente, asimismo, alineando el capital humano en la estrategia al momento de su ejecución, resultando esto un desarrollo organizacional en cada uno de los involucrados y un adecuado control en la mejora continua en la gestión empresarial.

Segunda. Se sugiere referente a la dimensión misión, permitir que los colaboradores y directivos reciban el mismo mensaje y se enfoquen todos los esfuerzos en una misma dirección.

Tercera. Se sugiere referente a la dimensión visión, mejorar en las decisiones estratégicas teniendo un crecimiento en conjunto con la competitividad en el mercado local.

Cuarta. Se sugiere referente a la dimensión objetivos estratégicos, reforzar los objetivos siendo ello sostenible y muy medible en lo largo de su ejecución, conociéndose que son hechos reales y alcanzable para la organización con el propósito de saber si se está haciendo de manera correcta las cosas.

Referencias

- Baudin, C. (2018). Transferability criteria of the concurrent approach in the product design and development processes of Chilean small and middle size companies. *Ingeniare: Revist*, 19(1), 146-161 <https://bit.ly/2Yh224h>.
- Besta, P., & Janovská. (2016). Use of the concept of continuous improvement as a tool for optimization of logistic processes. *Acta Logistica*, 3(2), 11-14 <https://bit.ly/2Z6btmr>.
- Borra, M., & Dasí, M. (2013). Improve teamwork: Ambidextrous, inclusive behavior and cooperative learning. *Innovar*, 22(45), 127-139.
- Bresó, I., & Lerín, G. (2014). Efectos diferidos y concurrentes del clima de equipo sobre los cambios en el aprendizaje de equipo el rol modulador de la presión temporal y la sobrecarga de trabajo. *Universitas Psychologica*, 13(2), 585-599.
- Carmin, C. (2017). Estadístico Inferencial. *Revist of Estadistic*, 3(3), 28-31.
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN) de Perú. (25 de Marzo de 2015). *Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico de Perú*. Obtenido de Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y el Caribe: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/sistemas-planificacion/sistema-nacional-de-planeamiento-estrategico-de-peru>
- Chambergó, L. J. (2016). El planeamiento estratégico y su relación con la mejora continua en el Instituto Educación Superior Alas Peruanas. *Licenciado en Administración*. Universidad Tecnológica del Perú, Lima.
- Chavez, A. (2016). Optimización de la cadena de distribución del conglomerado pymes del sector cárnico de Bogotá, d.c - gestión de almacenes. *Revist of administration*, 47(56), 38-59.
- Cheng, Y., Chang, C., & Lin, Y. (2014). The determinants of green radical and incremental innovation performance: Green shared vision, green absorptive capacity, and green organizational ambidexterity. *Sustainability*, 6(11), 7787-7806.
- Chhotray, S., & Sivertsson. (2018). The roles of leadership, vision, and empowerment in born global companies. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(1), 38-57.
- Cortés, M., & Herrera, J. (2015). Experimental optimization of the freeze dried process of cape gooseberry added with active components by vacuum impregnation / experimental optimization of the freeze dry process of cape gooseberry added with active compounds by vacuum impregnation. *Vitae*, 22(1), 47-56.
- Cruz, K. (2015). Adaptation of a Reinforced Learning Algorithm for the Flow Shop with configuration times. *Rev cuba cienc informat*, 1(7), 41-57.
- Deisher, M., & Klamann, M. (2019). Continuous improvement in hand therapy: Lean and the improvement kata mindset. *Journal of Hand Therapy*, 32(4), 535-538.
- Férnadez, D. (2019). El planeamiento estratégico y su relación con la mejora continua en los administrativos de la institución de Servicios de Salud. *Tesis de Maestría*. Universidad de Oriente, Maracaibo.
- Férnadez, L. (2016). Business process management. *Rv Digital Transformation*, 81(43), 39-51.

- Férnadez-Planelis, A. (2016). Guide to the definition and creation of quality websites: Evaluation and comparative analysis through expert analysis. *Revist Spain*, 29(4), 1-3.
- García, Á. (2015). Estudio de la implantacion de la mejora continua en pymes. *3C Tecnologia*, 4(4), 189-198.
- García, J. (2014). Técnicas e insrumentos de recolección de datos. *Revista Investigación*, 9(21), 39-40.
- Gómez, F. (2017). Evaluation of production processes for optimization in the Madrid company. *Revist Redipe*, 6(6), 161-173.
- Gómez, O. (2014). Productivity of human resources, strategic factor of production costs and product quality: Bucaramanga clothing industry. *Tecnura*, 16(31), 102-113.
- Guerrero, C. (2015). La planificación estratégica y su relación con la mejora continua en la gestión de comisiones. *Doctorado en Administración*. Universidad Panamericana Guatemalteca, Chimaltenango.
- Hernández, F. (2014). Metodologia de la investigación. *Metodologia*, 3(6), 45-46.
- Iqbal, M. (2014). Balancing multi & cross perspective strategic objectives in a balanced scorecard - A fuzzy MCDM approach. *Journal of Strategy and Performance Management*, 2(2), 43-66.
- Jiménez, J. (2017). La mejora continua y el plan estratégico del Instituto de Deporte del Estado de Monagas. *Tesis de Maestría*. Universidad de Oriente, Estado de Monagas.
- Kearney, C. (2019). Strategic Planning for financing and growing biotechnology companies. *Planning estrategic*, 24(4), 31-37.
- Kolinski, A., & Slinwczynski, B. (2016). Impact of transposing the strategic objectives on supply efficiency. *Ekonomski Vjesnik*, 29(3), 45-60.
- Lattuch, F., & Dankert, P. (2018). The glue that holds an organization together Building organizational vision with management teams. *Development and Learning in Organizations*, 32(6), 1-4.
- López, F. (2015). Retos del sistema educativo nacional y propuestas para su mejora continua en el marco de la actual reforma educativa en México. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 24(83), 1201-1211.
- López, J., & Uson, P. (2017). Trabajo en equipo y estilos de aprendizaje en la educación superior. *Revista Complutense De Educación*, 28(4), 1267-1284.
- Ly, D., & Vo, T. (2019). Continuous improvement of productivity and quality with lean six-sigma: A case study. *Applied Mechanics and Materials*, 88(9), 557-566.
- Martinez, J., & Ever, O. (2018). Continuous improvement in the production processes of the construction company. *Improment*, 18(7), 125-130.
- Millar, C. (2014). Sustainability and the need for change: Organisational change and transformational vision. *Journal of Organizational Change Management*, 25(4), 489-500.
- Moacir, G., & Marcel, H. (2016). Comparing the effect of different strategies of continuous improvement programmes on repair time to reduce lead time. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 87(4), 315-327.
- Ochoa, E. (2018). El planeamiento estratégico y la mejora continua en el área de compras en la dirección de Salud II. *Licenciada en Administración*. Universidad Autónoma del Perú, Lima.

- Olascuaga, J. (2014). *Ogsm: desarrollar, desplegar y comunicar la estrategia*. Obtenido de es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/JuanOlascoaga/ogsm-desarrollar-desplegar-y-comunicar-la-estrategia>
- Oosthuizen, T. (2015). Personal and organizational vision supporting leadership in a team-based transport environment. *Journal of Transport and Supply Chain Management*, 6(1), 10-16.
- Palacios, J. (2016). El planeamiento estratégico y su relación con la mejora continua en los administrativos de la institución de Servicios de Salud. *Maestría en Administración*. Universidad Tecnológica de Ecuador, Quito.
- Pauer, G. (2017). Development potentials and strategic objectives of intelligent transport systems improving road safety. *Transport and Telecommunication*, 18(1), 15-24.
- Ponce, E. (2015). The impact of the design of the institutional mission on the quality of the universities. *Interciencia*, 40(9), 634-638.
- Quezada, L. (2017). Planificación estratégica y el mejoramiento continuo en la municipalidad de Córdova. *Tesis de Maestría*. Universidad de Córdova, Córdova.
- Rejas, M., & Young, F. (2016). Process management: An efficient management approach. *Vision Futuro Magazine*, 45(18), 18-24.
- Ris, K., & Gussi, G. (2017). Analysis and Optimization of the Production Process in a Milk Processing Company. *Tecnologi informat*, 27(9), 45-58.
- Rosas, A. (2016). El planeamiento estratégico y su relación en la gestión comercial en el sector turismo. *Licenciada en Administración*. Universidad Autónoma del Perú, Puno.
- Ross, A., & Hoffmann, L. (2019). Does membrane feeding compromise the quality of aedes aegypti mosquitoes. *PLoS One*, 3(6), 38-50.
- Ruiz-Corbella. (2015). Values linked to teamwork competence in virtual learning environments. a study at the particular technical university of Loja (ecuador) / Values linked to generic competence of teamwork in virtual learning environments. A study at the private technical un. *Revista Complutense de Educación*, 26(3), 759-780.
- Ryu, G. (2015). The missing link of value congruence and its consequences: The mediating role of employees' acceptance of organizational vision. *Public Personnel Management*, 44(4), 473-495.
- Sánchez, H. J. (2016). La planificación estratégica y la relación con el mejoramiento continuo de la calidad de la institución educativa Mercedes Indacochea Lozano. *Licenciado en Administración*. Universidad San Martín de Porres, Huacho.
- Sethi, A., & Adhikari, B. (2013). Impact of communicating 'vision' on organizational communication effectiveness. *International Journal of Marketing & Business Communication*, 1(3), 43-48.
- Solar, J., & Gutierrez, L. (2015). Research Methods. *Revista investigación*, 85-86.
- Specht, A., & Souza, R. (2017). Planning oral narrative tasks: Optimizing strategic planning condition through strategy instruction. *Acta Scientiarum Language*, 39(2), 203-212.
- Suarez, J., & Rosas, R. (2014). Types, research methods and strategies. *Revista Indian*, 7(11), 20-23.

- Tineo, A. (2018). Planeamiento estratégico y la mejora continua de la empresa C & L CONIGE S.A.C. *Licenciado en Administración*. Universidad César Vallejo, Chiclayo.
- Ulloa, C. (2015). Automation and optimization in the process of marking of stainless pipe, a case study. *Revist Industrial Engineering Magazine*, 2(5), 17-23.
- Yaakob, M. (2019). Strategic management and strategic planning in school: is it worth for teacher? *Academy of Strategic Management Journal*, 18(16), 1-6.
- Yoeli, R., & Berkovich, L. (2019). From personal ethos to organizational vision: Narratives of visionary educational leaders. *Journal of Educational Administration*, 48(4), 451-467.

Anexo 1

Matriz de Operacionalización de las variables Planeamiento estratégico.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Tipo de escala
Planeamiento estratégico	“Es un plan por el cual se tiene los objetivos estratégicos para lograr a la meta tan deseada por muchos, por lo que las empresas realizan un plan estratégico, que deben estar personalizados a la organización” (Specht y Souza, 2019, p. 14)	La medición de la variable se desarrolla en base a la técnica de la encuesta aplicando el instrumento del cuestionario en base a la escala Likert (desde 1=Nunca hasta 5=Siempre). Este instrumento está compuesto por 22 ítems. Por lo tanto, va dirigido a los directivos de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos.	Misión	-Actividad económica -Identificación de necesidad -Idea organizacional -Objetivo genérico	1,2 3,4 5,6 7,8	Ordinal
			Visión	-Ambiciones -Análisis lógicos -Informaciones sólidas -Situación organizacional	9,10 11,12 13,14 15,16	
			Objetivos estratégico	-Materialización estratégica -Evaluar el cumplimiento -Alineación organizacional	17,18 19,20 21,22	

Matriz de Operacionalización de la variable Mejora continua

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Tipo de escala
Mejora continua	<p>“un enfoque en la mejoría de cada uno de los procedimientos operacionales orientados a la necesidad de verificar constantemente los problemas en los procesos, optimizando cada costo de oportunidad. Además, proporciona una percepción persistente, evaluación y retroalimentación en cuanto a la productividad” (Ly et al., 2019, p. 28).</p>	<p>La medición de la variable se desarrolla en base a la técnica de la encuesta aplicando el instrumento del cuestionario en base a la escala Likert (desde 1=Nunca hasta 5=Siempre). Este instrumento está compuesto por 22 ítems. Por lo tanto, va dirigido a los directivos de la empresa Molitalia S.A., Los Olivos.</p>	Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> -Identidad -Comunicación -Ejecución -Regulación 	<p>1,2 3,4 5,6 7,8</p>	Ordinal
			Optimización de los procesos	<ul style="list-style-type: none"> -Recursos tecnológicos -Efectividad de procesos -Reducción de tiempos -Herramientas metodológicas 	<p>9,10 11,12, 13,14 15,16</p>	
			La calidad	<ul style="list-style-type: none"> -Desempeño -Fiabilidad -Calidad percibida 	<p>17,18 19,20 21,22</p>	

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y MEJORA CONTINUA DE MOLITALIA S.A., LOS OLIVOS 2020

ESTIMADO DIRECTIVO

Este cuestionario busca determinar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la mejora continua de Molitalia S.A., Los Olivos 2020.

INSTRUCCIONES

A continuación, le mostramos una serie de enunciados, léalo detenidamente y conteste todas las preguntas. El cuestionario es anónimo solo tiene fines académicos. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Trate de ser sincero en sus respuestas y utilice cualquiera de las escalas de estimación.

La escala de estimación posee valores de equivalencia de 1 al 5 que, a su vez indican el grado mayor o menor de satisfacción de la norma contenida en el instrumento de investigación. Para lo cual deberá tener en cuenta los siguientes criterios:

ESCALA	EQUIVALENCIA
5	Siempre
4	Casi siempre
3	A veces
2	Casi nunca
1	Nunca

Para determinar la valoración, marque con un aspa (x) en uno de los casilleros, de acuerdo con la tabla de equivalencia:

I	MISIÓN	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
1	¿En la empresa se redactan la misión con los propósitos o fines que se requieren?					
2	¿La misión cumple con el conjunto de valores que se ha determinado?					
3	¿La empresa se ha basado en la misión para llevar a cabo sus actividades?					
4	¿Piensa usted que la misión va dirigida al giro de la empresa?					
5	¿Asume el compromiso que se mencionan en la misión?					

6	¿Considera usted que todos los colaboradores conocen la misión como tal?					
7	¿Usted cree la misión aporta al conocimiento de la empresa?					
8	¿Para usted la organización cuenta con un objetivo común?					

II	VISIÓN	Escala de valorización				
		1	2	3	4	5
9	¿Comparte esa visión de futuro con los colaboradores?					
10	¿La empresa ha construido una visión con miras hacia el futuro?					
11	¿Se realizan constantes análisis internos en la empresa?					
12	¿Los análisis internos son realizados de manera adecuada?					
13	¿Todos los trabajadores del departamento son evaluados en el análisis interno?					
14	¿Las informaciones están claras para el colaborador de la empresa?					
15	¿Estás de acuerdo con el plan estratégico planteado de la organización?					
16	¿El análisis organizacional de la empresa es el correcto e idóneo?					

III	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	Escala de valorización				
		1	2	3	4	5
17	¿Considera usted que los planes y acciones son los correctos?					
18	¿Considera usted que desarrollar de manera efectiva los planes contribuyen a alcanzar los objetivos de la organización?					
19	¿Realiza usted su trabajo solo por compromiso?					
20	¿Considera que la calidad del producto se debe al buen desempeño de sus labores?					
21	¿Piensa Ud. que el personal debe alinearse para obtener mayores resultados?					
22	¿Cree Ud. que la empresa realiza constante cambios para adaptarse al mundo global?					

IV	TRABAJO EN EQUIPO	Escala de valorización				
		1	2	3	4	5
23	¿El personal se siente identificado con la empresa?					
24	¿Cuándo tienen dudas las resuelven consultando unos a otros?					
25	¿Considera usted que la compañía lo hace partícipe de alguna capacitación?					
26	¿Considera que la compañía debería de hacer una charla antes de laborar?					

27	¿Considera que la compañía cumple con el cronograma de actividades?					
28	¿Durante su actividad laboral, la empresa implementó un sistema de mejora continua?					
29	¿Considera que la compañía busca y selecciona la mejor de las actividades constantemente?					
30	¿Cree usted que la empresa atiende los problemas de inicio?					

V	OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS	Escala de valorización				
		1	2	3	4	5
31	¿Cree usted que la incorporación de nuevas máquinas industriales facilitan el proceso?					
32	¿Considera que la empresa opta por mejorar los mecanismos internos?					
33	¿Considera que la existencia de errores cuestiona su labor?					
34	¿Piensa usted que los procesos están siendo eficiente?					
35	¿Cree usted que la incorporación de nuevos datos facilita los procesos?					
36	¿Considera que los pedidos son entregados en la fecha programada?					
37	¿Usted considera que las herramientas sistematizan los procesos?					
38	¿Considera que la compañía debe de optar en comunicar las nuevas mejoras?					

VI	CALIDAD	Escala de valorización				
		1	2	3	4	5
39	¿La organización sostiene un desenvolvimiento efectivo en el producto?					
40	¿Considera que existen trabas en el insumo para la elaboración de los productos?					
41	¿Los errores se reportan en informes para su corrección?					
42	¿Considera su trabajo mecánico, rutinario y aburrido?					
43	¿Considera que realiza actividades variadas trae consecuencia a sus procesos?					
44	¿Verifica si el trabajo cumple con las normas de calidad existente?					

Muchas gracias.

Anexo 3 Formato de validación



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. ARAMBURU GENG CARLOS ABRAHAM
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
- I.3. Especialidad del experto: ADMINISTRACION
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: CHILIN VARGAS ANTHONY CRISTIAN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					85
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			



06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

85

Ate, 24 de setiembre del 2020

Firma de experto informante
DNI N° 44075484

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

III. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. /Mg. ARAMBURU GENG CARLOS ABRAHAM
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
- I.3. Especialidad del experto: ADMINISTRACION
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: CHILIN VARGAS ANTHONY CRISTIAN

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					85
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: MEJORA CONTINUA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

85%

Ate, 24 de setiembre del 2020



Firma de experto informante
DNI N° 44075484

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. CERVANTES RAMÓN EDGAR FRANCISCO
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV
 I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: CHILIN VARGAS ANTHONY CRISTIAN

ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					84
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					84
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					84
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					84
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					84
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					84
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					84
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					84
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					84
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					84
PROMEDIO DE VALORACIÓN						84

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

84%

Ate, 24 de setiembre del 2020



Firma de experto informante
 DNI N° 06614765

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. CERVANTES RAMÓN EDGARD FRANCISCO
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV
 I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: CHILIN VARGAS ANTHONY CRISTIAN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					84
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					84
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					84
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					84
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					84
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					84
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					84
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					84
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					84
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					84
PROMEDIO DE VALORACIÓN						84

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: MEJORA CONTINUA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

84%

Ate, 24 de setiembre del 2020



Firma de experto informante
DNI N° 06614765

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. BARDALES CARDENAS MIGUEL
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: CHILIN VARGAS ANTHONY CRISTIAN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					85
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

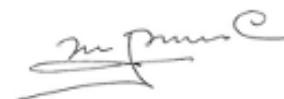
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

85%

Ate, 24 de setiembre del 2020



-----Firma de experto informante-----

DNI N° 08437636

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

III. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. / Mg. BARDALES CARDENAS MIGUEL
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV
- 1.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
- 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- 1.5. Autor del instrumento: CHILIN VARGAS ANTHONY CRISTIAN

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					85
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: MEJORA CONTINUA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			

IV. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

APLICABLE

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

85%

Ate, 24 de setiembre del 2020



-----Firma de experto informante-----
DNI N° 08437636

Anexo 4

Matriz de datos

Variable		PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO																					
Dimensiones		Misión								Visión								Objetivo estratégico					
Indicadores		Actividad económica		Identificación de necesidad		Idea organizacional		Objetivo genérico		Ambiciones		Análisis lógicos		Información sólida		Situación organizacional		Materialización estratégica		Evaluar el cumplimiento		Alineación estratégica	
Preguntas		Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20	Pregunta 21	Pregunta 22
PARTICIPANTES	1	5	5	4	5	3	5	2	5	4	1	2	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5
	2	4	1	3	3	2	3	1	2	4	4	1	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4
	3	3	4	2	4	3	4	2	4	3	2	2	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4
	4	2	3	3	5	4	2	3	2	1	3	3	2	3	4	2	3	4	5	5	5	5	5
	5	5	4	2	3	4	5	1	3	4	5	1	3	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4
	6	4	5	3	2	4	4	3	4	5	3	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4
	7	5	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	4	2	2	3	5	3	3	3	3	3
	8	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	9	4	5	4	3	4	2	5	3	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
	10	2	2	2	1	3	1	2	2	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
	11	3	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
	12	5	3	3	5	2	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
	13	2	5	4	3	4	3	1	3	4	4	1	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
	14	5	5	2	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4
	15	5	4	4	5	4	5	4	2	5	5	4	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	16	4	4	3	4	4	5	4	1	4	4	1	1	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5
	17	5	5	4	5	4	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5
	18	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
	19	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
	20	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
	21	3	2	3	5	1	5	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
	22	4	4	5	4	4	4	2	3	5	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	23	5	4	3	4	5	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5
	24	2	2	4	1	1	4	2	1	5	4	2	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
	25	4	5	5	4	4	4	2	3	4	5	2	3	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5
	26	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
	27	4	5	3	5	3	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
	28	1	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3
	29	4	3	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	30	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
	31	3	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
	32	5	3	3	5	2	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4
	33	2	5	4	3	4	3	1	3	4	4	1	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
	34	5	5	2	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4
	35	5	4	4	5	4	5	4	2	5	4	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	36	4	4	3	4	5	4	1	1	4	4	1	1	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5
	37	5	5	4	5	4	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5
	38	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5

Variable		MEJORA CONTINUA																						
Dimensiones		Trabajo en equipo								Optimización de los procesos								Calidad						
Indicadores		Identidad		Comunicación		Ejecución		Regulación		Recursos tecnológicos		Efectividad de procesos		Reducción de tiempos		Herramientas metodológicas		Desempeño		Fiabilidad		Calidad de percibida		
Preguntas		Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20	Pregunta 21	Pregunta 22	
PARTICIPANTES	1	5	4	4	4	3	5	2	5	4	1	2	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	
	2	4	1	3	3	2	3	1	2	4	4	1	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	
	3	3	5	2	4	3	4	2	4	3	2	2	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	
	4	2	3	3	5	4	2	3	2	1	3	3	2	3	4	2	3	4	5	5	5	5	5	
	5	5	4	2	3	4	5	1	3	4	5	1	3	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	
	6	4	5	3	2	5	4	3	4	5	3	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	
	7	5	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	4	2	2	3	5	3	3	3	3	3
	8	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	9	4	5	4	3	2	2	5	3	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	10	2	2	2	2	3	1	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
	11	1	4	5	4	5	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
	12	5	3	3	5	2	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
	13	2	5	4	3	4	3	1	3	4	4	1	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
	14	5	5	2	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
	15	5	3	4	5	4	5	4	2	5	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	16	4	4	3	4	5	4	1	1	4	4	1	1	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5
	17	5	5	4	5	4	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5
	18	4	4	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
	19	4	5	4	5	1	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	20	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
	21	2	2	3	5	1	5	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
	22	4	4	5	4	4	2	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	23	5	5	3	4	5	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5
	24	2	2	4	1	1	4	2	1	5	4	2	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
	25	4	5	5	4	4	4	2	3	4	5	2	3	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5
	26	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
	27	4	5	3	5	3	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	28	1	2	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3
	29	4	3	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	30	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	31	3	1	5	4	5	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
	32	5	3	3	5	2	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4
	33	2	5	4	1	4	3	1	3	4	4	1	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
	34	4	5	2	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
	35	5	4	4	5	4	5	4	2	5	5	4	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	36	4	4	3	4	5	4	1	1	4	4	1	1	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5
	37	4	5	4	5	4	3	2	4	4	5	2	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5
	38	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5

Anexo 5
Autorización de aplicación de encuesta



“Año de la universalización de la salud”

Ate, 2 de octubre de 2020

CARTA N° 075 - 2020/ EP - ADM. UCV-LIMA ATE

Sr.
Pérez Vargas, Jorge Luis
Jefe de Administración
MOLITALIA S.A.
San Andrés, Los Olivos 15314

De nuestra mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted para saludarlos cordialmente y en representación del Programa de Estudios de Administración de la Universidad César Vallejo campus Ate, manifestarle el interés que tiene nuestra casa de estudios en asistir a nuestros estudiantes en la fase de culminación de sus estudios profesionales de la carrera de Administración. En ese sentido, recurrimos a usted para solicitarle la autorización en el ingreso a su institución para la aplicación de una encuesta con la finalidad de obtener información a mi base datos en la tesis "Planeamiento estratégico y mejora continua en Molitalia S.A., Los Olivos 2020"; todo ello en el marco del avance de la experiencia curricular de Desarrollo de proyecto de Investigación.

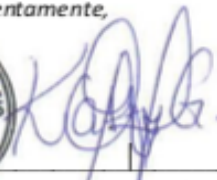
Por lo anteriormente expuesto y para dicho fin, me permito presentar al estudiante:

<i>NOMBRES Y APELLIDOS</i>	<i>DNI</i>
<i>Chilín Vargas Anthony Cristian</i>	<i>73223416</i>

Segura de contar con su autorización y apoyo hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y estima personal.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,



MG. GONZALES FIGUEROA, IRIS KATHERINE
Coordinadora Programa de Estudios de Administración
UCV – ATE