



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD
DE LAS EMPRESAS EN LIMA METROPOLITANA, 2018**

Línea de investigación:

Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de Maestro en Gestión de Alta

Dirección

Autor:

Carranza Estela, Bentura

Asesor:

Cumpén Vidaurre, Roberto
(ORCID: 0000-0001-7608-1124)

Jurado:

Antón De Los Santos, Pedro Juan
Novoa Uribe, Carlos Alberto
Rojas García, José Domingo

Lima - Perú

2021

Referencia:

Carranza, B. (2021). *Gestión estratégica para el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/6057>



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada (CC BY-NC-ND)

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede generar obras derivadas ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Universidad Nacional
Federico Villarreal

Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA
COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EN LIMA METROPOLITANA,
2018**

Línea de investigación: Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de:
Maestro en Gestión de Alta Dirección

Autor:

Carranza Estela, Bentura

Asesor:

Cumpén Vidaurre, Roberto

Jurado:

Antón De Los Santos, Pedro Juan

Novoa Uribe, Carlos Alberto

Rojas García, José Domingo

Lima – Perú

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mi padre, hermanos, a Dios y a mi madre desde el cielo por darme la inspiración y las fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
ÍNDICE	3
RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
I. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Planteamiento del problema.....	7
1.2. Descripción del problema	8
1.3. Formulación del problema	9
<i>1.3.1. Problema principal</i>	<i>9</i>
<i>1.3.2. Problemas específicos.....</i>	<i>9</i>
1.4. Antecedentes	10
<i>1.4.1. Antecedentes nacionales</i>	<i>10</i>
<i>1.4.2. Antecedentes internacionales.....</i>	<i>13</i>
1.5. Justificación de la Investigación	17
1.6. Limitaciones de la investigación.....	18
1.7. Objetivos.....	18
<i>1.7.1. Objetivo general.....</i>	<i>18</i>
<i>1.7.2. Objetivos específicos.....</i>	<i>18</i>
1.8. Hipótesis	19
<i>1.8.1. Hipótesis general</i>	<i>19</i>
<i>1.8.2. Hipótesis específicas</i>	<i>19</i>
II. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Marco conceptual.....	20
<i>2.1.1. Competitividad.....</i>	<i>20</i>

2.1.2.	<i>Control estratégico</i>	20
2.2.	Bases teóricas.....	21
2.2.1.	<i>Administración estratégica</i>	21
2.2.2.	<i>Reglas estratégicas</i>	21
2.2.3.	<i>Investigación estratégica</i>	23
2.2.4.	<i>Análisis interno</i>	23
2.2.5.	<i>Análisis externo</i>	24
2.2.6.	<i>Pruebas distintivas y definición de técnicas</i>	24
2.2.7.	<i>Análisis jerárquico</i>	25
2.2.8.	<i>Investigación de oportunidades</i>	25
2.2.9.	<i>Análisis de brechas</i>	25
2.2.10.	<i>Elaboración y ejecución de plan estratégico</i>	25
2.2.11.	<i>Evaluación del plan estratégico</i>	26
2.2.12.	<i>Ejecución del plan estratégico</i>	27
2.2.13.	<i>Calidad de los Servicios</i>	27
2.2.14.	<i>Tangibilidad</i>	28
2.2.15.	<i>Confiabilidad</i>	28
2.2.16.	<i>Capacidad de respuesta</i>	29
2.2.17.	<i>Empatía</i>	29
2.2.18.	<i>Eficacia de los procesos</i>	29
2.2.19.	<i>Nivel de efectividad</i>	30
2.2.20.	<i>Fidelización del cliente</i>	31
2.2.21.	<i>Nivel de seguridad</i>	31
2.2.22.	<i>Nivel de calidad de consideración</i>	31
2.2.23.	<i>Calidad</i>	31

2.2.24. Servicio	32
III. MÉTODO	33
3.1 Tipo de investigación	33
3.1.1. Diseño de investigación	33
3.2 Población y muestra	34
3.2.1 Población	34
3.2.2 Muestra	34
3.3 Operacionalización de variables	35
3.4 Instrumentos	35
3.5 Procedimientos	36
3.6 Análisis de datos	37
IV. RESULTADOS	38
4.1 Análisis e interpretación de resultados	38
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	50
VI. CONCLUSIONES	53
VII. RECOMENDACIONES	54
VIII. REFERENCIAS	55
IX. ANEXOS	61
Anexo A: Matriz de consistencia	61
Anexo B: Ficha de Encuestas	62

RESUMEN

El objetivo principal del presente estudio fue determinar la influencia de la gestión estratégica en la mejora de la competitividad en las empresas de Lima metropolitana. La presente investigación se inició tomando en cuenta la experiencia del trabajo de campo y tuvo una metodología basada en un diseño no experimental, de tipo descriptivo correlacional, con enfoque cuantitativo y de corte transversal. Se obtuvieron como resultados: un coeficiente de Rho Spearman de 0.734, demostrando la relación de impacto positivo del modelo de Gestión para mejorar la competitividad de la empresa en Lima metropolitana. Otros resultados obtenidos respecto a sus componentes, fueron: lineamientos estratégicos (sig. bilateral = 0.000 <0.05; Rho = 0.614 **), análisis estratégico (sig. bilateral = 0.000 <0.05; Rho = 0.648 **), identificación y formulación de estrategias (sig. bilateral = 0.000 <0.05; Rho = 0.605 **) y elaboración y ejecución del plan estratégico (sig. bilateral = 0.000 <0.05; Rho = 0.663 **). Se concluyó que el modelo de Gestión estratégica afecta significativa y directamente a la competitividad de las empresas.

Palabras clave: calidad del servicio, gestión estratégica, mejora continua.

ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the influence of strategic management in improving competitiveness in companies in metropolitan Lima. The present investigation began taking into account the experience of field work and had a methodology based on a non-experimental design, of a correlational descriptive type, with a quantitative and cross-sectional approach. The results obtained were: a Rho Spearman coefficient of 0.734, demonstrating the positive impact relationship of the Management model to improve the competitiveness of the company in metropolitan Lima. Other results obtained regarding its components were: strategic guidelines (bilateral sig. = 0.000 <0.05; Rho = 0.614 **), strategic analysis (bilateral sig. = 0.000 <0.05; Rho = 0.648 **), identification and formulation of strategies (bilateral sig. = 0.000 <0.05; Rho = 0.605 **) and preparation and execution of the strategic plan (bilateral sig. = 0.000 <0.05; Rho = 0.663 **). It was concluded that the strategic management model significantly and directly affects the competitiveness of companies.

Keywords: service quality, strategic management, continuous improvement.

I. INTRODUCCIÓN

La presente tesis de investigación se inició tomando en cuenta la experiencia de campo, donde se constató que las empresas de Lima Metropolitana con la investigación actual se pudo comprobar la necesidad de aplicar un modelo de gestión estratégica que permita mejorar la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, el objetivo principal de determinar la influencia de la gestión estratégica en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana; cumpliendo el objetivo principal, obtener un coeficiente de Rho Spearman de 0.734, en que de manera correlacional positiva, pero moderada, se concluya sobre la relación de influencia positiva, que llega a tener la ejecución la gestión estratégica para un mejoramiento de la competitividad en las empresas en Lima Metropolitana; considerándose primordial tener en cuenta los lineamientos estratégicos, análisis estratégicos correspondientes, así como la identificación y formulación de estrategias y la elaboración y ejecución de plan estratégico, que conlleve hacia una alta competitividad.

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, las empresas se encuentran en una situación de cambios constantes, razón por la cual es imperativo analizar los factores internos: producción, imagen, fuerza laboral, recursos financieros. Así como elementos externos: puntos de vista estadísticos, condiciones monetarias, componentes políticos y legales, aspectos sociales y culturales, innovación, competencias, proveedores, personas intermediarias, el mercado. Estas representan oportunidades y, además, presentan limitaciones y dificultades para dichas empresas que de alguna manera fomentan o impiden su mejora. Los jefes deben tener la capacidad de reconocer las fuerzas ambientales anticipándose, reaccionando y adecuarse a estas. Para esto es básico hacer cambios y aplicar estrategias que conduzcan a la empresa de

la manera correcta. La gestión estratégica es el paso inicial, que guiará a la empresa a lo largo de este camino de una manera más competitiva y, en consecuencia, garantizará su éxito.

Por otra parte, no se consideran las prácticas, por ejemplo, el examen Dafo, el perfil interno competitivo y otras que sirven para analizar las circunstancias internas de la empresa, que se haya resuelto en la empresa con el objetivo darle más ordenación y enfoque a la gestión estratégica y la competitividad de la empresa. Con esta actividad de mejora persistente, la calidad de la empresa se adecuará más y se establecerán las bases para un desarrollo comercial razonable y decente.

1.2. Descripción del problema

Para una empresa es imprescindible tener ventajas competitivas respecto a su competencia, de tal manera garantizar la obtención de beneficios a largo plazo. Una ventaja competitiva representa cualquier característica para la empresa que lo protege de su competencia inmediata de su sector. Una empresa en el caso que obtenga beneficios rentables y sostenibles en el tiempo, tiene algo que su competencia no puede equiparar, a pesar de algunos de sus competidores intentan copiarlos, además del hecho de que tiene una ventaja competitiva, sin embargo, es sostenible en el medio y largo plazo.

La competitividad en las empresas desarrolla un papel muy importante, ya que estas deben tener una característica especial para obtener una primacía o un poco de margen de maniobra que las diferencie de su competencia. En esta línea, estas organizaciones mantienen un esfuerzo continuo para mantener su competitividad de una manera sostenible que sea un ejemplo de rivalidad y no ser consumidas o desaparecer del mercado debido a su falta de competencia.

Para la sociedad, tener empresas que puedan satisfacer sus necesidades y crear una situación que genere condiciones de bienestar para cada uno de sus actores, es un propósito

que puede ser logrado por esas empresas competentes y de lo sostenible que puedan tener sus propias ventajas competitivas, dichas ventajas se pueden afianzar con una apropiada gestión estratégica suficiente, que establezca los pilares que permitan tener a las asociaciones los procedimientos correctos, entre otros aspectos.

La presente indagación es significativa a la luz del hecho de que las organizaciones se ven obligadas a realizar estudios integrales completos para tener la opción de cambiar nuevas innovaciones con formas comerciales, técnicas de trabajo conectadas y, en esta línea, difundir con mayor eficacia los requisitos de sus clientes sin pasar por alto sus destinos de negocios y con frecuencia les permiten reconocer problemas que pueden perjudicarlos a largo plazo. Por fin, realizar una gestión de los planes de acción y objetivos definidos permitirá a las organizaciones lograr una ventaja competitiva ideal.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema principal

- ¿De qué manera la gestión estratégica influirá en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera los lineamientos estratégicos influirán en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?
- ¿De qué manera el análisis estratégico influirá en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?
- ¿De qué manera la identificación y formulación de estrategias influirá en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?
- ¿De qué manera la elaboración y ejecución de plan estratégico influirá en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes nacionales

En el ámbito nacional, Tejada y Ugaz (2017) propusieron una intención clave para elevar la agresividad de la empresa de servicios Serviconfort E.I.R.L. Los autores expresaron como su objetivo principal garantizar que la organización Serviconfort E.I.R.L. mejore generosamente la intensidad de la organización en la ciudad de Trujillo de 2016 a 2018 con el uso del arreglo de claves propuesto. A la luz de los datos e información adquiridos de los territorios de organización y actividad de una organización similar, se conectaron varios métodos, por ejemplo, reuniones y revisiones a diversos asociados en cada región. Con una estrategia esclarecedora y bajo las consecuencias de la revisión, se propuso la propuesta de un arreglo clave para mejorar decididamente la intensidad de la organización Serviconfort E.I.R.L., para lograr el uso de la propuesta, la organización logrará un marco de administración coordinado con una estructura autorizada apropiada lo que ayudará de esta manera a mejorar la agresividad de la organización Serviconfort E.I.R.L con lo que era concebible terminar, que una vez que la propuesta se actualice en el territorio operativo, se unirá a la mayoría de los especialistas preparados, que brindan una administración de calidad, con elementos según lo indicado por el mercado, lo que repercute de manera positiva en la administración otorgada.

De otro lado, Gonzáles (2015) propuso un modelo de Gestión Estratégica de Orden en una relación a través del consorcio Mypes del área de reparadores de metales de Villa El Salvador para mejorar la agresividad y el desarrollo continuo. Expuesto ante la Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, sostiene que. los componentes principales que se crearán en los Mypes de Villa el Salvador para producir una asociatividad agresiva son punto por punto: la cultura empresarial de colaboración, confianza, deber, cooperación y enfoque en objetivos ajustados a una visión pionera. En este sentido, la

asociatividad apuntará a un típico avance propio entre sus partes, que debe considerarse como un procedimiento de mejora en el que las reuniones incluidas descubren.

Por su parte, Quispe (2015) se propuso establecer la relación entre la organización clave y la agresividad comercial en el complejo recreativo Ponceca Ecoturístico Andahuaylas región, 2015. En nuestra nación, el sistema aún no está completamente aclimatado en las Mype, las constantes emergencias han obstaculizado la visión de largo recorrido. En este momento las organizaciones se están concentrando en la disminución de costos. Posteriormente, se encontró una relación notable entre los factores clave de la organización y la intensidad del negocio, los propietarios deben considerar que estos factores por separado son una parte de la mejora empresarial, teniendo en cuenta que, con una excelente organización, se guarda la dirección que tienen para lo que está por venir. Buscado por esta organización, alentando el liderazgo básico constante, constantemente rodeado de satisfacer las necesidades del comprador, lo que le permitirá mantenerse enfocado en el vecindario, el mercado provincial y su aliento en el grado nacional.

Además, Gonzáles (2014) tuvo como propósito, identificar el impacto de la Ley N.º 28015 sobre la administración y la agresividad de las Mypes del segmento material en el lugar de La Victoria, considerando que el propósito básico de este tipo de organizaciones es que no lo hagan. Completar un negocio satisfactorio para los ejecutivos, ya que sus ejercicios se realizan comúnmente por observación. Las consecuencias del trabajo de campo demostraron que una gran parte de estas organizaciones no conocen la Ley No. 28015, que hace que su administración sea insuficiente y no les permita ser agresivos, para manejar las circunstancias que podrían surgir en cuanto a tarifas y tarifas. utilización de la financiación; Además, no conocen la asociatividad corporativa, ángulos que deben ser corregidos para tener una gran administración que beneficie a la organización en la totalidad de sus campos de actividad. Se presumía que la mayoría de las organizaciones, por lejos, tienen una

organización comercial deficiente o inexistente que afecta al mercado local y externo y las produce para dejar de lado las oportunidades de atender solicitudes enormes, perdiendo la posibilidad de asociarse con diferentes organizaciones según la Ley N ° 28015.

También, Suarez (2014), propuso un modelo de gestión estratégica de pedido para una asociación de MYPE peruanas del sector muebles de madera del parque industrial de Villa el Salvador para incrementar la competitividad, productividad y satisfacer la demanda del mercado nacional y extranjero establecido por los TLC's. La presente tesis abordó la presentación de un modelo de investigación, denominado Gestión Estratégica de Pedido, aplicado a una asociación de Mypes. Por lo tanto, la hipótesis de la investigación realizada plantea que, mediante un enfoque asociativo y aplicando los conocimientos de la Gestión por Procesos, el modelo de Gestión Estratégica de Pedido permitió incrementar la competitividad y productividad de las Mypes peruanas, permitiendo atender pedido de gran volumen de clientes del extranjero. Por consiguiente, la tesis desarrollada está dividida en cuatro capítulos. El primero, se refiere al marco teórico, donde se establece la definición de MYPE y su problemática actual en Perú y en Latinoamérica; definiciones acerca de la competitividad y asociatividad: tipos de asociaciones y beneficios; definición de gestión por procesos y planificación estratégica. En cuanto al segundo capítulo, en primera instancia, se aborda la situación actual de las Mypes peruanas a nivel nacional, seguidamente de las MYPE del sector maderas en Lima Sur; por último, el resultado de las encuestas realizadas a las MYPE de muebles de madera ubicadas en el Parque Industrial de Villa El Salvador, en cuanto al modelo realizado. En el tercer capítulo, se plantea la hipótesis del grupo de investigación y el mapa de procesos del mismo, seguidamente del modelo de gestión estratégica de pedido, su relación con los modelos estratégicos apoyo, así como los procesos que desarrolla el mismo para elevar la productividad y competitividad. En última instancia, se presenta la validación del modelo, es decir, cómo este modelo puede ser factible de aplicar

para una asociación de MYPE. Finalmente, el cuarto capítulo, se presentaron las conclusiones del proyecto de investigación realizado, basado en un enfoque de causa-efecto.

1.4.2. Antecedentes internacionales

Se analizaron diversos trabajos del ámbito internacional, entre ellos, uno de Colombia, de Celeita (2006), quien propuso un conjunto de estrategias capaces de mejorar la competitividad de la empresa Recomat L.T.D.A, presentada ante la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de San Buenaventura. El objetivo principal fue proponer el detalle de las técnicas adecuadas para mejorar la agresividad de la organización Recomat Ltda. dentro del mercado. En primer lugar, en la exploración, se completó un informe fascinante para reconocer los factores que influyen en la organización Recomat Ltda. dentro y de forma remota. Se utilizaron procedimientos de recopilación de datos explícitos, por ejemplo, percepción, reunión. Para la evaluación de los territorios prácticos, se utilizó la clave tendente a las organizaciones demostrativas, ya que son dispositivos que permiten distinguir efectivamente las partes positivas y negativas de cada territorio considerado.

Los territorios evaluados fueron: Gestión estratégica, Marketing, Operación y Servicio, Recursos humanos, Gestión de calidad, Contabilidad y Finanzas. Por lo tanto, se logró que, a pesar de ser una organización juvenil Recomat Ltda., que tiene una capacidad humana preparada y presentada, los problemas eran evidentes en las regiones de administración y comercialización debido a la ausencia de talleres de administración de reclamaciones, pero, además, fortalecen Ideas de colaboración e iniciativa dentro de la organización. El razonamiento de que los procedimientos de organización clave son clave para la mejora de una asociación, en cualquier caso, no solo se aplica a organizaciones mundiales u organizaciones de dirección increíble, ya que la organización efectiva de un negocio depende en gran medida de pasar de ser una organización Pyme para convertirse en un negocio. Organización fuerte y productiva.

Por su parte, en Ecuador, Oré (2016), formuló un modelo de gestión estratégico empresarial para mejorar la productividad en la empresa peruana Cesel S.A. Consultores. La empresa Cesel Consultores S.A sucursal Ecuador, ubicada en la ciudad de Quito, aunque su oficina matriz reside en la ciudad de Lima en Perú. Esta entidad a pesar de ser reconocida a nivel internacional, no refleja muchos años de experiencia en el territorio ecuatoriano, por lo que presentan ciertos problemas en sus niveles de productividad. Por ello se requirió la necesidad de proponer e implementar un modelo de gestión estratégica en el que se detallan los programas y procedimientos a ejecutarse en el futuro; por lo que, es necesario identificar en primera instancia las conceptualizaciones correspondientes para la estructuración del modelo propuesto por Wheelen y Hunter.

En el marco metodológico, se destacó el diseño y el tipo de investigación en el que, se determinan las correspondientes variables dependiente e independiente, las cuales son evaluadas mediante las diferentes técnicas de recolección de datos, cuyos resultados se enfocan en el planteamiento de las estrategias para la estructuración del modelo, el mismo que se conforma por la visión, misión, objetivos, estrategias, políticas, programas, presupuestos, y desempeño. Todas estas etapas permitirían llegar hacia el cumplimiento de sus objetivos encaminados hacia la productividad de la empresa dentro de un corto, mediano y largo plazo.

En Venezuela, Mansilla (2012) planteó un modelo de gestión estratégica para el logro de Competitividad en las Pymes de la industria del Software en Valencia, Carabobo, Caso Unove C.A. Tuvo el propósito de generar una propuesta de gestión estratégica en las pymes de la industria del software Unove C.A., en valencia estado Carabobo dada la rápida expansión y nuevos horizontes que presenta dicha industria. El tipo de investigación se enmarca dentro de un proyecto factible de nivel descriptivo con un enfoque cualitativo. Como población y muestra se tomó a la empresa caso estudio Unove, C.A. La información

se obtuvo a través de una entrevista abierta basada en un guion previamente validado por expertos en el área de estudio. A partir de dicha información se tomaron principios gerenciales presentados por varios autores reconocidos, junto con la experiencia propia del investigador con la finalidad de generar la propuesta de gestión con un enfoque contextualizado dentro de la región en estudio.

Dentro de los resultados de la investigación se pudo conocer que la empresa (caso de estudio) no muestra esfuerzos notables para hacer frente a las nuevas tendencias que rigen el mercado como tal, sin embargo, se dan a conocer un número importante de oportunidades bastante atractivas que pueden ser aprovechadas por la compañía, esto debido a las necesidades en aumento en materia de servicios de tecnología de información y comunicaciones por parte de diversas empresas en todas las industrias.

También, Ortecho (2011) presentó una mejora del proceso de distribución de una empresa de aceites y grasas lubricantes, para optar el título de Ingeniero Industrial de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. La autora sostuvo concluyó que a pesar de que la empresa es una de las líderes en el mercado peruano de lubricantes, se identifica la necesidad de fidelizar a sus clientes actuales. Esto es debido a los reiterados incidentes en el despacho de la mercadería a sus clientes distribuidores de provincia, especialmente en la entrega fuera de fecha y en la entrega incompleta de mercadería. Como se observa, estos dos tipos de incidentes representan el 75% y son el principal problema del área analizada.

El aporte de esta investigación radica en la importancia sobre los problemas que se presentan tanto a nivel de gestión y en la misma ejecución de los servicios ofrecidos a los clientes, siendo esencial para ello aplicarse técnicas y herramientas de gestión estratégica, como el planeamiento estratégico y planes de mejora continua, así como estudios de calidad total que conlleven a dar solución inmediata a los problemas detectados in situ y que se pueda fomentar el incremento de la calidad de producción o de servicios de la empresa.

En Ecuador, Vargas (2014), también expuso un plan estratégico para optimizar la competitividad del Depósito Dental Noemí Caicedo, trabajo presentado ante la Facultad de administración de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Tuvo como objetivo principal, desglosar la circunstancia actual de Noemi Caicedo Dental Depot para mejorar su intensidad a través de la elaboración de un arreglo vital que cubra todas las perspectivas y que permita producir la invariabilidad del negocio en el país. Con la ayuda de una revisión y la organización de dos reuniones del centro donde se construyó una encuesta concluyente creyendo que los criterios más aplicables tienen la opción de comprender y analizar perspectivas que ayudan a comprender lo que es importante para el cliente, por lo que se logró que observación de que los clientes tienen un valor focalizado, ofrecen artículos de calidad y tienen una excelente administración de clientes, no obstante, está bombardeando el suministro de ciertos mecánicos dentales y artículos instrumentales.

Para la propuesta de mejora, el procedimiento convencional de Enfoque de Porter se tomó como un método para atraer nuevos clientes. Se consideró cambiar el sitio del Depósito dental, que hasta el momento solo es útil, a una página basada en el valor que permita compras en línea (de antemano indagando si estaban ansiosos por comprar en la web, donde se obtuvo una respuesta certificable). adquirido de más del 60% de los encuestados). Se planifica un razonamiento que, con el arreglo vital creado, mediante un procedimiento metodológico no exclusivo, para mantener a los clientes actuales y atraer nuevos clientes, satisfaciendo completamente sus necesidades, mejorando así la intensidad del Depósito Dental Noemi Caicedo.

Por otro lado, en Colombia, Rosero (2013) presentó un plan de mejoramiento para la implementación de planeación estratégica en la empresa quesera Los Guadales de la ciudad de Santiago de Cali, trabajo presentado ante la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales San Buenaventura. Tuvo como objetivo central, proponer un Acuerdo de

Mejora que permita a la Organización actualizar un Plan Estratégico. Con la ayuda de los datos archivados proporcionados por la Compañía Quesera "Los Guadales", se unieron las manos en el trabajo que depende de la percepción en la que se reunirá el personal a través de una encuesta, junto con las fuentes bibliográficas, la Planificación Estratégica se estableció con los avances que se acompañan: Establecimiento de objetivos , Análisis del medio ambiente, Diagnóstico estratégico, Análisis de matrices, Gestión estratégica y Desarrollo de muchas actividades (sistemas), todas propuestas para cada generación y territorio autoritario de la organización a fin de enfocarse progresivamente en su industria.

Con esto fue posible inferir que la utilización de una Planificación Estratégica se sumará a Quesera Los Guadales, mejorará su dimensión de agresividad, mediante el cumplimiento de los objetivos clave propuestos por la propuesta, de todos modos, los elementos para la Compañía "Quesera Los Guadales". Se puede enfocar a largo plazo en la ejecución de otra solicitud interna a través de procedimientos administrativos, arreglos vitales, ampliación de elementos, calidad y mejora de la eficiencia.

1.5. Justificación de la Investigación

Esta investigación se justifica porque su objetivo es mejorar la agresividad de las organizaciones de Lima Metropolitana 2018, dada la importancia que ha adquirido el enfoque que existe actualmente en la acción empresarial de las naciones creadas. El propósito de la investigación es significativo porque la gestión estratégica tiene como instrumento la proyección en la administración superior, que construye el liderazgo básico en técnicas que aumentan la intensidad de la creación, tratan y resuelven con autoridad los impedimentos internos en el uso. Límite de generación y en la cadena de coordinaciones que tienen organizaciones similares, todas juntas pueden hacer una administración superior de sus negocios tomando las decisiones correctas que les permitan mejorar la rentabilidad y la agresividad dentro de éstas, a pesar de ofrecer artículos y calidad de servicios y alta

agresividad. Dar los establecimientos hipotéticos básicos sobre las relaciones de sugerencia entre dichos factores y sus marcadores comparativos; lo que permite dar con la ayuda más prominente requerida para el detalle y la ejecución de la propuesta del modelo de administración vital.

1.6. Limitaciones de la investigación

El examen se realizó en las oficinas de la Entidad Patrocinadora de Proyectos S.A., dedicadas a la exhortación y promoción de negocios; poco a poco, el arreglo tópico y propuesto se coordina, con los cambios relevantes, a cada uno de los elementos de la parte.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

- Determinar la influencia de la gestión estratégica en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018

1.7.2. Objetivos específicos

- Establecer la influencia que tendrá los lineamientos estratégicos en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.
- Evaluar la influencia que tendrá el análisis estratégico en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.
- Analizar la influencia que tendrá la identificación y formulación de estrategias en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.
- Medir la influencia que tendrá la elaboración y ejecución de plan estratégico en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis general

- La gestión estratégica permitiría mejorar la competitividad de las empresas de Lima Metropolitana, 2018.

1.8.2. Hipótesis específicas

- Los lineamientos estratégicos permitirían el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.
- El análisis estratégico permitiría el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.
- La identificación y formulación de estrategias permitiría el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.
- La elaboración y ejecución de plan estratégico permitiría el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Competitividad

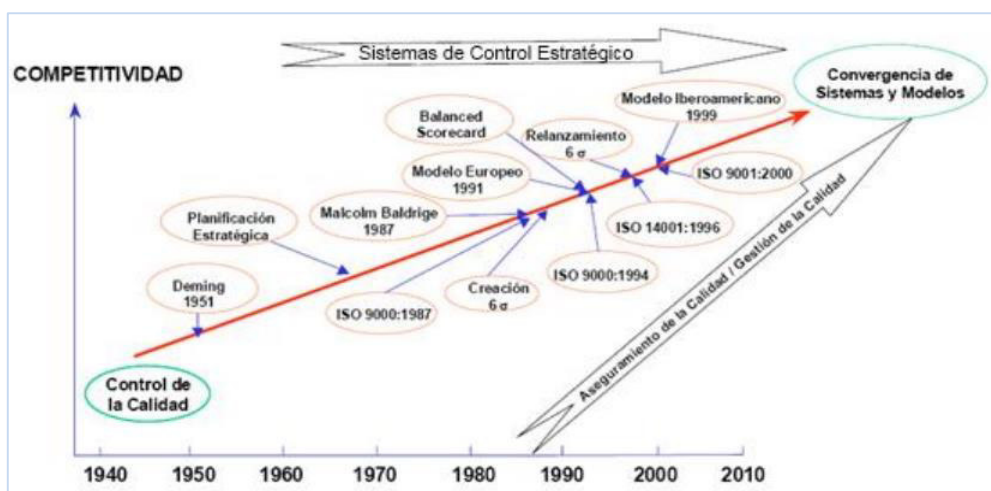
La intensidad es la consecuencia de la unión de una progresión de componentes financieros, geográficos, sociales y políticos que estructuran la premisa básica de la mejora de un país. (Araoz, 1998). La agresividad no es una fase a la que se debe llegar, sin embargo, es un procedimiento ininterrumpido de esfuerzos conjuntos para obtener propiedades diferenciables (...) en las que los resultados se adquieren a largo plazo "(Horta y Jung, 2002, p. 6).

2.1.2. Control estratégico

El control clave es un tipo único de control jerárquico que consiste en verificar y evaluar el proceso de organización de claves para mejorarlo y garantizar su tarea. (Gálvez, 2007)

Figura 1

Sistema de Control Estratégico



Fuente: Tomado de Gálvez, et al., (2007)

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Administración estratégica

Según lo indicado por Rocca (2015), un modelo de gestión de órdenes estratégicas está definida como un vínculo interno que únicamente posee los procesos establecidos por reglas fundamentales, que además contiene las prácticas al interior del ciclo de existencia de la totalidad de requerimientos a la cadena de valor de cada empresa. Entre sus principales propósitos están la aprobación de la solicitud junto con los sistemas de ensamblaje. Sus elementos son:

- Reglas estratégicas
- Examen estratégico
- Identificación y definición de sistemas.
- Preparación y ejecución de arreglo de llaves.

2.2.2. Reglas estratégicas

- **Misión**

La misión se define como el conector imprescindible que identifica el método de razonar de la organización, además contiene el inicio de la utilización de la gestión clave (Armijo, 2011). Según lo afirmado por Argandoña (2016), la misión es una exposición clara que contiene todas las obligaciones que hacen posible la construcción de una organización, considerando los motivos e importancia de sus prácticas.

- **Visión**

Para Armijo (2011), la visión se refiere al futuro, la forma en que la empresa considera lograr un posicionamiento en el mercado. Incluye la percepción referente a su entorno y expone las virtudes sobre las que se cimentarán sus actividades transparentes. Para Argandoña (2016), la visión es el sentimiento indiscutible y participado de lo que una empresa se propone alcanzar en el mediano y largo plazo. De otro lado, Bratianu y Balanescu

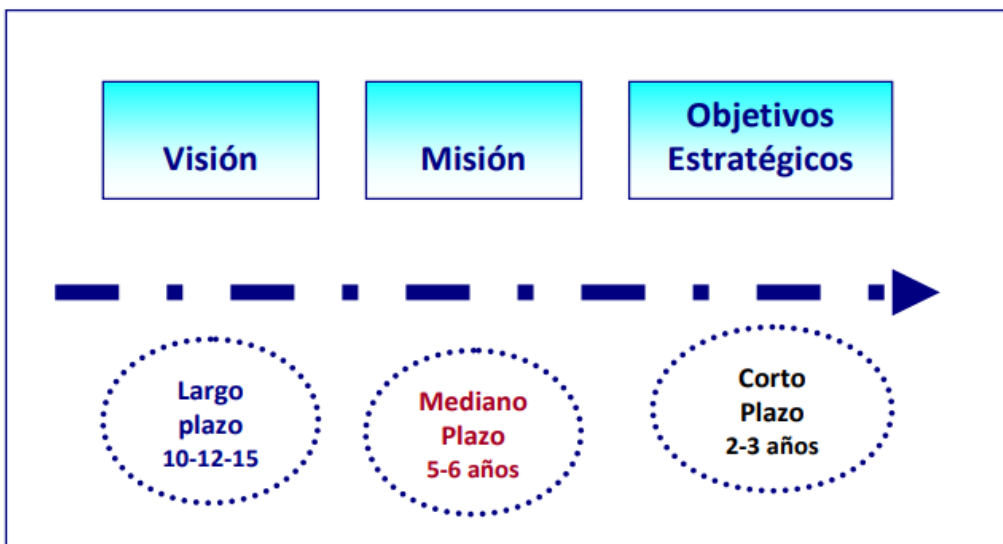
(2008) señalaron que la visión es un efecto a futuro respecto a las posibilidades de logros de la organización.

- **Objetivos estratégicos**

Según Armijo (2009), los objetivos estratégicos están contenidos como un adelanto futuro, ante la construcción de la misión. Los propósitos fundamentales están focalizados hacia los logros que la empresa aguarda y ansía culminar en un período de tiempo mayor a un año o según la conveniencia, de forma eficiente y factible.

Figura 2

Secuencia de lineamientos estratégicos



Fuente: Tomado de Armijo (2011).

De otro lado, Kaplan y Norton (2008) afirmaron que los objetivos fundamentales, tales como los mapas clave, tratan sobre los procesos para el tratamiento de gráficos y palabras, los destinos generados por la empresa para el desarrollo de una ponencia clara, pertinente y oportuna. Sin embargo, para alcanzar las mejoras en la gestión de los vínculos con los clientes individualmente, en los procesos operantes; es fundamental vincular las

medidas de los marcadores con la finalidad de que los propósitos principales sean más viables y de mayor significancia.

2.2.3. Investigación estratégica

Para Martínez y Milla (2012), la investigación vital es como lo subyacente del procedimiento, en la que el trabajo a realizar se incluye con el punto de definir y en esta línea actualizar cada una de esas técnicas vitales. En este sentido, es básico realizar un examen tanto de forma remota como interna que incluya los procedimientos que lo acompañan: Analizar destinos autorizados: este es el lugar donde la visión, la misión y los objetivos clave de una organización están comprendidos progresivamente a los objetivos que se ajustan y cumplen. investigado Condición: este es el lugar donde la supervisión y el examen constante de la tierra son fundamentales, al igual que la disección de los contendientes. Este dato es básico para decidir aberturas y peligros en la tierra.

2.2.4. Análisis interno

Al respecto, Gonzáles (2015) señaló que las cualidades internas y las deficiencias dan una premisa para establecer objetivos y metodologías con la expectativa de explotar las cualidades interiores para vencer las deficiencias. Cuando se habla de la condición interna, hablamos de las capacidades inequívocas, en ese sentido, las habilidades particulares son las cualidades particulares de cada organización que le permiten separar sus elementos y administraciones de lo que ofrecen sus oponentes; Logrando bajos gastos o calidad fantástica en sus artículos. Por su parte, Aparicio (2013) argumentó que este examen permite reconocer las dos cualidades y deficiencias que pueden decidir los logros como la decepción de una organización en un área. Además, examinar las cualidades y las conexiones entre los ejercicios incorporados en la cadena de valor puede ser un método para encontrar fuentes potenciales para la organización.

2.2.5. Análisis externo

Según lo afirmado por Gonzáles (2015), para el detalle de las metodologías, debemos comenzar con un examen de la considerable cantidad de poderes que conforman el mercado en el que la organización tiene un lugar. En general, lo que intentamos es distinguir las oportunidades y los peligros que cada organización debe enfrentar y utilizar esta investigación para detallar los sistemas que llevan a obtener una ventaja sobre el desafío. Las puertas abiertas comienzan cuando la organización explota los estados de su condición y de esta manera actualiza los procedimientos que le permiten ser cada vez más mantenibles.

2.2.6. Pruebas distintivas y definición de técnicas

Según Tobar (2007), el método adecuado para proponer un procedimiento incluye la ejecución de un plan de actividad para lograr los objetivos a través de los cambios más adecuados para la asociación con su condición. Los procedimientos son los métodos por los cuales se cumplen los objetivos (largo plazo) de una organización, la recepción de enfoques y la asignación de activos vitales para su satisfacción. Por otro lado, Rosas (2016) consideró que el plan clave para toda empresa se genera partiendo de los siguientes componentes: sistemas corporativos, operaciones enfocadas y métodos corporativos.

De acuerdo con Martínez y Milla (2012), las técnicas corporativas están vinculadas con las coyunturas que interesan el compromiso de negocios de la empresa, las estrategias sobre la competitividad buscan que las empresas se preocupen por construir las bases que faciliten obtener un mando superior, fundamentarse solamente en una pequeña parte del mercado o en un concreto segmento de acción. Por otro lado, Saniz (2015) sostuvo que los sistemas operativos se consideran dentro de la organización muchas capacidades en zonas, por ejemplo, publicidad, generación, RR. HH., trabajo innovador, etc. y el mejor enfoque para comprenderlo es desglosar el avance de cada capacidad en relación con aquellos que Son ejecutados por el desafío.

2.2.7. Análisis jerárquico

Al respecto del análisis jerárquico, Franco y Torrenegra (2009) argumentaron que se trata de un autoanálisis permanente que se concluye como un manual capaz de evaluar el límite de reacción de la empresa, incluso en coyunturas distintas. Por otro lado, Tejada y Ugaz (2017) afirmaron que el nexo entre la tierra y la empresa se define con la elevación de su nivel de utilidad y su vinculación fiable, suspendida y expuesta con el cliente, lo que involucra mejorar permanentemente para las exposiciones futuras.

2.2.8. Investigación de oportunidades

Según Rodríguez (2011), la investigación de las oportunidades en el mercado se ha transformado en un mecanismo imprescindible para las organizaciones, muy útil en la toma de decisiones.

2.2.9. Análisis de brechas

El análisis de brechas según Zamora (2009), se explica mediante el siguiente proceso: Primero: se recopilan los datos que se completan como base para la ejecución de los requisitos previos caracterizados por la norma. Por lo tanto: los datos se complementan con una reunión directa con la persona responsable del compromiso, a través de una reunión. Por fin: los agujeros que existen se resuelven a partir de los datos recopilados y de la reunión.

2.2.10. Elaboración y ejecución de plan estratégico

Para Guerrero y Vélez (2017), la organización de llaves se define como la máxima aspiración, el propósito detrás de ser, el compromiso que permitirá elevarse por encima, el apoyo de que la penitencia es ventajosa. De otro lado, Gonzáles (2017) afirmó que, en cualquier situación, las empresas norteamericanas elaboraron y ejecutaron sus planes estratégicos, pero posterior a la década de los 80 decidieron sacarlos de sus actividades. Sea como sea, años después del hecho de que resurgió con nuevos sueños e ideas, este procedimiento de arreglo en este momento tiene un uso alternativo y está conectado en

organizaciones, grandes, medianas y pequeñas, cada una con una estructura específica en cuanto a su aplicación.

Por su parte, Armijo (2011) señaló que la organización de claves se caracteriza por ser un procedimiento que requiere información constante sobre cómo funcionan las metodologías dentro de la organización. En la división privada, las asociaciones filtran su exhibición a través de indicadores, por ejemplo, beneficios, empresas, negocios, etc. Estos marcadores acreditan los datos clave a la organización para establecer las opciones con respecto a los procedimientos, tolerarlos o descartarlos para realizar alguna modificación.

2.2.11. Evaluación del plan estratégico

Para la evaluación de objetivos de organización vitales, los marcadores son de efecto o resultado; y debido a los destinos clave, sus resultados serán en general de acuerdo con lo siguiente: Cada objetivo contiene un indicador solitario. De vez en cuando, en el caso de que no se pueda hablar con un puntero solitario, más allá de lo que se puede planificar. Además, el marcador y el objetivo deben compararse con el objetivo vital. El marcador (unidad de medida, característica) es el más adecuado para medir (el estado de progreso) el objetivo vital, es decir, para ser aplicable (Ceplan, 2016).

Figura 3

Evaluación del planeamiento estratégico en la organización.



Fuente: Tomado de Rosas (2016).

2.2.12. Ejecución del plan estratégico

La ejecución del plan estratégico, según Rosas (2016), se refiere al camino más corto para la conexión, para la formulación de un plan de acción organizado por los supervisores de la organización e incluye esencialmente separarlo en partes caracterizadas con pensamientos vitales. Los medios del Plan son los que acompañan:

- Definir objetivos: el plan debe contener un objetivo razonable y para que su ejecución sea cuantificable. Sin este objetivo, el plan de actividades no puede ser iniciado.

- Especifique las técnicas: es el lugar donde debe indicar las metodologías para lograr los objetivos. A pesar de elegir la estrategia que se realizará durante el camino hacia la ejecución del acuerdo.

- Establecer los compromisos: los medios a seguir deben ser considerados, para cada uno de los sistemas propuestos, deben ser bastante seguros e irresistibles, reflejando cada avance vital.

- Elaborar el gráfico de Gantt: cada recado debe presentar ocasiones explícitas, con fechas de inicio y finalización, para las cuales es apropiado decidir sobre la organización de un gráfico de Gantt.

- Asignación de personas conscientes: el último avance debe ser entregado a los responsables de cada recado, quienes deben estar asociados con la ejecución del plan de actividades.

2.2.13. Calidad de los Servicios

La calidad equivalente es cero imperfecciones, la calidad lo hace bien desde el primer momento, la calidad es la conformidad con ciertos requisitos, etc. Lo cual, claramente, en las administraciones, no es concebible constantemente. (Arrascue y Segura, 2016). Por su parte, Fontalvo y Vergara (2010) afirmaron que la calidad se puede caracterizar como la disposición de atributos naturales de una administración o personal decente que aborda los

problemas y deseos de los clientes. En cualquier caso, numerosos creadores caracterizan la calidad desde puntos de vista alternativos. La naturaleza de la administración se caracteriza por la impresión que tiene el cliente de la administración (Zeithaml y Bitner, 2000).

2.2.14. Tangibilidad

Según Droguett (2012), la condición de tangibilidad se define por la presencia de oficinas físicas, equipos, profesores y materiales de correspondencia. Estos componentes proporcionan representaciones físicas o imágenes de la administración que los clientes, especialmente las nuevas, usarán para evaluar la calidad.

2.2.15. Confiabilidad

La idea de confiabilidad subyace en el error de estimación de una capacidad solitaria que permite anticipar el alcance de la varianza que puede ocurrir en la capacidad de un sujeto, debido a variables irregulares sin importancia. (Reidl-Martínez, 2013). El término calidad inquebrantable considera la exactitud que, en forma repetida, los resultados de los ensayos estiman lo que requieren medir (Fuentes, 1989).

Según lo indicado por Montero (2013), métodos de calidad inquebrantables exactitud, consistencia, seguridad en las reiteraciones. Una definición calculada genuinamente ilustrativa demuestra que un instrumento es sólido cuando está conectado en condiciones similares a temas similares crea resultados similares. La calidad inquebrantable es una condición esencial, sin embargo, no es adecuada para la legitimidad. Es decir, si el instrumento muestra un nivel satisfactorio de legitimidad, sugiere que también debería tener un nivel digno de calidad inquebrantable, sin embargo, lo inverso no es válido, es decir, un instrumento que muestra un estado anormal de confiabilidad no es realmente sustancial, ya que puede medir con alta precisión y consistencia, pero sin la seguridad de que lo que se estima es el constructor de la intriga. La prueba de la fiabilidad es una necesidad importante, pero no es adecuada para la legitimidad.

2.2.16. Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta, según López (2006), se encuentra en función del grado de prosperidad logrado por la respuesta a una consideración o consideración específica, unida a cambios fisiológicos y mentales que posiblemente podrían mostrarse de forma remota, sin embargo, que inspiran a desencadenar ciertas actividades o reacciones sustanciales. Blanco (2009), por su parte, afirmó que el límite de reacción alude al entusiasmo y la disposición de los representantes para acudir al cliente. Los deseos que tienen en relación con el límite de reacción son:

Los empleados de los grandes cafés educan a sus clientes precisamente qué administraciones darán. Los empleados de restaurantes increíbles dan un rápido apoyo a sus clientes.

Los empleados de restaurantes increíbles están continuamente listos para apoyar a sus clientes. Los empleados de restaurantes increíbles nunca están demasiado ocupados para pensar siquiera en satisfacer las demandas de los clientes. La capacidad de respuesta también refleja si la organización está preparada para dar a la administración. (p. 45)

2.2.17. Empatía

La compasión es una variable básica en la investigación de la conducta humana, y su examen es de una prima extraordinaria tanto en el campo de la psicopatología (Letourneau, 1981). De otro lado, la simpatía es la capacidad de comprender los sentimientos y sentimientos de los demás, a la luz del reconocimiento de los demás como comparables. Es una habilidad imperativa para los individuos, considerando que toda la vida sucede en entornos sociales complejos. (López et al., 2014).

2.2.18. Eficacia de los procesos

Este concepto tiene su origen en el latín "eficaz", por lo tanto, se obtiene de facere, que significa "hacer o cumplir" (Mokate, 1999). El Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española expresa que "adecuación" significa "prudencia, movimiento,

calidad y capacidad para actuar". María Moliner descifra esa definición y propone que la "adecuación" se aplica a las cosas o individuos que pueden crear el impacto o brindar el apoyo de los que están planificados ". Algo es viable en caso de que logre o haga lo que debería hacer. Los léxicos del idioma inglés demuestran definiciones comparativas. Por ejemplo, Webster's International caracteriza la suficiencia como la condición de reportar los efectos en modo estándar.

Aplicando estas definiciones a las estrategias y proyectos sociales, la adecuación de una estrategia o programa podría comprenderse en función de cuánto se logren los objetivos propuestos. Un programa es viable en el caso de que cumpla con los objetivos para que se estructure. Una asociación poderosa satisface completamente la misión que le da motivación para ser. De la misma manera, un objetivo debe caracterizar el tiempo en el que se requiere para crear un impacto o elemento en particular. En este sentido, una actividad es viable en caso de que cumpla con los objetivos normales en el tiempo previsto y con la calidad normal (Mokate, 1999).

2.2.19. Nivel de efectividad

El nivel de efectividad, de acuerdo a Lam y Hernández (2008), es la conexión entre los objetivos y los resultados en condiciones reales. Es cuánto están conectados los resultados. Alude a los impactos de un movimiento y sus últimos resultados, ventajas y ramificaciones para una población en relación con los objetivos establecidos (p. 2). La viabilidad se centra en el logro social y la lealtad del consumidor (Pérez, 1998, pp. 25-40.).

Según Cervera (2011), la viabilidad autoritaria tiene un sentido social, ya que son las personas, ya sea por separado o en reuniones, que aquí y allá están conectados e intrigados con la asociación que van a hacer una la decisión es convincente o no, y esto dependerá de sus solicitudes y deseos, y de qué tan bien la asociación se haya adaptado para cumplirlos.

2.2.20. Fidelización del cliente

La devoción del cliente se caracteriza por la conducta recortada de la obtención de un artículo o administración, debido a las buenas costumbres o al liderazgo básico de un procedimiento de evaluación (Jacoby y Kyner, 1973). Unos pocos exámenes han revelado que la fidelidad del cliente puede desaparecer antes por el sentimiento que el cliente tenía de la administración (Bolton y Drew, 1991; Vakratsas y Ghauri, 2004, Lam et al., 2004, McCain et al., 2005,).

2.2.21. Nivel de seguridad

Para Foucault (2010), la seguridad es una idea traída al mundo con progresismo, y alude a un método para supervisar con el fin de garantizar que las personas o la red se descubran de la forma más escasa posible a los riesgos, lo que lleva a la ejecución del control, estrategias de intimidación y compulsión en torno al bienestar (control de infecciones y limpieza), irregularidades, al igual que la lucha contra las prácticas aisladas y la resistencia contra los peligros externos al Estado, que se distinguen en su mayor parte en la actividad de los diferentes estados.

2.2.22. Nivel de calidad de consideración

Para Deming (1989), la calidad es la lealtad del consumidor y es solo una progresión de las consultas hacia una mejora constante; aunque para Crosby (1991), la calidad es esencialmente la consistencia con las necesidades.

2.2.23. Calidad

Fontalvo et al., (2009) nos revela que la calidad se puede caracterizar como la disposición de atributos inalienables de una administración o personal decente que aborda los problemas y deseos de los clientes. No obstante, numerosos creadores caracterizan la calidad desde puntos de vista alternativos.

2.2.24. Servicio

Stanton et al. (2000), caracterizaron a las administraciones como prácticas identificables e imprecisos que resultan ser el principio esencial en “ejercicios reconocibles y evasivos que son la razón fundamental de una reciprocidad orientada a intercambio destinado a suministrar a los clientes el proporcionar a los clientes las satisfacciones de sus requerimientos (p. 6)

III. MÉTODO

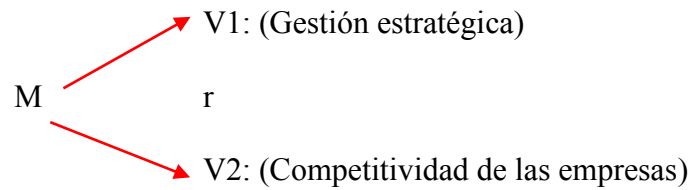
3.1 Tipo de investigación

La presente investigación según Hernández et al. (2010), son de tipo explicativo porque van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos y correlacional porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Cabe resaltar que en una misma investigación se puede incluir diferentes alcances todo dependerá de lo que se busca determinar en la investigación.

Además, cuenta con un enfoque cuantitativo según lo mencionado por Ramírez et al. (2007), porque considera como objeto y campos de investigación solo los hechos o fenómenos observables, susceptibles de medición y adopta el método hipotético-deductivo cuyos procedimientos son: la observación, la formulación de hipótesis y posteriormente la contrastación o prueba de hipótesis, finalmente la correlación de variables para conseguir el rigor del método científico.

3.1.1. *Diseño de investigación*

De acuerdo a Morán y Alvarado (2010), es de corte transversal porque recopilan datos en un momento único. Por otra parte, Mayurí (2015) afirmó que el diseño de investigación es No experimental, porque no se manipula el factor causal para la determinación posterior en su relación con los efectos y sólo se describen y se analizan su incidencia e interrelación en un momento dado de las variables. Según Hernández et al., (2010), constituyen investigaciones no experimentales porque son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural.



Dónde:

m = Muestras tomadas para observaciones

V. 1 = Variable 1

V. 2= Variable 2

r = Correlación

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población de estudio es el total de empresas que se encuentran en Lima Metropolitana, el cual cuenta con 993 empresas de acuerdo al análisis de la estructura empresarial en Lima Metropolitana, ya que estos participan de manera exclusiva y cotidiana en las actividades diarias, y se relacionan con las dimensiones que se pretende medir.

3.2.2 Muestra

La muestra de estudio se determinó en 278 empresas que se ubican en Lima Metropolitana. La muestra fue de tipo aleatoria-sistemática y su tamaño será calculado usando la siguiente fórmula de población finita con proporciones con un error estimado de 0.05 % y un acierto del 95 %:

Margen: **5%**

Nivel de confianza: **95%**

Población: **993**

Tamaño de la muestra: **278**

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

3.3 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Variable independiente: Gestión estratégica	Lineamientos estratégicos	Misión
		Visión
		Objetivos estratégicos
	Análisis estratégico	Análisis Interno
		Análisis Externo
	Identificación y formulación de estrategias	Análisis Organizacional
		Análisis de oportunidades
		Estudio de brechas
	Elaboración y ejecución de plan estratégico	Evaluación del plan estratégico
		Ejecución del plan estratégico
Variable dependiente: Competitividad de las empresas	Calidad de los Servicios	Tangibilidad
		Confiabilidad
		Capacidad de Respuesta
		Empatía
	Eficacia de los procesos	Nivel de efectividad
		Nivel operatividad
	Fidelización de Clientes	Nivel de Seguridad
		Nivel de calidad de atención

3.4 Instrumentos

Los instrumentos fueron contruidos con el objetivo de medir las dimensiones que se involucran en la investigación. El instrumento utilizado en el trabajo de investigación es

la encuesta que se realizó en forma escrita, mediante un formulario con 20 preguntas, las cuales tienen escala de Likert, con preguntas diseñadas de acuerdo a las variables definidas para esta investigación; las preguntas son del tipo cerrada las cuales son contestadas por el encuestado y nos permite tener una amplia cobertura del tema de investigación y que posteriormente serán validadas. La escala está definida de la siguiente manera:

Estoy de acuerdo

No estoy de acuerdo

No determina respuesta

3.5 Procedimientos

Se utilizó la encuesta, que es una técnica de recogida de información que supone un interrogatorio en un Cuestionario, en el que las preguntas establecidas de antemano se plantean siempre en el mismo orden y se formulan con los mismos términos. El Cuestionario será dirigido a tres integrantes de la muestra, con la finalidad de conocer las posturas de los mismos ante el tema de nuestro proyecto de investigación. La escala está definida de la siguiente manera:

Tabla 2

Criterios de evaluación

Evaluación	Puntaje
Estoy de acuerdo	1
No estoy de acuerdo	2
No determina respuesta	3

3.6 Análisis de datos

El trabajo de investigación procesará los datos conseguidos de las diferentes fuentes, por intermedio de la siguiente técnica:

Análisis Estadístico con SPSS

SPSS es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado. Originalmente SPSS fue creado como el acrónimo de Statistical Package for the Social Sciences, aunque también se ha referido como "Statistical Product and Service Solutions" (Pardo & Ruiz, 2012, p. 3).

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de resultados

En este apartado del estudio se plasma una evaluación crítica de los resultados, en el marco de cada uno de los veinte resultados obtenidos durante el proceso estadístico realizado mediante el sistema informático SPSS v. 26. Además, la interpretación realizada está vinculada a los valores establecidos según la escala de Likert aplicada en el cuestionario, como podrá apreciarse en los siguientes resultados:

Tabla 3

Pregunta 1: ¿Está de acuerdo que un modelo de gestión de órdenes estratégicas se caracteriza como una relación interna?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	272	98%
No estoy de acuerdo	03	1%
No determina respuesta	03	1%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 98% si está de acuerdo que modelo de Gestión de Órdenes Estratégicas se caracteriza como una relación interna, mientras que el 1% manifestó todo lo contrario. Por último, un 1% no determinó una respuesta.

Tabla 4

Pregunta 2: ¿Está de acuerdo que la visión alude al futuro, de cómo la organización o asociación pretende posicionarse?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	168	60%
No estoy de acuerdo	110	40%
No determina respuesta	0	0%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 60% si está de acuerdo que se la visión alude al futuro, de cómo la organización o asociación pretende posicionarse, mientras que el 40% manifestó todo lo contrario.

Tabla 5

Pregunta 3: ¿Está de acuerdo que la visión es la impresión inequívoca y compartida de lo que una asociación u organización intenta lograr en el medio y largo recorrido?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	200	58%
No estoy de acuerdo	78	42%
No determina respuesta	0	0%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 58% si está de acuerdo que existe una visión es la impresión inequívoca y compartida de lo que una asociación u organización intenta lograr en el medio y largo recorrido mientras que el 42% manifestó todo lo contrario.

Tabla 6

Pregunta 4: ¿Está de acuerdo que la visión es una proyección de lo que la asociación podría y logrará más adelante?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	139	50%
No estoy de acuerdo	139	50%
No determina respuesta	0	0%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 50% si está de acuerdo que La visión es una proyección de lo que la asociación podría y logrará más adelante mientras que el 50% manifestó todo lo contrario.

Tabla 7

Pregunta 5: ¿Está de acuerdo que objetivos estratégicos están comprendidos como el avance posterior, cuando se construye la misión?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	228	82%
No estoy de acuerdo	50	18%
No determina respuesta	0	0%

TOTAL	278	100%
--------------	-----	------

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 82% si está de acuerdo que objetivos estratégicos Están comprendidos como el avance posterior, cuando se construye la Misión? mientras que el 18% manifestó todo lo contrario.

Tabla 8

Pregunta 6: ¿Está de acuerdo que la investigación estratégica es vital, como lo subyacente del procedimiento?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	148	53%
No estoy de acuerdo	112	40%
No determina respuesta	18	6%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 53% si está de acuerdo que la Investigación estratégica es vital, como lo subyacente del procedimiento mientras que el 40% manifestó todo lo contrario. Por último, un 6% no determinó una respuesta.

Tabla 9

Pregunta 7: ¿Está de acuerdo que el análisis interno da una premisa para establecer objetivos y metodologías con la expectativa de explotar las cualidades interiores?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	114	41%
No estoy de acuerdo	152	55%

No determina respuesta	12	4%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 41% si está de acuerdo que el análisis interno da una premisa para establecer objetivos y metodologías con la expectativa de explotar las cualidades interiores mientras que el 55% manifestó todo lo contrario. Por último, un 4% no determinó una respuesta.

Tabla 10

Pregunta 8: ¿Está de acuerdo que las técnicas corporativas están comprometidas con las circunstancias que preocupan el acuerdo de negocios de la organización?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	155	56%
No estoy de acuerdo	123	44%
No determina respuesta	0	0%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 56% si está de acuerdo que que las técnicas corporativas están comprometidas con las circunstancias que preocupan el acuerdo de negocios de la organización mientras que el 44% manifestó todo lo contrario.

Tabla 11

Pregunta 9: ¿Está de acuerdo que los sistemas operativos se consideran dentro de la organización muchas capacidades en zonas?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	233	84%
No estoy de acuerdo	42	15%
No determina respuesta	03	1%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 84% si está de acuerdo que los sistemas operativos se consideran dentro de la organización muchas capacidades en zonas, mientras que el 15% manifestó todo lo contrario. Por último, un 1% no determinó una respuesta.

Tabla 12

Pregunta 10: ¿Está de acuerdo que el análisis jerárquico se trata de una autoevaluación constante?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	140	43%
No estoy de acuerdo	134	57%
No determina respuesta	0	0%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 43% si está de acuerdo que el análisis jerárquico se trata de una autoevaluación constante, mientras que el 57% manifestó todo lo contrario.

Tabla 13

Pregunta 11: ¿Está de acuerdo que la evaluación de objetivos de organización vitales, los marcadores son de efecto o resultado?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	130	47%
No estoy de acuerdo	130	47%
No determina respuesta	18	6%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 47% si está de acuerdo acuerdo que la evaluación de objetivos de organización vitales, los marcadores son de efecto o resultado, mientras que el 47% manifestó todo lo contrario. Por último, un 6% no determinó una respuesta.

Tabla 14

Pregunta 12: ¿Está de acuerdo que la calidad de los servicios es cero imperfecciones?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	142	50%
No estoy de acuerdo	121	46%
No determina respuesta	15	4%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 50% si está de acuerdo que está de acuerdo que la calidad de los servicios es cero imperfecciones mientras que el 46% manifestó todo lo contrario. Por último, un 4% no determinó una respuesta.

Tabla 15

Pregunta 13: ¿Está de acuerdo usted que es importante establecer una misión, visión y objetivos dentro de las empresas en Lima Metropolitana?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	148	53%
No estoy de acuerdo	120	43%
No determina respuesta	10	4%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 53% si está de acuerdo que está de acuerdo que es importante establecer una misión, visión y objetivos dentro de las empresas en Lima metropolitana mientras que el 43% manifestó todo lo contrario. Por último, un 4% no determinó una respuesta.

Tabla 16

Pregunta 14: ¿Está de acuerdo con el adecuado uso de estrategias para mejorar los procesos de las empresas en Lima Metropolitana?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	270	98%

No estoy de acuerdo	04	1%
No determina respuesta	04	1%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 98% si está de acuerdo que está de acuerdo con uso de estrategias para mejorar los procesos de las empresas en Lima metropolitana mientras que el 1% manifestó todo lo contrario. Por último, un 1% no determinó una respuesta.

Tabla 17

Pregunta 15: ¿Está de acuerdo usted que los puestos de trabajo en su empresa no están bien definidos?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	262	94%
No estoy de acuerdo	06	2%
No determina respuesta	10	4%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 94% si está de acuerdo, que está de acuerdo que los puestos de trabajo en su empresa no están bien definidos, mientras que el 2% manifestó todo lo contrario. Por último, un 4% no determinó una respuesta.

Tabla 18

Pregunta 16: ¿Está de acuerdo con la estructura del organigrama de la empresa?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	273	98%
No estoy de acuerdo	03	1%
No determina respuesta	02	1%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 98% si está de acuerdo, que está de acuerdo que la estructura del organigrama de la empresa, mientras que el 1% manifestó todo lo contrario. Por último, un 1% no determinó una respuesta.

Tabla 19

Pregunta 17: ¿Está de acuerdo que los procesos en la empresa sean controlados por medio de supervisiones, controles o auditorías?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	269	97%
No estoy de acuerdo	06	2%
No determina respuesta	03	1%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 97% si está de acuerdo, que está de acuerdo que los procesos sean controlados por medio de supervisiones, controles o auditorías, mientras que el 2% manifestó todo lo contrario. Por último, un 1% no determinó una respuesta.

Tabla 20

Pregunta 18: ¿Está de acuerdo usted con el ambiente interno de la organización?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	271	97%
No estoy de acuerdo	03	1%
No determina respuesta	04	1%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 97% si está de acuerdo, que está de acuerdo con el ambiente interno de la organización, mientras que el 1% manifestó todo lo contrario. Por último, un 1% no determinó una respuesta.

Tabla 21

Pregunta 19: ¿Está de acuerdo en que las operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	275	99%
No estoy de acuerdo	02	1%
No determina respuesta	01	0%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 99% si está de acuerdo, que está de acuerdo que las operaciones se realizan en la empresa podrían mejorarse, mientras que el 1% manifestó todo lo contrario. Por último, un 0% no determinó una respuesta.

Tabla 22

Pregunta 20: ¿Está de acuerdo usted que se efectúe la gestión estratégica en el mejoramiento continuo de los procesos hacia una mayor competitividad de las empresas en Lima Metropolitana?

	Muestra	Muestra porcentual
Estoy de acuerdo	274	99%
No estoy de acuerdo	01	0%
No determina respuesta	03	1%
TOTAL	278	100%

Interpretación:

Con respecto a la pregunta planteada, un 99% si está de acuerdo se efectúe la gestión estratégica en el mejoramiento continuo de los procesos hacia una mayor competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, mientras que el 0% manifestó todo lo contrario. Por último, un 1% no determinó una respuesta.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

- 5.1. Mansilla (2012) sostuvo que es de vital importancia el contar con una gestión estratégica dentro de cualquier empresa si se quiere ser competitivo. Lo que no se mide no se puede administrar; por lo tanto, una empresa sin gestión estratégica no es más que un barco a la deriva. De acuerdo con lo mencionado en la presente investigación se concluyó que la implementación de un modelo de Gestión Estratégica, tiene influencia positiva en la mejora de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana (sig. bilateral = $p = 0.000 < 0.05$; Rho = 0.734**). En la investigación se determinó que los lineamientos estratégicos de las empresas tiene influencia significativa en la competitividad las empresas en Lima Metropolitana (sig. bilateral = $0.000 < 0.05$; Rho = 0.648**), por lo que de acuerdo a la tesis según Oré (2016) sostiene que, los objetivos planteados por parte de la empresa Cesel Consultores S.A en Ecuador resultan difícil de alcanzarse, ya que no se dispone de un conjunto de programas y procedimientos que determinen el direccionamiento para lograrlas, por ello es posible aplicar el modelo de gestión estratégica que se ha establecido en su investigación, pues así se estaría detallando los lineamientos claves para el cumplimiento de la misión y el logro de su visión empresarial.
- 5.2. Rosero (2013) concluyó que el análisis del entorno interno como externo de la empresa quesera Los Guadales de la ciudad de Santiago de Cali” fue el punto de partida para reconocer cuales son las fortalezas y debilidad de las misma, ya que a través de ellas se planteó estrategias para contrarrestar las debilidades y aprovechar las amenazas. Considerando lo descrito, en el presente estudio se encontró que realizar un análisis estratégico en la empresa y al implementar un sistema de gestión estratégica, tiene influencia significativa en el mejoramiento de la competitividad de

las empresas en Lima Metropolitana. (sig. bilateral = 0.000 < 0.05; Rho = 0.605**).

- 5.3. Para Ortecho (2011), mejorar la competitividad de los servicios en toda organización empresarial, requiere conocer a profundidad y de manera concreta todos los problemas que se presentan tanto a nivel de gestión y en la misma ejecución de los servicios ofrecidos a los clientes, y plantearse estrategias efectivas que aborden directamente los problemas identificados, y puedan dar la solución que se pretende desde un enfoque multidisciplinario, además, señala que en toda organización existen planes estratégicos, los cuales presiden el funcionamiento de la empresa; estos son de gran importancia, pues reflejan los objetivos que esta tiene y necesitan preparación y compromiso claro de la gerencia de la empresa.
- 5.4. De acuerdo con lo antecedido, es justificable consolidar el desarrollo de un modelo gestión estratégicamente competente y efectiva que conlleve al mejoramiento de la competitividad las empresas en Lima Metropolitana; para lo cual se requiere la implementación de un sistema de Gestión Estratégica, con personal gerencial y administrativo altamente preparado, a fin de aplicarse un modelo de gestión eficiente que permita una identificación precisa, que formule las estrategias, elabore, ejecute planes estratégicos y control de una solución sobre los principales problemas que tiene las empresas, esencialmente para poderse dar solución progresiva a las principales debilidades existentes como la ausencia de crecimiento y especialización que no permiten mejorar su productividad y mostrarse más competitivas tanto a nivel nacional e internacional.

De acuerdo a los resultados de la contrastación de las hipótesis, con un coeficiente de 0.734 la hipótesis principal de la investigación; lo que da a entender que, si bien se requiere un modelo moderno y efectivo de gestión estratégica, también se necesita a la vez que los elementos de del más alto nivel de la estrategia organizacional, donde

el propósito es alinear el comportamiento de todos los miembros de la empresa hacia un horizonte y visión compartida, debiendo tener claro los lineamientos y análisis estratégicos, identificar, formular, elaborar y ejecutar un plan, a fin de implementar los sistemas y técnicas de una gestión estratégica para el mejoramiento de la competitividad de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. La implementación de un modelo de Gestión Estratégica tendrá influencia significativa en la mejora de la competitividad en las empresas en Lima Metropolitana, en función de la aplicación de un modelo efectivo y eficiente de gestión estratégica, permitirá cumplir las metas estratégicas de efectividad y eficiencia en la calidad de atención de servicio a los clientes, todo esto puede conllevar a acrecentar el nivel de competitividad esperada.
- 6.2. La implementación de lineamientos estratégicos tendrá influencia significativa en la mejora de la competitividad en las empresas en Lima Metropolitana, en función de procedimientos y actividades de gestión eficaz orientada a la atención inmediata de los clientes, lo que incrementa el nivel de competitividad de dichas empresas, tanto en su nivel de ventas y en la fidelización de clientes.
- 6.3. El análisis estratégico, permitiría a las empresas de Lima Metropolitana conocer sus puntos débiles como organización y establecer posibles medidas para trabajar en ellos, lo que influiría positivamente en el mejoramiento de la competitividad en las empresas en Lima Metropolitana.
- 6.4. La identificación y formulación de estrategias, tendrá una influencia positiva en la competitividad en las empresas en Lima Metropolitana, sobre todo si se llega a aprovechar al máximo los aportes del plan estratégico, en cuanto a la atención de las principales necesidades y requerimientos de los clientes, lo que permitiría la fidelización de los mismos y de poder incorporar nuevos clientes con la venta de productos y servicios de alta calidad y eficiencia.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. Es esencial implementar un modelo de gestión estratégica que priorice en el mejoramiento continuo y en los principios de la calidad total, a efectos de poder asegurar una mayor competitividad en la calidad las empresas en Lima Metropolitana.
- 7.2. Los lineamientos estratégicos deben estar alineados al comportamiento de todos los miembros de la organización hacia un horizonte y visión compartida, con el fin de mejorar el nivel de competitividad y la calidad de sus productos, pudiendo así, extender sus actividades comerciales tanto en el mercado nacional e internacional.
- 7.3. Aprovechar la implantación del análisis estratégico, porque permitirá garantizar una buena orientación para la toma de decisiones y el establecimiento de metas en las empresas de Lima Metropolitana, y conocer los aspectos que se deben mejorar, así como, aquellos puntos que funcionan y debes de potenciar, y mejorar su competitividad.
- 7.4. Es fundamental la elaboración y ejecución del plan estratégico, como guía de la gestión estratégica de su organización permitirá la implementación un plan estratégico, con la finalidad de realizar la planeación a corto, mediano y largo plazo, para así mejorar la competitividad en las empresas de Lima metropolitana.

VIII. REFERENCIAS

- Aparicio, M. (2013). *El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción*. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional UCM. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/20836/>
- Araoz, M. (1998). *La Integración como instrumento para incrementar la competitividad en un mundo globalizado . Perspectivas en la Comunidad Andina*. Centro de Formación para la Integración Regional – CEFIR.
- Argandoña, A. (2016). *La misión de la empresa y la responsabilidad social*. (Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo - IESE N° 29). Universidad de Navarra. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0392.pdf>
- Armijo, M. (2011). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. ILPES/Cepal, Área de Políticas Presupuestarias y Gestión Pública. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5509>
- Barrón, J. (2015). El marketing y la ventaja competitiva en los alumnos de la FCA - UNMSM (Perú), comparada con los alumnos de administración de la universidad de los estudios de Bérgamo (Italia). *Gestión En El Tercer Milenio*, 18(36), 31–38. <https://doi.org/10.15381/gtm.v18i36.11705>
- Blanco, J. (2009). *Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional PUJ. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/9262>

- Bolton, R. & Drew, J. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 375-384.
<https://doi.org/10.1086/208564>
- Bustos, A. (2010). *Propuesta acerca de cómo aumentar la Competitividad de CAESCA SA, a través del mejoramiento y fortalecimiento de la Cultura de Servicio*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional PUJ.
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5419>
- Celeita, A. (2006). *Propuesta para la formulación de estrategias que permita el mejoramiento de la competitividad de la empresa Recomat LTDA*. [Tesis de pregrado, Universidad San Buenaventura]. Biblioteca Institucional USB Bogotá.
<http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/37626.pdf>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (2016). *Fase de seguimiento del proceso de planeamiento estratégico para sectores. Guía Metodológica. Documento de Trabajo*. Lima: CEPLAN. <https://www.ceplan.gob.pe/wp-content/uploads/2016/08/Gu%C3%ADa-Metodol%C3%B3gica-de-Seguimiento-2016.pdf>
- Cervera, F. (2011). *La percepción de la efectividad organizacional* [Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Querétaro]. Scribd.
<https://es.scribd.com/document/379784196/Fernando-G-Cervera-Solorzano-pdf-PERCEPCION-DE-pdf>
- Díaz, L. & Hernández, P. (2008). Los términos: eficiencia, eficacia y efectividad ¿son sinónimos en el área de la salud?. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*, 24(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892008000200009&lng=es&tlng=es

- Droguett, F. (2012). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes*. [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio Institucional UChile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108111>
- Fontalvo, T. & Vergara, J. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios, ISO 9001:2008*. (2ª ed.). España: B- Eumed. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/823/index.htm>
- Fuentes, (1989). Estudios sobre confiabilidad. *Paradigma*, 4(2), 101-126.
- Gálvez, D. (2007). *Modelo de planeación estratégica aplicado a una microempresa artesanal del sector metalmecánico del Ecuador, caso Empresa Metalmecánica Gálvez "EMG Hierro Forjado"*. [Tesis de pregrado, Escuela Politécnica Nacional]. Biblioteca digital EPN. <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/2084>
- Gonzáles, C. (2015). *Propuesta de un modelo de Gestión Estratégica del Pedido en una asociación mediante consorcio de Mypes del sector metalmecánico de Villa El Salvador para la mejora de la competitividad y un crecimiento sostenido*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/552168?show=full&locale-attribute=es>
- Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - año 2013*. [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional USMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1117/gonzales_lj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guerrero, H. & Vélez, W. (2013). *Propuesta de un modelo de gestión estratégica e indicadores para la mediana empresa, ciudad de Guayaquil. Caso Omaconsa S.A.*

- [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional UPS.
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5406>
- Hernández, R., Fernández, , C., & Baptista , P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta ed.). Interamericana editores, S.A. Editorial Mc. Graw Hill.
- Jacoby, J. & Kyner, D. B. (1973). Brand Loyalty vs. Repeat Purchasing Behavior. *Journal of Marketing Research*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.2307/3149402>
- Kaplan, R. & Norton, D. (2008). *The Execution Premium. Integrando la estrategia y las operaciones para lograr ventajas competitivas*. Harvard Business Press.
- Letourneau, C. (1981). Empathy and stress: how they affect parental aggression. *Social Work*, 26(5), 383–389. <http://www.jstor.org/stable/23712202>
- López, A. (2006). *Calidad del Cuidado de Enfermería y Nivel de Respuesta del paciente con ACV Isquémico según Patrones Funcionales de Salud*. Hospital Base de la Red Asistencial Guillermo Almenara Irigoyen – Essalud. Setiembre – Diciembre 2005.
[Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional URP.
<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/268>
- Lopez, M., Filippetti, V. & Richaud, M. (2014). Empatía: desde la percepción automática hasta los procesos controlados. *Revista Avances en Psicología Latinoamericana*. 32(1),37-51. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79929780004>
- Mansilla, G. (2012). *Propuesta de gestión estratégica para el logro de competitividad en las Pymes de la industria del Software en Valencia Carabobo*. Caso: UNOVE, C.A. [Tesis de Maestría, Universidad de Carabobo]. Repositorio institucional UC.
<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/1092/Mguillermo.pdf?sequence=1>
- Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2012). *Introducción al plan estratégico*. Ediciones Díaz de Santos.

https://books.google.com.pe/books?id=iykA7Wc_VzYC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

Mokate, K. (1999). *Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad: ¿Qué queremos decir?* (Series Documentos de Trabajo I-24). Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Eficacia-eficiencia-equidad-y-sostenibilidad-%C2%BFQu%C3%A9-queremos-decir.pdf>

Montero, E. (2013). Referentes conceptuales y metodológicos sobre la noción moderna de validez de instrumentos de medición: implicaciones para el caso de personas con necesidades educativas especiales. *Actualidades en psicología*, 27(114), 113-128. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S025864442013000100008&lng=pt&tlng=es

Morán, G. & Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación*. Ed. Pearson educación.

Oré, P. (2016). *Propuesta de un modelo de gestión estratégico empresarial para mejorar la productividad en la empresa peruana Cesel S.A. Consultores*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/2290>

Ortecho, K. (2011). *Propuesta de mejora en el proceso de distribución de una empresa de aceites y grasas lubricantes*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/273410>

Pérez, M. (1998). *La Psicología Clínica desde un punto de vista contextual*. (Papeles del Colegio. Nº.69). Fundación Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=891484>

Quispe, D. (2015). *Planificación estratégica y competitividad empresarial en el complejo recreacional Ponceca Ecoturístico del distrito de Andahuaylas, 2015*. [Tesis de

- pregrado, Universidad Nacional José María Arguedas]. Repositorio Institucional UNAJMA. <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/235>
- Ramírez, A., Ampa, I. & Ramírez, K. (2007). *Tecnología de la investigación*. Editorial Moshera SRL.
- Reidl-Martínez, L. (2013). Confiabilidad en la medición. *Investigación en Educación Médica*, 2(6), 107-111. <http://www.riem.facmed.unam.mx/index.php/riem/article/view/440>
- Rocca, J. (2015). *Propuesta de un modelo para la gestión estratégica de pedidos de gran volumen en asociaciones de Mypes de calzado basados en la gestión por procesos*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/346655>
- Rodríguez, C. (2011). *Propuesta de un sistema de mejora continua para la reducción de mermas en una procesadora de vegetales en el departamento de Lima con el objetivo de aumentar su productividad y competitividad*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/273503>
- Rosas, N. (2016). *Planeamiento estratégico y su repercusión en la gestión empresarial del sector turismo de la región Puno, 2015 – 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez]. Repositorio Institucional UANCV. <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/628>
- Suárez, D. (2014). *Propuesta de un modelo de gestión estratégica de pedido para una asociación de Mypes peruanas del sector muebles de madera del parque industrial de Villa el Salvador para incrementar la competitividad, productividad y satisfacer la demanda del mercado nacional y extranjero establecido por los TLC's*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/325968>

IX. ANEXOS

Anexo A: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p><u>Problema principal</u> ¿De qué manera la gestión estratégica influirá en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?</p> <p><u>-Problemas específicos</u></p> <p>¿De qué manera los lineamientos estratégicos influirán en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?</p> <p>¿De qué manera el análisis estratégico influirá en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?</p> <p>¿De qué manera la identificación y formulación de estrategias influirá en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?</p> <p>¿De qué manera la elaboración y ejecución de plan estratégico influirá en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018?</p>	<p><u>Objetivo general</u> Determinar la influencia la gestión estratégica en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018</p> <p><u>- Objetivos específicos</u></p> <p>Determinar la influencia que tendrá los lineamientos estratégicos en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018</p> <p>Determinar la influencia que tendrá el análisis estratégico en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018</p> <p>Determinar la influencia que tendrá la Identificación y formulación de estrategias en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018</p> <p>Determinar la influencia que tendrá la elaboración y ejecución de plan estratégico en el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018</p>	<p><u>Hipótesis General</u> La gestión estratégica permitiría mejorar la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018.</p> <p><u>Hipótesis específicas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Los Lineamientos estratégicos permitiría el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018 • Los Análisis estratégico permitiría el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018 • La Identificación y formulación de estrategias permitiría el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018 • La Elaboración y ejecución de plan estratégico permitiría el mejoramiento de la competitividad de las empresas en Lima Metropolitana, 2018 	<p>Variable Independiente (X): Gestión estratégica</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Misión - Visión - Objetivos estratégicos - Análisis Interno - Análisis Externo - Análisis Organizacional - Análisis de oportunidades - Estudio de brechas - Evaluación del plan estratégico - Ejecución del plan estratégico <p>Variable Dependiente (Y): Competitividad de las empresas</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tangibilidad - Confiabilidad - Capacidad de Respuesta - Empatía - Nivel de efectividad

- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 3: ¿Está de acuerdo que la visión es la impresión inequívoca y compartida de lo que una asociación u organización intenta lograr en el medio y largo recorrido?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 4: ¿Está de acuerdo que la visión es una proyección de lo que la asociación podría y logrará más adelante?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 5: ¿Está de acuerdo que objetivos estratégicos están comprendidos como el avance posterior, cuando se construye la Misión?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 6: ¿Está de acuerdo que investigación estratégica es vital, como lo subyacente del procedimiento?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 7: ¿Está de acuerdo que el análisis interno da una premisa para establecer objetivos y metodologías con la expectativa de explotar las cualidades interiores?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 8: ¿Está de acuerdo que las técnicas corporativas están comprometidas con las circunstancias que preocupan el acuerdo de negocios de la organización?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 9: ¿Está de acuerdo que los sistemas operativos se consideran dentro de la organización muchas capacidades en zonas?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 10: ¿Está de acuerdo que el análisis jerárquico se trata de una autoevaluación constante?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 11: ¿Está de acuerdo que la evaluación de objetivos de organización vitales, los marcadores son de efecto o resultado?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 12: ¿Está de acuerdo que la calidad de los servicios es cero imperfecciones?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 13: ¿Está de acuerdo usted que es importante establecer una misión, visión y objetivos dentro de las empresas en Lima Metropolitana?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()

- No determina respuesta ()

Pregunta 14: ¿Está de acuerdo con el adecuado uso de estrategias para mejorar los procesos de las empresas en Lima Metropolitana?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 15: ¿Está de acuerdo usted que los puestos de trabajo en su empresa no están bien definidos?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 16: ¿Está de acuerdo con la estructura del organigrama de la empresa?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 17: ¿Está de acuerdo que los procesos en la empresa sean controlados por medio de supervisiones, controles o auditorías?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 18: ¿Está de acuerdo usted con el ambiente interno de la organización?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 19: ¿Está de acuerdo que las operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse?

- Estoy de acuerdo ()

- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()

Pregunta 20: ¿Está de acuerdo usted que se efectúe la gestión estratégica en el mejoramiento continuo de los procesos hacia una mayor competitividad de las empresas en Lima Metropolitana?

- Estoy de acuerdo ()
- No estoy de acuerdo ()
- No determina respuesta ()