

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“Planeamiento Estratégico y Competitividad de la
empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de
Trujillo, 2023”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autora:

Rosibel Nohely Jara Vasquez

Asesor:

Mg. Paulo César Cáceres Iglesias
Código ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6546-0129>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	JOHANNA DE JESUS STEPHANIE GAGO CHAVEZ	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	MARIA BETSABE RODRIGUEZ REYNOSO	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	PAULO CESAR CACERES IGLESIAS	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD



Página 2 of 71 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3064211811

19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Exclusiones

- ▶ N.º de fuente excluida
- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 18%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

DEDICATORIA

A mi Señor Jehová, mi padre Bendito y Misericordioso, quien me guía en todo momento, me ilumina en todos mis proyectos y decisiones, bendiciendo mi vida y la de mi familia.

A mi querida madre, quien me brinda su soporte en cada momento, es quien me motiva a alcanzar mis metas, me da las fuerzas para seguir adelante en los diversos aspectos de mi vida, personal, familiar y profesional.

A mi padre y hermanos, quienes me brindan su comprensión y compañía con amor, alegrías y consejos que son los alicientes para cumplir con mis objetivos personales y profesionales.

AGRADECIMIENTO

A Dios, un agradecimiento eterno, por permitirme seguir y cumplir con mis metas trazadas y bendecir cada paso que doy.

A mis familiares, por ser el soporte necesario en mi vida y motivarme siempre en el logro de mis objetivos.

A mis profesores en general, por brindarme sabias enseñanzas, consejos, experiencias compartidas de su vida profesional e incentivarme a crecer como una buena profesional con valores.

Un agradecimiento especial al maestro Paulo César Cáceres Iglesias por ser mi asesor de tesis, quien me brindó en todo momento su apoyo ante cualquier duda académica, su orientación y acompañamiento constante, por su paciencia e interés en que culmine con satisfacción la presente tesis.

Agradecer al Gerente General de la empresa por las facilidades brindadas en la realización de mi proyecto de tesis en la empresa Jaguar y por su total apoyo en el momento requerido.

INDICE DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática	13
1.2. Formulación del problema	28
1.3. Objetivos	28
1.4. Hipótesis	29
1.5. Justificación	30
CAPÍTULO II. MÉTODO	32
2.1. Tipo de investigación	32
2.2. Población y Muestra	33
2.3. Técnicas de instrumentos de recolección y análisis de datos	34

2.4. Procedimiento de recolección de datos	37
2.5. Análisis de datos	38
2.6. Aspectos éticos	38
CAPÍTULO III. RESULTADOS	40
3.1. Análisis de los resultados	40
3.2. Resultados del objetivo general	41
3.3. Resultados del objetivo específico 1	42
3.4. Resultados del objetivo específico 2	42
3.5. Resultados del objetivo específico 3	43
3.6. Resultados del objetivo específico 4	44
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	45
4.1. Discusión	45
4.2. Conclusiones y recomendaciones	50
REFERENCIAS	52
ANEXOS	59
ANEXO N°1. Matriz de operacionalización de variables	59
ANEXO N° 2. Matriz de consistencia	61
ANEXO N° 3. Matriz de consistencia	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Población del área administrativa de la empresa</i>	34
Tabla 2. <i>Análisis de fiabilidad del instrumento de evaluación de Planeamiento Estratégico</i>	38
Tabla 3. <i>Análisis de fiabilidad del instrumento de evaluación de la competitividad</i>	38
Tabla 4. <i>Nivel de relación entre planeamiento estratégico y competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar S.A.C., en la ciudad de Trujillo, 2023</i>	42
Tabla 5. <i>Nivel de relación entre la dimensión filosófica y la competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar S.A.C, en la ciudad de Trujillo, 2023</i>	43
Tabla 6. <i>Nivel de relación entre el desarrollo de la dimensión analítica y la competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar S.A.C., en la ciudad de Trujillo, 2023.</i>	44
Tabla 7. <i>Nivel de relación entre la dimensión operativa y la competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar S.A.C., en la ciudad de Trujillo, 2021.</i>	45
Tabla 8. <i>Nivel de relación entre los resultados de la dimensión acción, desarrollo y evaluación y la competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar S.A.C., en la ciudad de Trujillo, 2023</i>	46
Tabla 9. <i>Nivel de dimensión filosófica</i>	47
Tabla 10. <i>Nivel de dimensión analítica</i>	47
Tabla 11. <i>Nivel de dimensión acción, desarrollo y evaluación</i>	48
Tabla 12. <i>Nivel de aprendizaje específico</i>	48
Tabla 13. <i>Nivel de resultados de la capacitación</i>	49
Tabla 14. <i>Nivel de competitividad</i>	50

Tabla 15. <i>Nivel de la administración individual</i>	50
Tabla 16. <i>Nivel de competencias conceptuales</i>	51
Tabla 17. <i>Nivel de enfoque resultados</i>	51
Tabla 18. <i>Nivel de administración de equipos</i>	52
Tabla 19. <i>Nivel de habilidades complementarias</i>	53
Tabla 20. <i>Contrastación de hipótesis general</i>	54
Tabla 21. <i>Prueba de normalidad de Shapiro- Wilk</i>	54
Tabla 22. <i>Correlación de Pearson – Hipótesis general</i>	55
Tabla 23. <i>Contrastación de hipótesis específicas</i>	56
Tabla 24. <i>Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk</i>	57
Tabla 25. <i>Correlación de Pearson – Hipótesis específicas</i>	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Esquema descriptivo-correlacional</i>	33
Figura 2. <i>Técnica e instrumento de recolección de datos</i>	37
Figura 3. <i>Carta de autorización de uso de información de EMP</i>	79

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023, ya que hoy en día las empresas que desarrollan Planeamiento Estratégico están obteniendo mejores resultados a nivel de competitividad laboral. Presenta un enfoque cuantitativo, tiene un diseño no experimental y es de tipo descriptiva-correlacional. La población y muestra estuvo conformada por la misma cantidad, 16 colaboradores del área administrativa de la empresa Jaguar. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Se obtuvo como resultado una significancia del 0.217, rechazando la hipótesis general alterna y una relación significativa débil entre Planeamiento Estratégico y la Competitividad, con un 0.449 a través de la correlación de Pearson. Se concluye que, desarrollar el planeamiento estratégico en una empresa no necesariamente se verá reflejado en la competitividad del personal, esto debido a que se deben tener en cuenta diversos aspectos que inciden en logro del objetivo, como la motivación, interés del colaborador, compromiso, conocimiento y comprensión del aspecto filosófico, analítico, operativo y evaluativo de la empresa.

Palabras clave: Planeamiento estratégico, competitividad, planes, acción, objetivos.

ABSTRACT

The objective of this study was to determine the relationship between Strategic Planning and Competitiveness of the Jaguar footwear company, in the city of Trujillo, 2023, since today companies that develop Strategic Planning are obtaining better results at the level of competitiveness. labor. This research presents a quantitative approach, a non-experimental design and is descriptive-correlational. The population and sample were made up of the same number, 16 employees from the administrative area of the company. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire. With which a significance of 0.217 was obtained, rejecting the alternative general hypothesis and a weak significant relationship between Strategic Planning and Competitiveness, with 0.449 through the Pearson correlation. It is concluded that developing strategic planning in a company will not necessarily be reflected in the increase in the competitiveness of the staff, this is because various aspects that affect the achievement of the objective must be taken into account, such as motivation, interest of the collaborator, commitment, knowledge and understanding of the philosophical, analytical, operational and evaluative aspect of the company.

Key words: Strategic planning, competitiveness, plans, action, objectives.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día, a nivel mundial, las organizaciones se encuentran en constante competencia debido a la globalización de los mercados y porque los consumidores son más exigentes y están más informados, por ello, se preocupan en ser cada vez más competitivas y un componente fundamental para lograrlo es el planeamiento estratégico, que permite alcanzar los objetivos mediante la planificación, políticas establecidas y las estrategias que se emplean en las diversas actividades empresariales. Luna (2019) afirma que “La planificación estratégica es esencial para una empresa, porque le permite establecer y alcanzar objetivos propuestos”. Granda, (2018) sostiene que “la competitividad es un punto de gran importancia para las empresas, debido a que exigen ser más efectivas en la dirección, uso de recursos económicos, humanos, tecnológicos, etc. para hacerle frente no solo a la competencia a nivel nacional sino a expandirse a otros países”, para lograr ello, las empresas y personas tienen que determinar e implementar sus estrategias dentro de su gestión administrativa y Caponan (2008), sostuvo que las acciones, objetivos, misión y visión de la empresa son elementos necesarios de un plan estratégico.

Correa, (2018), menciona que en diversos continentes del mundo, las MYPE han logrado mejorar de manera favorable, sin ayuda por parte de los gobiernos como ocurre en los países de Asia, donde las MYPE se dirigen a la exportación con un alto avance tecnológico integrándose a sectores industriales; así también en los países de Europa, donde las MYPE se posicionan fuerte debido al crecimiento de sus productos y sostenimiento de nichos de mercados; mientras que, en los países de Latinoamérica, no se visualiza un buen panorama en las empresas en el aspecto organizacional, con poco

desarrollo e implementación de tecnología, orientados al sector del comercio y actividades de servicio.

Con respecto a resultados generales, la escuela de negocios de la Pontificia Universidad del Perú (PUCP), Centrum PUCP, y el Institute of Management Development (IMD) de Suiza, sostuvieron que, en cuanto al ranking en competitividad empresarial, los primeros puestos son ocupados por Suiza, Suecia, Dinamarca, Holanda y Singapur, que mostraron altos desempeños en diversos aspectos evaluados sobre competitividad. Respecto a países Latinoamericanos, Chile mantiene la mejor clasificación (puesto 44), le sigue México (puesto 55), Colombia (puesto 56), Brasil (puesto 57), Perú (puesto 58), Argentina (puesto 63) y Venezuela (puesto 64). Gonzales (2020), señala que “En el caso de México, Colombia, Brasil, Chile, las MYPE presentan deficiencias en la planificación estratégica y competitividad, siendo una problemática los cambios imprevisibles que ocurren, y los cuales no están preparados las 99.8% del total de las MYPE.

En el Perú, Ari (2020), afirmó que las MYPE también tienen problemas de planeamiento estratégico y competitividad, donde las carencias más resaltantes son el no realizar una adecuada planificación, no tomar en cuenta a la competencia, ignorar el mercado, hacer mal uso de los préstamos bancarios, no tomar el riesgo de reinvertir, excederse en gastos, no realizar innovaciones, no escuchar la opinión o recomendación de sus consumidores, es por ello, que la gestión empresarial ayudaría mucho, a través de una adecuada planificación y desarrollo de estrategias.

Una de las dificultades de las MYPE es que tienen una visión a corto plazo. Arteaga y Mora (2014) determinaron que del 61.4% de empresas que planifican estratégicamente, 3 de cada 4 (79.4%) planifican a corto plazo (a un año); y solo el 20.6% planifica a largo plazo.

De acuerdo al estudio realizado por el Real Time Management (RTM) y el PAD

de la Universidad de Piura, el 80% de las empresas en el país (sean peruanas o que tienen presencia en el país) desarrolla su plan estratégico, pero solo el 37% están conformes con los resultados.

Por otro lado, de acuerdo al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el Perú aproximadamente el 80% de empresas son familiares. Estas empresas afrontan diversos problemas que afectan su desempeño en el mercado, como la falta de planeación estratégica empresarial, no plasman su visión en un plan estratégico, los colaboradores no saben cuál es la ruta que sigue la empresa, hacia dónde va y qué se espera de ellos para alcanzar los objetivos propuestos.

El presente estudio se realizó en la empresa de calzado Jaguar, cuyo Gerente General es David Santiago Sifuentes Vera. La empresa se dedica a la producción de calzados para damas y caballeros, cuenta con 25 personas como colaboradores, se encuentra ubicada en la Av. Sánchez Carrión 3653, distrito El Porvenir, provincia de Trujillo. Los colaboradores de la empresa desarrollan sus funciones teniendo en cuenta el Manual de Organización y Funciones de la organización, sin embargo, no existe una adecuada y eficaz planificación estratégica que permita alcanzar los objetivos empresariales y mejorar su competitividad en el mercado. Luna (2019) afirma que la planificación estratégica es fundamental, porque a través de ella se establece y alcanza objetivos propuestos. La falta de estrategias de comercialización y producción y el no contar con herramientas de planificación estratégica ha perjudicado a la empresa. A partir de la entrevista al Gerente de la empresa, se conoció que se cuenta con Planes Estratégicos, pero no son difundidos entre los colaboradores, por ende, no los conocen y no saben el rumbo de la empresa. Así mismo, no realizan un adecuado análisis de los aspectos a nivel interno y externo de la organización, los objetivos no se han elaborado técnicamente y las metas se han formulado empíricamente. Por otro lado, no hay un plan de Acción,

Desarrollo y Evaluación que indique cómo se desarrollarán las actividades, cuáles son los indicadores de evaluación que permitan medir el logro de las metas y objetivos tras el desarrollo de la planificación estratégica.

A continuación, se hace mención a algunos antecedentes a nivel internacional que se relacionan con las variables del presente estudio:

Chaves (2019) en su investigación tuvo el objetivo de “Establecer la correlación entre la competitividad, planificación estratégica y el desempeño financiero de las Pymes del sector plástico en Sabana Centro Cundinamarca (Colombia)”. El estudio fue de tipo descriptiva- correlacional, método no experimental, diseño transaccional, la muestra estuvo formada por 38 PYMES de Colombia, la técnica fue la encuesta, la herramienta fue “Factores de competitividad del BID”. El resultado fue que la planificación estratégica influye de manera significativa en el conocimiento del desempeño global de competitividad y los resultados financieros por parte de los empresarios. El estudio concluyó que la planificación estratégica es crucial en la competitividad de las Pymes.

Mora (2019), en su estudio su objetivo fue “Analizar la relación entre la dimensión planificación estratégica y la competitividad en las Mipymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá”. Fue de tipo descriptiva- correlacional, método no experimental, diseño transversal, con una muestra de 50 Mipymes de Bogotá-Colombia, se usó la encuesta de técnica y el cuestionario de herramienta. Se obtuvo como resultado que, en 7 de las 8 dimensiones, que los niveles de competitividad de las empresas son menor al 80%, lo que evidencia dificultades para competir con otras empresas. Se llegó a la conclusión que la Planificación Estratégica se relaciona significativamente con la competitividad de las MIPYMES y las dimensiones que comprende la Gestión Organizacional.

Rivera (2019), en su trabajo de investigación tuvo como objetivo “Determinar la importancia de la planeación estratégica como herramienta para aumentar la

competitividad, en las escuelas de español de la ciudad de Quetzaltenango-Guatemala”. Fue una investigación cuantitativa, correlacional, diseño transversal, método no experimental, muestra de 63 escuelas de enseñanza español de Guatemala. Se utilizó la técnica de la encuesta y de instrumento el cuestionario. Los resultados fueron que el 38% de los directores o administradores de las escuelas si planifican estratégicamente, mientras el 62% no. Se concluyó que la planeación estratégica mejora la Competitividad de las escuelas estudiadas.

Aguirre (2020) en su investigación estableció el objetivo de “Analizar la cultura de planificación y competitividad de las micro y pequeñas empresas que comercializan prendas de vestir en la ciudad de Machala”. Se usó la recopilación de información bibliográfica, con un enfoque cualitativo-cuantitativo, de tipo descriptivo-explicativo, se encuestó a diez micro y pequeñas empresas. Los resultados fueron que el 40% de los encuestados tiene poco conocimiento sobre planificación estratégica y el 30% carece de un equipo de dirección estratégica, lo que origina falta de competitividad y el 50% del total de empresas investigadas desconocen los beneficios de la planificación estratégica. Se concluyó que el desconocimiento de la planificación estratégica y sus beneficios no permite tener una cultura de planificación.

Hurtado (2020) tuvo el objetivo de “Desarrollar un estudio financiero mediante el uso de herramientas de proyección, con el fin de determinar si el proyecto es rentable o no”. El estudio tuvo un método deductivo-inductivo, analítico, la muestra fue de 1437 tiendas y 67 heladerías. Se usó la técnica de la entrevista, el instrumento fue el guión de entrevista. Se obtuvo como resultado que desarrollar un plan estratégico en si reestructura el manejo y funcionamiento de la empresa principalmente en áreas de producción, comercialización y permite alcanzar rentabilidad a la misma y se concluyó que el estudio financiero propició que la dueña proyecte su negocio a cinco años y analizar su viabilidad,

desarrollar un plan estratégico administrativo y comercial cubre las necesidades de DISVERPAN.

García, (2019), estableció como objetivo “Analizar la relación de la planificación estratégica y competitividad en la Pymes de Barranquilla”. De enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional y diseño no experimental, con una muestra de 54 Pymes de Barranquilla, para la recopilación de información se usó la encuesta, la herramienta fue el cuestionario. El resultado fue la relación significativa entre la Planificación Estratégica y la competitividad de las Pymes. Se concluyó que en las pymes las etapas de planificación, implementación y evaluación están presentes ordenadamente, pero las fases de planeación y evaluación destacan más y la de implementación presenta oportunidad de mejora.

También, se mencionan antecedentes a nivel nacional que se relacionan con las variables de investigación;

Pizan (2019), en su investigación estableció como objetivo “Determinar la incidencia de la planificación estratégica en el nivel de competitividad empresarial de Exportaciones Agro Perales S.A.C. – Casma 2019”, el estudio tiene un diseño no experimental correlacional, enfoque cuantitativo, la muestra estuvo formada por 40 trabajadores de Exportaciones Agro Perales S.A.C.; la técnica de la encuesta y el cuestionario de instrumento. El resultado fue un Rho Spearman de 0.780, el mismo que permitió concluir de que existe relación positiva entre la Planificación Estratégica y el nivel de competitividad de la empresa Exportaciones Agro Perales S.A.C. También, se obtuvo un Rho de Spearman de 0,511 (coeficiente de correlación); lo que indica hay relación positiva moderada entre la dimensión formulación y la competitividad. Respecto a la dimensión implementación, se obtuvo un Rho de Spearman de 0,729 lo que señala una relación alta con la competitividad empresarial. Respecto a la dimensión evaluación y

competitividad, resultó un Rho de Spearman de 0,751, indicando que hay una relación alta entre la dimensión mencionada y la variable.

Troncos (2022), en su estudio estableció de objetivo general determinar la relación entre el planeamiento estratégico y la competitividad de una empresa exportadora, Lima, 2022. De enfoque cuantitativo no experimental, de tipo básica con un corte transversal correlacional, con una población de 89 colaboradores de la empresa de cargos de mandos altos, medios y administrativos. El instrumento fue la encuesta, los datos se procesaron a través de métodos estadísticos y el software SPSS v.28, permitiendo hacer un análisis descriptivo e inferencial y resultando un nivel de correlación Rho de Spearman de 0.757, lo que indica la correlación significativa bilateral entre las variables. Así mismo, la correlación de Pearson para la dimensión analítica y competitividad, fue de 0.561 indicando correlación significativa directa moderada bilateral entre dichas variables. Además, la correlación para la dimensión evaluación y competitividad, fue de 0.587, esto indica que hay correlación significativa directa moderada bilateral entre dichas variables. A partir de regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula H_0 y se aceptó la hipótesis alterna H_1 .

Quispe (2019), estableció como objetivo "Describir la relación entre el plan estratégico y la competitividad". Investigación de tipo básica, diseño no experimental, nivel correlacional descriptivo, usó la técnica de la encuesta y el cuestionario de instrumento, 50 clientes de población, Se utilizó el software SPSS V.24 para analizar los datos, aplicando el estadístico de correlación de Spearman. Se obtuvo 0.703 de resultado, indicando que existe correlacional positiva alta, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la nula por tener un nivel de significancia de 0.001 el cual es menor que 0.05. Estos resultados indican que el plan estratégico si tiene relación con la competitividad en los clientes de la empresa Plastypet Perú. Respecto a la relación entre la dimensión

formulación y competitividad, se obtuvo un coeficiente de correlación es de 0,821 lo que indica que existe una relación de positiva alta. La relación entre la dimensión implementación y la competitividad es positiva moderada, con un coeficiente de correlación es de 0,625 y la relación entre la dimensión evaluación y la competitividad es positiva moderada, con un coeficiente de correlación es de ,657. Por lo que se sostiene que el formular, implementar y ejecutar un plan estratégico ayuda a los clientes de la empresa Plastypet Perú a ser competitivos.

También, en la investigación de Ortiz (2019), el objetivo fue “Demostrar la relación que guarda la competitividad con la gestión financiera en el nivel de relevancia, para dar a conocer si hay una relación directa entre estas variables”. La investigación fue descriptiva, correlacional, estudio cuantitativo, se usó la encuesta, los datos fueron procesados en programas de cálculo estadístico, la muestra estuvo formada por 10 microempresas comerciales. Los resultados se obtuvieron comparando el ROE y ROA con respecto a los dos indicadores de competitividad. Se concluyó que se debe mejorar las políticas de ventas para obtener márgenes de utilidad neta positiva, aplicando un enfoque dinámico, innovador y de servicio al cliente.

A continuación, se mencionan antecedentes a nivel local que se relacionan con las variables del estudio:

Vargas (2019) en su investigación relacionada a la competitividad, su objetivo fue “Evaluar la competitividad de la empresa Agronegocios Sican S.A.C. en relación con las empresas competidoras Agrosur Ssamay SAC., Agrobeans SRL., Food Export Norte SAC”. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, un diseño transversal- comparativa, descriptivo. Su población estuvo lo conformó colaboradores del área administrativa, siendo una población de 26 empleados. El instrumento fue creado en base a la escala de Likert. Los resultados, se observa un promedio superior, en comparación con las demás empresas, se

encuentra una competitividad en su dimensión tecnológica con la competencia. En conclusión, las empresas competidoras se encuentra entre un promedio menos que las otras, y respecto a las demás empresas existe una competitividad entre las empresas, se recomienda evaluar de forma más extensa para ver las técnicas, métodos empleados.

Además, en el estudio de Neri (2020), el objetivo fue “Determinar la relación que existe entre la estrategia de marketing en redes sociales y la competitividad del centro comercial Apiat de la ciudad de Trujillo, 2020”. La metodología fue no experimental, transversal, correlacional. La muestra lo constituyeron 384 clientes hombres y mujeres, mayores de 18 años. La técnica y el instrumento fueron la encuesta el cuestionario respectivamente. Resultó que existe una relación positiva entre la estrategia de marketing en redes sociales y la competitividad del centro comercial. En conclusión, el nivel de visibilidad, interacción e influencia de la estrategia de marketing en redes sociales está en un nivel muy bajo en sus tres dimensiones, por ello se debe usar técnicas necesarias llamativas para los clientes, se debe actualizar la página a través de fotografías y videos de los productos que venden.

También revisando el estudio de Núñez (2021), que tuvo como objetivo el “Determinar el Planeamiento Estratégico para mejorar la eficiencia y la eficacia de la gestión en la institución educativa “Ingeniería” de Trujillo”. La investigación fue de diseño descriptivo, se usó como método de investigación las técnicas económicas y de servicio al cliente. Se obtuvo como resultados que los factores internos como la imagen institucional y la calidad académica, pueden hacer frente a factores externos como tener un mercado desfavorable, y permite aprovechar oportunidades del entorno como la tecnología. Se concluyó que los factores externos permiten que la empresa avance, así mismo, debe adaptarse a los cambios del entorno.

En la presente investigación, se hace mención al marco teórico que brindó un mayor soporte sobre los diversos conocimientos relacionados a cada variable de estudio.

El concepto de Planeamiento estratégico ha sido definido por Hellriegel et al., (2011), como el conjunto de estrategias, que permitan aprovechar las oportunidades del entorno y hacer frente a las amenazas, basándonos en las fortalezas y debilidades de la empresa. Así mismo, Hernández (2019), lo define como la formulación de acciones necesarias para alcanzar los resultados deseados. Para Jaramillo (2018), la planificación estratégica es un proceso permanente, continuo y participativo, que permite evaluar riesgos, tomar decisiones frente al futuro, generar situaciones nuevas, formular objetivos, determinar acciones, preparar los recursos humanos y realizar correcciones oportunamente. Para David (2020), la planeación estratégica es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones interfuncionales que permiten alcanzar los objetivos de una empresa. Fernández (2019), sostiene que la planeación estratégica establece las acciones que se deben desarrollar para alcanzar los fines, considerando a la competencia y las previsiones futuras.

La planeación estratégica es el proceso que se lleva a cabo en el más alto nivel de la escala jerárquica de la empresa y consiste en el establecimiento de los objetivos, metas, estrategias, las acciones, los recursos, tiempos, responsables, toma de decisiones, etc., a partir del análisis tanto interno como externo de la organización, para aumentar el éxito de la empresa y reducir la incertidumbre, lograr una mejor dirección, conocer eficientemente el entorno externo y actuar de una manera innovadora y diversificada. Considerando a Bernal (2018) la planeación estratégica comprende los valores, misión y visión de la empresa. Los valores son principios de la empresa, la misión señala la razón de ser de una organización y la visión nos indica el rumbo a tomar.

Para Salazar, (2020), el plan estratégico de negocios permite a la empresa evolucionar desde su situación actual hasta dónde desea llegar. Realizar planificación en la empresa, hará que

no haya deficiencias, debido a las directrices que se establecen para enrumbar a la organización.

Chiavenato (2011), menciona que la planeación estratégica tiene las siguientes características:

- Sus efectos se evidencian a largo plazo.
- Relaciona a la empresa y su entorno.
- Ve a la empresa de manera global.

De acuerdo a Villanueva, (2019), el proceso de Planeamiento Estratégico comprende las siguientes dimensiones: filosófica, analítica, operativa y acción, desarrollo y evaluación.

Villanueva, (2019), sostuvo que la Dimensión Filosófica, comprende las actividades de reflexión. Establece la situación ideal a alcanzar y el futuro deseado. Se proyecta a la empresa y se establece su realidad futura. De acuerdo con P. Para Drucker (2020), la imagen del futuro de la empresa comprende su filosofía, su cultura e intereses, es decir, aquellos elementos estructurantes y sustantivos que le permiten comprender e interpretar el mundo. En esta parte, también se especifica los fines generales de la empresa.

Dimensión analítica, de acuerdo a Villanueva, (2019), comprende el análisis del ambiente externo, es decir, el entorno en donde se desenvuelve la organización, para reconocer las oportunidades y amenazas; también comprende el análisis interno de la empresa, para determinar sus fortalezas y debilidades de la empresa. Todo este análisis determina el diagnóstico de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades.

Dimensión operativa, de acuerdo a Villanueva, (2019), comprende el establecimiento de los objetivos estratégicos, las estrategias y los cursos de acción. Los objetivos estratégicos determinan el sentido de dirección de la empresa, que serán una guía para la acción y las estrategias son las formas que determina la empresa para lograr los objetivos previstos, teniendo en cuenta su misión, visión y valores.

Villanueva, (2019), sostuvo que la Dimensión de Acción, Desarrollo y Evaluación, que comprende la ejecución de los planes, la determinación de las formas de evaluación, para ello se

deben establecer indicadores de evaluación para medir el desempeño de los colaboradores de la organización.

Estas cuatro dimensiones se interrelacionan (las fortalezas y debilidades a nivel interno, se analizan a partir de las oportunidades y amenazas del entorno) y estos componentes deben también tener en cuenta la misión y visión de la organización. Un efectivo plan estratégico permite reconocer potencialidades y limitaciones de la empresa, enfrentar desafíos y asumir riesgos. También, los objetivos se relacionan con las estrategias, políticas y estructuras organizacionales y deben ser evaluados de manera constante.

Respecto a la variable competitividad, Lanchipa, (2018) mencionó que es la capacidad de la empresa para afrontar los cambios y exigencias de los mercados. Pardo (2017), mencionó que la competitividad depende de la capacidad de la empresa para innovar y mejorar, alcanzando ventajas competitivas frente a los competidores. Por ejemplo, una organización se califica como competitiva si logra conseguir una mayor rentabilidad debido a que usa métodos, estrategias de producción más óptimas que las de la competencia, logrando obtener mayor cantidad o calidad en sus productos o servicios (Anzil, 2008, como se citó en García, 2017).

La teoría de competitividad, de acuerdo a (Correa, 2012, p.28, como se citó en Correa, 2018) sostiene que es, para una institución pública o privada, con o sin fines de lucro, la capacidad de sostener ciertas ventajas comparativas, es decir sus aptitudes, recursos, saberes que le permitan conseguir, mantener y optimizar cierta posición en el ámbito empresarial.

Por otro lado, para Correa (2018), señaló que una empresa es competitiva por diversos factores como ofrecer productos cómodos y de mejor calidad, o la mixtura de ambos factores. En cambio, la poca competitividad tiene que ver con el no poder competir ni en precio ni en calidad, trayendo como consecuencia la quiebra de una empresa en el mercado.

Ser competitivos es vital, porque permite comparar a las empresas en un doble punto de vista: competitividad interna y competitividad externa (Granda, 2018).

La ventaja competitiva, para Neri (2017), es la capacidad de la empresa para crear valor frente a su competencia, el valor se da por ofrecer productos únicos en el mercado o por ofrecer menores precios.

Características de una empresa competitiva, sostiene (Carvajal, 2016, como es citado en García, 2017) una empresa competitiva usa altos estándares de calidad y conserva un grado de rentabilidad a comparación a su competencia. Una empresa competitiva presenta las siguientes características:

- **Constante innovación:** Efectuar un constante cambio permite mantener al cliente expectante a través de la promoción de un nuevo producto o servicio, así como nuevas características, funcionalidades, beneficios, ideas novedosas, etc.
- **Liderazgo:** La empresa debe insertar liderazgo en todas sus áreas para garantizar la estimulación, motivación, bienestar del otro, potencializando sus capacidades, aptitudes, etc. y así poder cumplir con las metas establecidas.
- **Comunicación y marketing:** La red de contactos ayuda a mejorar la relación cliente–marca en todas sus áreas funcionales, puesto que, para conseguir el crecimiento y posicionamiento de una empresa es necesario que se potencialice la comunicación y marketing a través de diversos canales presenciales o virtuales, para que den a conocer su producto o servicio, así como la marca, imagen, beneficios, etc.
- **Talento humano:** son quienes ayudaran a que la entidad crezca y sea exitosa, para ello es importante darles valor a los colaboradores en cuanto a sus opiniones, capacidades, inquietudes, etc., resaltar su trabajo, incentivar al personal económicamente o con premios son formas de lograr a que ellos den el 100% de su potencialidad.

Los factores que influyen en la competitividad, según (Valencia, 2012, como se

citó en García, 2017) indica que existe diversos factores que tienen incidencia sobre la competitividad, entre ellos están:

- **Calidad:** Es la capacidad de desarrollar eficientemente el proceso de producción para cubrir las necesidades de los clientes y así prevenir los errores o defectos en el proceso.
- **Productividad:** Capacidad de la empresa para producir usando sus recursos de manera eficiente y efectiva.
- **Calidad de servicio:** Es la capacidad de satisfacer a los clientes, personas, de manera amable, atenta, puntual, eficiente. etc. para lograr conseguir altos niveles de satisfacción.
- **Imagen:** Es la capacidad de fomentar y posicionar una idea en la mente de las personas, demostrando que es la mejor opción para conseguir los bienes o servicios que permitirán dejar satisfechos a sus necesidades y/o expectativas.

Las estrategias de la competitividad, según, (Cabrera et al., 2011, p.30, como se citó en Correa, 2018) sostienen que el éxito o caída de una organización es determinada por la estrategia competitiva empleada y la competitividad es la intención de posicionarse de manera segura frente a los demás en el ámbito laboral.

Por otro lado, para Neri (2017) las estrategias que determinan la competitividad son los siguientes:

- **Liderazgo en costos:** Implica producir a menor costo que el resto de las empresas del sector.
- **Diferenciación:** Implica agregar un valor a un producto o servicio adicional a las características que posee, este valor es percibido por el cliente y convertido en un producto o servicio único.
- **Enfoque en alta segmentación:** Se enfoca los productos a un segmento determinado

de la industria, de acuerdo a las características y cualidades que los determinan.

En el presente estudio se vio importante mencionar las bases conceptuales, en donde se define los conceptos más relevantes que considera el autor:

- **Capacitación:** Permite mejorar el desempeño de los trabajadores, cuya finalidad es que ellos se desarrollen profesional como personalmente, que sientan motivación para ejecutar mejor sus funciones, llegando a que tanto el colaborador como la empresa se complementen y se cumplan los objetivos en común con éxito (Torres et al., 2019).
- **Competitividad:** Capacidad de toda organización para producir diversos bienes y servicios de calidad, de manera eficiente (en la administración de recursos), eficaz (cumplimiento de objetivos) y efectiva, cumpliendo con los objetivos y tenga aceptación en el mercado.
- **Talento humano:** Está conformado por los colaboradores en sus diferentes niveles jerárquicos organizacionales, que va desde el obrero más reciente hasta el ejecutivo con mayor experiencia, siendo ellos la columna vertebral o el motor fundamental para que las organizaciones cumplan con sus objetivos planteados y siendo la principal diferencia competitiva entre las entidades (Mariño, 2018).
- **Micro y pequeñas empresas:** Las MYPES son una unidad económica que desarrolla acciones para transformar, producir y comercializar bienes (Galindo, 2019).

1.2. Formulación del problema

¿Cómo se relaciona el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023?.

Preguntas específicas

- ¿Cómo se relaciona la dimensión filosófica y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023?.

- ¿Cómo se relaciona la dimensión analítica y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023?.
- ¿Cómo se relaciona la dimensión operativa y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023?.
- ¿Cómo se relaciona la dimensión acción, desarrollo y acción y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023?.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la dimensión filosófica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.
- Determinar la relación entre la dimensión analítica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.
- Determinar la relación entre la dimensión operativa y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.
- Determinar la relación entre la dimensión acción, desarrollo y evaluación y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

1.4.Hipótesis

El presente estudio considera aceptar la hipótesis, a causa que el tipo de investigación es cuantitativa, en el cual su planteamiento determina que su alcance será correlacional, deseando predecir una cifra o un hecho siguiendo a Hernández et al. (2014). Por otra parte, considerando los planteamientos de Espinosa (2018), las hipótesis

correlacionales determinan asociaciones entre dos o más variables, de esta manera el análisis estadístico de este tipo de hipótesis tiene soporte en las medidas de la estadística descriptiva y en el análisis de correlaciones. Es por ello, que las hipótesis siendo proposiciones tentativas sobre relaciones entre variables van alineadas a nuestro tipo de investigación cuantitativa teniendo un alcance correlacional.

1.4.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

1.4.2. Hipótesis específicas

- Existe una relación significativa entre la dimensión filosófica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.
- Existe una relación significativa entre la dimensión analítica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.
- Existe una relación significativa entre la dimensión operativa y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.
- Existe una relación significativa entre la dimensión acción, desarrollo y evaluación y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

1.5. Justificación

Rivas (2022), señala que la justificación de una investigación permite presentar los argumentos que han permitido al investigador realizar el estudio.

Como Justificación Teórica, el presente estudio pretende aportar con nuevos conocimientos sobre el Planeamiento Estratégico y la competitividad empresarial, como aspectos importantes en el desarrollo de toda organización, de esta manera la

investigación aportará a la epistemología de las diversas teorías existentes sobre aspectos significativos en el desarrollo de una organización. Asimismo, se debe tener en consideración que la información recabada sobre las variables de estudio podrá ser utilizada en estudios futuros. Bernal (2010), afirmó la justificación teórica tiene la finalidad de crear reflexión y discusión académico.

En la Justificación Práctica, los resultados del estudio aportarán conocimientos importantes y trascendentales que permitirá identificar la situación actual de las entidades zapateras en el mercado actual, las prácticas empresariales en torno a la planificación estratégica y la competitividad, y de qué forma las empresas zapateras lo asumen para mejorar sus resultados, considerando el desarrollo económico-financiero y el posicionamiento en el mercado, con la intención de tomar decisiones que permitan el desarrollo de diversas estrategias funcionales en el mercado zapatero a nivel local, nacional e internacional. Puede constituirse como antecedentes para futuras investigaciones

Por otro lado, en la Justificación Social, el presente estudio permitirá que los clientes de la empresa investigada se beneficien con la información obtenida de las variables de estudio, mostrando los beneficios que brinda la Planificación Estratégica en la Competitividad de las empresas de calzado, asimismo permitirá hallar los puntos críticos de la empresa para proponer estrategias que permitan mejorar el servicio y los productos ofrecidos a los clientes. Asimismo, la sociedad en general se verá beneficiada debido a que, las prácticas de Planificación Estratégica favorecerán a la empresa y se reflejarán de manera positiva en la competitividad empresarial.

Como Justificación metodológica, la investigación es importante porque permitirá contrastar la realidad con los instrumentos validados, confiables que darán origen a nuevos conocimientos respecto al planeamiento estratégico y la competitividad

empresarial, aportando de esta manera al método científico. El presente estudio empleará como herramienta de medición el cuestionario que se aplicará a la empresa de calzado Jaguar del sector zapatero de la provincia de Trujillo y ayudará a alcanzar el objetivo general de la investigación, para determinar la relación que hay entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa. Rivas (2020), esta justificación es considerada como un nuevo aporte para los investigadores, sustenta la ineficacia o valida los estudios existentes, pero estableciendo nuevos procedimientos.

CAPÍTULO II. MÉTODO

2.1. Tipo de investigación

Este estudio tiene un enfoque cuantitativo, ya que mide y explica de manera numérica o estadística los datos recolectados a través del instrumento determinado para el estudio. Hernández (2018), señala que este enfoque obtiene datos para probar hipótesis basados en la medición numérica y análisis estadístico, para probar teorías. Por consiguiente, esta es una investigación cuantitativa, porque se recolectó datos para contrastar la hipótesis, a través de una medición numérica.

También, el estudio tiene un diseño no experimental. Neri (2017) sostiene que en este tipo de diseño no se manipulan las variables, se observan en sus contextos reales, para luego analizarlas. Del mismo modo, Hernández et al. (2014) sostuvo que una investigación no experimental manipula las variables. Por lo tanto, el presente estudio es una investigación no experimental, porque no manipulas las variables y solo las observa cómo están en la realidad.

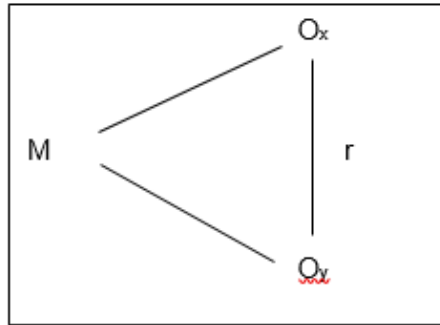
De igual manera, la presente investigación tiene un alcance de corte transversal o transaccional, dado que los datos se recopilaron en un momento determinado y preestablecido. De acuerdo a Montano (2020), este tipo de investigación, recoge y analiza datos en un momento determinado. Limita la recogida de información a un determinado periodo.

Por último, el estudio es de tipo descriptiva-correlacional. Hernández et al., (2014) sostuvo que, en este tipo de investigación, se establece las relaciones entre dos o más variables, en un determinado momento y en una determinada realidad. Por consiguiente, es una investigación correlacional, que analizó la relación entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad, en una determinada muestra y en un determinado momento.

Figura 1

Esquema correlacional:

Donde:



M: Muestra (colaboradores del área administrativa de la empresa de calzado Jaguar, de la ciudad de Trujillo, 2023).

O_x: Planeamiento Estratégico

O_y: Competitividad

r: relación de las variables

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Según Tamayo (2019), la población de estudio es un conjunto de casos, definido y limitado, que permitirá la elección de la muestra, y que tiene determinados criterios predeterminados. Por su parte, Moreno (2021) sostuvo que la población es el total de individuos con características semejantes y sobre las cuales se hace inferencias a la muestra. La presente investigación tuvo una población de 16 colaboradores de la empresa de calzado Jaguar de la ciudad de Trujillo del año 2023. Esta población es finita, ya que se conoce la cantidad de colaboradores del área administrativa de la organización.

La población fue de 16 trabajadores del área administrativa de la empresa, quienes vienen realizando diariamente funciones o actividades laborales dentro de la empresa. En donde se mencionan los cargos laborales a continuación:

Tabla 1

Población del área administrativa de la empresa

Área	Puesto laboral	Nº colaboradores
Área Administrativa	Gerente General	1
	Administrador	1
	Contador	1
	Asistente contable	1
	Gerente de Producción	1
	Gerente de Recursos Humanos	1
	Jefe de logística	1
	Jefe de almacén	2
	Jefes de ventas	7
TOTAL		16

Fuente: Área administrativa de la empresa de calzado Jaguar, 2023.

2.2.2. Muestra

Bernal (2010) señaló que la muestra es una parte de la población y sobre quien se observa y mide las variables de estudio. En este sentido, la presente investigación se desarrolló con una muestra de 16 colaboradores de la empresa de calzados Jaguar. Castro (2008), menciona que cuando la población es menor a 50 personas, la población será la misma a la muestra.

Se usó la muestra no probabilística por conveniencia.

La muestra estuvo conformada por la totalidad de la población, por ser una cantidad pequeña, siendo los 16 colaboradores del área administrativa, la cual ocupan distintos puestos dentro de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnicas de recolección:

García (2018), sostuvo que la encuesta es una técnica que emplea procedimientos estandarizados de investigación, que permite recoger y analizar datos de una muestra representativa de una población, del que se quiere explorar, describir, predecir y/o explicar sus características. Para Sierra (2016), la encuesta es el procedimiento para recoger datos mediante la interrogación.

En el presente estudio se usó de técnica la encuesta, que fue aplicada a la muestra conformada por los 16 colaboradores del área administrativa de la empresa de calzado Jaguar, conformados por: el administrador, contador, asistente, gerentes y jefes, para que den sus puntos de vista respecto a la organización, para obtener información sobre la relación que existe entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa.

La encuesta fue realizada de manera presencial, en el cual se desarrolló un total de 28 preguntas entre ambas variables, detallándose a continuación:

- Variable Planeamiento Estratégico: contiene 14 preguntas.
- Variable Competitividad: contiene 14 preguntas.

2.3.2. Instrumento

Se utilizó el cuestionario de instrumento, que permitió obtener información para analizar e interpretar las variables, realizar nuestro análisis cuantitativo y determinar su relación. También, Hernández et al. (2010) señaló que el cuestionario es una eficiente herramienta que permite recoger datos en un corto tiempo y en ella se podría considerar diversos tipos de preguntas como abiertas, cerradas o mixtas. Hernández, Fernández y Baptista (2010), sostuvieron que el cuestionario tiene preguntas sobre una o más variables que se quiere medir.

Se empleó como instrumento el cuestionario, que cumplió con los criterios de validación previamente, se tomó y adaptó para la presente investigación el instrumento de Ore (2018), en donde se realizaron preguntas cerradas con opciones de respuestas que

estuvieron delimitadas con escala de Likert, basadas en 5 rangos: nunca (valor 1), casi nunca (valor 2), a veces (valor 3), casi siempre (valor 4) y siempre (valor 5).

Tabla 2

Técnica e instrumento de recolección de datos

Variable	Técnica	Instrumento
Planeamiento Estratégico	Encuesta	Cuestionarios elaborados por el autor Ore (2018)
Competitividad	Encuesta	

Nota: Técnica e instrumento de recolección de datos elaborado por Ore (2018)

A continuación, se describe el cuestionario del Planeamiento Estratégico y su respectiva confiabilidad:

- N° de preguntas: 14
- Dimensiones a medir: filosófica, analítica, operativa, acción, desarrollo y evaluación.
- Tipo de escala: Likert – ordinal

Tabla 3

Análisis de fiabilidad del instrumento de evaluación del Planeamiento Estratégico

Estadísticas de confiabilidad	
Alpha de Cronbach	N. de elementos
0.821	14

Nota: Resultado de la confiabilidad del Planeamiento Estratégico.

Considerando el resultado del coeficiente de Alpha de Cronbach de 0.821, se determina que el instrumento es confiable; y cumple los criterios de fiabilidad y validez.

El cuestionario de competitividad y su respectiva confiabilidad, se detalla a continuación:

- N° de preguntas: 14

- Dimensiones a medir: administración individual, competencias conceptuales, enfoque de resultados, administración de equipos y habilidades complementarias.
- Tipo de escala: Likert – ordinal

Tabla 4

Análisis de fiabilidad del instrumento de evaluación de la competitividad

Estadísticas de confiabilidad	
Alpha de Cronbach	N. de elementos
0.907	14

Nota: Resultados de la confiabilidad de la competitividad.

De acuerdo al resultado del coeficiente de Alpha de Cronbach de 0.907, se determina que el instrumento tiene una confiabilidad excelente; y cumple los criterios de fiabilidad y validez.

2.4. Procedimiento de recolección de datos

Toussaint y Vallejos (2017) indicaron que los datos se pueden procesar a través de programas estadísticos como Microsoft Excel, que permiten elaborar tablas y gráficos estadísticos con sus porcentajes.

En primer lugar, se buscó información respecto a instrumentos que midan las variables de estudio y se eligió uno ya validado que más se adecúe al estudio, luego se analizaron las preguntas que permitan responder a los objetivos del estudio. Luego, se adecuaron algunas preguntas del instrumento, de acuerdo a los intereses de la investigación.

En segundo lugar: Para la aplicación de la encuesta, se coordinó con el gerente de la empresa de calzado Jaguar, para que nos otorgue la autorización de contactar con los colaboradores y aplicarles el cuestionario relacionado a nuestras variables de estudio: Planeamiento Estratégico y Competitividad.

En tercer lugar: Se optó por aplicar el cuestionario a la muestra total de 16 colaboradores del área administrativa de la empresa y se procedió a solicitar su apoyo para el llenado de la encuesta, quienes demostraron un apoyo incondicional hacia el requerimiento solicitado, sin presentarse problemas.

Los datos obtenidos, se procesaron en el sistema estadístico Statical Package for the Social Sciences (SPSS) IMB versión 21.

2.5. Análisis de datos

Vidal (2009) señaló que, para analizar los datos, se deben elegir determinados aspectos considerando las herramientas de tipo de métrica de las categorías empleadas. Se procedió a analizar la información sobre las variables de estudio, los resultados se cuantificaron, resultados que correspondieron a las opiniones de los colaboradores de la empresa.

Por último, los datos fueron procesados con el programa SPSS de IBM versión 21, que permitió tratar y analizar de manera eficiente la información (Hernández, et al., 2014). Los datos recolectados del cuestionario aplicado, se procesaron con el software SPSS versión 21, obteniendo resultados estadísticos relevantes como las tablas de contingencia, el coeficiente de alfa de Cronbach para medir la fiabilidad, confiabilidad del instrumento. También se obtuvieron resultados estadísticos a través de las tablas de frecuencia sobre las variables y sus dimensiones, además se usaron las pruebas de normalidad y de correlación para contrastar las hipótesis.

2.6. Aspectos éticos

Se tuvo en cuenta las siguientes consideraciones éticas:

- Lineamientos académicos de la Universidad Privada del Norte: se respetó los lineamientos académicos y la normatividad establecida por la Universidad Privada del Norte en sus diversos documentos establecidos.

- Cumplimiento de las normas APA: Se siguió los lineamientos establecidos por las normas APA, sétima edición.
 - Confidencialidad: no divulgar la información de la empresa.
 - Integridad: actuar con rectitud, dignidad, justicia y equidad con todas las personas que participaron en la investigación.
 - Consentimiento informado: Los sujetos participantes en el proyecto, estuvieron informados del propósito del estudio.
 - Anonimidad del informante: se protegió la identidad de los encuestados en la investigación para no ocasionar ningún daño o disgusto en la empresa.
 - Objetividad: actuar libre de conflictos de interés en la aplicación de un estudio, así mismo estamos en la obligación de actuar verazmente como profesionales.
 - Veracidad: se citó a los autores que se mencionó en la investigación, así como, el materiales bibliográfico consultado.
 - Independencia: Se mantuvo la independencia de la investigación y se evitó los conflictos de interés.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Análisis de los resultados

En el presente estudio, se analizaron los resultados obtenidos de la encuesta que mostró respuestas confiables dadas por los 16 colaboradores de la empresa de calzados Jaguar.

Se precisa, que el contenido de la encuesta fue elaborado en base a 28 preguntas en su totalidad, dividiéndose en 14 preguntas en torno de la variable Planeamiento Estratégico y 14 preguntas entorno de la variable Competitividad, que fueron analizadas e interpretadas según sus variables y dimensiones establecidas:

Proceso para la contrastación de las hipótesis

Para medir la normalidad de los datos, se utilizó la prueba de Shapiro-wilk, que evalúa la distribución normal del total de la muestra cuando es menor a 50 unidades de análisis ($m < 50$). Se estableció las siguientes hipótesis generales para la muestra:

Tabla 5

Contrastación de hipótesis general

Hipótesis Nula H0	H0: No existe una relación significativa entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar en la ciudad de Trujillo, 2023. $H_0 \leq 0$
Hipótesis alterna H1	H1: Si existe una relación significativa entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar en la ciudad de Trujillo, 2023. $H_1 > 0$

Tabla 6

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Planeamiento Estratégico	,760	16	0,217
Competitividad	,768	16	,223

Nota: Resultados obtenidos de las variables Planeamiento Estratégico y competitividad.

De acuerdo a la tabla 6, utilizando la prueba de Shapiro-Wilk, que señala la significancia de las variables, se obtuvo una significancia del (0.217) para la hipótesis general, señalando que es mayor al ($p < 0.05$), por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. La muestra sigue una distribución normal, por ello se propone emplear la prueba de Pearson (Prueba paramétrica) para conocer la relación entre las variables de estudio.

3.2. Resultado del objetivo general: Determinar la relación entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzados Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

Tabla 7

Correlación de Pearson – Hipótesis general

		Planeamiento Estratégico	Competitividad
Planeamiento Estratégico	Correlación de Pearson	1	,449
	Sig. (bilateral)		,081
	N	16	16
Competitividad	Correlación de Pearson	,449	1
	Sig. (bilateral)	,081	
	N	16	16

Nota: Resultados obtenidos de las variables planeamiento estratégico y competitividad.

De acuerdo a la tabla 7, se utilizó la correlación de Pearson, que sirve para conocer la correlación de las variables, en donde para la hipótesis general se obtuvo como resultado de la correlación un (0.449), lo que indica que existe una correlación positiva débil entre las variables “Planeamiento Estratégico” y “Competitividad”. Es así que, se acepta la hipótesis general alterna que planteó el investigador.

3.3. Resultado del objetivo específico 1: Determinar la relación entre la dimensión filosófica y la competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

Tabla 8

Correlación de Pearson – Hipótesis específica 1

		Filosófica	Competitividad
Filosófica	Correlación de Pearson	1	,479
	Sig. (bilateral)		,030
	N	16	16
Competitividad	Correlación de Pearson	,479	1
	Sig. (bilateral)	,030	
	N	16	16

Nota: Resultados obtenidos de la dimensión filosófica y la variable competitividad.

De acuerdo a la tabla 8, se utilizó la correlación de Pearson, que sirve para conocer la correlación de las variables, en donde para la hipótesis específica 1 se obtuvo una correlación de (0.479), que indica existe correlación positiva débil entre la dimensión “Filosófica” y la variable “Competitividad”. Es así que, se acepta la hipótesis específica alterna.

3.4. Resultado del objetivo específico 2: Determinar la relación entre la dimensión analítica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

Tabla 9

Correlación de Pearson – Hipótesis específica 2

		Analítica	Competitividad
Analítica	Correlación de Pearson	1	,383
	Sig. (bilateral)		,071
	N	16	16
Competitividad	Correlación de Pearson	,383	1
	Sig. (bilateral)	,071	
	N	16	16

Nota: Resultados obtenidos de la dimensión analítica y la variable competitividad.

De acuerdo a la tabla 9, según la correlación de Pearson, que indica la correlación de las variables, para la hipótesis específica 2 se obtuvo una correlación de (0.383), que indica existe correlación positiva débil entre la dimensión “Analítica” y la variable “Competitividad”. Es así que, se acepta la hipótesis específica alterna.

3.5. Resultado del objetivo específico 3: Determinar la relación entre la dimensión operativa y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

Tabla 10

Correlación de Pearson – Hipótesis específica 3

		Operativa	Competitividad
Operativa	Correlación de Pearson	1	,161
	Sig. (bilateral)		,276
	N	16	16
Competitividad	Correlación de Pearson	,161	1
	Sig. (bilateral)	,276	
	N	16	16

Nota: Resultados obtenidos de la dimensión Operativa y la variable competitividad.

De acuerdo a la tabla 10, según la correlación de Pearson, que indica la correlación de las variables, para la hipótesis específica 3 se obtuvo una correlación de (0.161), que indica existe correlación positiva muy débil entre la dimensión “Operativa” y la variable “Competitividad”. Así, se acepta la hipótesis específica alterna.

3.6. Resultado del objetivo específico 4: Determinar la relación entre la dimensión acción, desarrollo y evaluación y la competitividad de la empresa de calzados Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.

Tabla 11

Correlación de Pearson – Hipótesis específica 4

		Acción, desarrollo y evaluación	Competitividad
Acción, desarrollo y evaluación	Correlación de Pearson	1	,434
	Sig. (bilateral)		,038
	N	16	16
Competitividad	Correlación de Pearson	,434	1
	Sig. (bilateral)	,038	
	N	16	16

Nota: Resultados obtenidos de la dimensión Acción, desarrollo y evaluación y la variable competitividad.

Según la tabla 11, de acuerdo a la correlación de Pearson, que indica la correlación de las variables, para la hipótesis específica 4 se obtuvo una correlación de (0.434), indicando que existe correlación positiva débil entre la dimensión “Acción, desarrollo y evaluación” y la variable “Competitividad”. Así, se acepta la hipótesis general alterna.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

En el desarrollo del presente estudio, se presentaron algunas limitaciones como: no se encontraron trabajos que contengan las dos variables de investigación, solo se encontraron antecedentes que contenían una de las dos variables y hubo pocos antecedentes relacionados al sector del calzado. De esta manera, la información recabada fue limitada. Otra limitación fue el tamaño de la muestra seleccionada en la investigación que fue de 16 colaboradores que laboran en la empresa de calzado Jaguar, siendo una muestra muy pequeña, lo que podría hacer que los resultados obtenidos no sean muy significativos.

El estudio planteó como objetivo general: Determinar la relación entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. En el presente estudio, a través de la correlación de Pearson, se obtuvo el 44,9% de relación entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad, constituyendo una correlación positiva débil entre las variables. Estos resultados coinciden con los de Aguirre (2020) quien obtuvo como resultado que la escasa planificación representada por el 40% y la ausencia de un equipo a cargo de la dirección estratégica, representado por el 30%, constituyen algunas de las razones esenciales para la falta de competitividad en las empresas. Sin embargo, difieren de los de Chaves (2019), quien obtuvo que la planificación estratégica influye de manera significativa en la competitividad y los resultados financieros de las empresas, constituyéndose en un elemento clave para lograr su crecimiento y su sostenibilidad en el tiempo. Estos resultados evidencian que, en la empresa estudiada, el Planeamiento Estratégico tiene una correlación positiva débil con la Competitividad de los colaboradores, ello debido a que no se fomenta una cultura de planificación estratégica, la administración muy poco comunica los planes

estratégicos, no coordina ni establece metas alcanzables, por lo que cambiar la forma de planificar sería importante para mejorar la competitividad de los colaboradores. Al respecto, la Teoría del Planeamiento Estratégico propuesta por Alfred Chandler (1962), citado por Bello (2023), argumentó que hay interdependencia entre la estrategia empresarial y la estructura organizativa y avanzan juntas a lo largo del tiempo para responder a los cambios del mercado y la tecnología.

Con respecto al objetivo específico 1: Determinar la relación entre la dimensión filosófica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. En el estudio, a través de la correlación de Pearson, se obtuvo el 47,9% de relación entre la dimensión filosófica y la variable competitividad, constituyendo una correlación positiva débil entre las variables. Estos resultados difieren con los de Quispe (2019), quien obtuvo como resultado un coeficiente de correlación de 0,821, lo que indica una correlación positiva considerable entre la dimensión formulación (misión, visión, valores) y la competitividad, Así mismo, García (2019), obtuvo que la dimensión filosófica de planificación estratégica se relaciona de manera considerable con la competitividad de las Pymes a través de las fases de planeación de la estrategia, con un 0,752 de correlación, existiendo una correlación positiva considerable entre las variables. Dado a esto, puede considerarse que en la empresa estudiada la dimensión filosófica del planeamiento estratégico y la competitividad no están encaminadas hacia un mismo norte, existe desconocimiento de la misión, visión y valores de la empresa para que puedan desempeñarse de manera competente, por lo que urge mejoras en planes y vincularlas a las acciones de competitividad. Villanueva (2019), sostuvo que, desde la teoría de la planificación estratégica, la dimensión filosófica comprende las actividades de reflexión tendientes al deber ser de la empresa, determina la situación futura que se desea alcanzar, para promover un desempeño competente en los colaboradores.

Con respecto al objetivo específico 2: Determinar la relación entre la dimensión analítica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. En el estudio, a través de la correlación de Pearson, se obtuvo el 38,3% de relación entre la dimensión y la variable. Los resultados difieren con el estudio de Quispe (2019), quien obtuvo una relación de 0,821 entre la dimensión formulación (análisis interno y externo) y la competitividad, señalando que existe una correlación positiva considerable entre la dimensión y la variable de estudio. Así mismo, Troncos (2022), para la dimensión analítica y competitividad obtuvo como resultado una correlación de Pearson de 0.561, demostrando que existe una correlación positiva media entre dichas variables. Estos resultados evidencian que, en la empresa estudiada, existe una relación positiva débil entre la dimensión analítica y la competitividad de los colaboradores, ello debido a que no consideran que el conocimiento de los factores tanto internos como externos les ayuda a tener un mejor desempeño. Villanueva (2019), sostuvo que, desde la teoría de la planificación estratégica, la dimensión analítica comprende el análisis del entorno de la organización, para identificar las oportunidades y amenazas y el análisis de la realidad interna, para determinar las fortalezas y debilidades.

Con respecto al objetivo específico 3: Determinar la relación entre la dimensión operativa y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. En la investigación, a través de la correlación de Pearson, se obtuvo el 16,1% de relación, constituyendo una correlación positiva muy débil entre la dimensión operativa y la variable competitividad. Estos resultados difieren con los de Pizan (2019), quien obtuvo como resultado un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,729, indicando que existe una relación alta con la competitividad empresarial. También difieren con los resultados de Quispe (2029), quien obtuvo como resultado un coeficiente de correlación de 0,625 entre la dimensión implementación (planes operativos) y la competitividad,

existiendo una correlación positiva moderada. Dado a esto, puede considerarse que en la empresa estudiada la dimensión operativa de la planificación estratégica y la competitividad tienen una relación débil, posiblemente porque los colaboradores desconocen los objetivos, los planes operativos y las estrategias, percibiendo que esta dimensión no se relaciona con su competitividad. Villanueva (2019), sostuvo que, desde la teoría de la planificación estratégica, la dimensión operativa determina los indicadores, objetivos estratégicos y las estrategias de la organización, lo que conlleva a un mejor desempeño laboral.

Con respecto al objetivo específico 4: Determinar la relación entre la dimensión acción, desarrollo y evaluación y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. En el estudio, a través de la correlación de Pearson, se obtuvo una correlación de 43,4% mostrando que existe una correlación positiva débil entre la dimensión y la variable de estudio. Estos resultados difieren con los de Quispe (2019), quien obtuvo como resultado un coeficiente de correlación de 0,657, lo que indica una correlación positiva moderada entre la dimensión evaluación y la competitividad. Así mismo, Troncos (2022), para la dimensión evaluación y competitividad, obtuvo una correlación de 0.587, señalando que existe una correlación significativa directa moderada bilateral entre dichas variables. Estos resultados evidencian que en la empresa estudiada la dimensión acción, desarrollo y evaluación tiene una relación débil con la competitividad, ello debido a que los colaboradores desconocen las maneras de evaluación de los planes estratégicos y su importancia en la competitividad laboral. Villanueva (2019), sostuvo que, desde la teoría de la planificación estratégica, la dimensión acción, desarrollo y evaluación comprende la implementación del plan y su sistema de seguimiento y evaluación.

Este estudio tiene implicancia práctica, porque es importante contar con colaboradores competentes dentro de la empresa de calzado Jaguar, que cumplan con sus actividades diarias de manera efectiva, permitiendo que la empresa brinde un servicio de calidad y se diferencie de la competencia, para ello es necesario llevar a cabo una adecuada planificación estratégica y socializarlo entre los colaboradores, para que tengan pleno conocimiento de los diversos elementos que comprende y así sean competitivos en la empresa.

En la investigación se generó implicancias metodológicas, debido a que el enfoque fue cuantitativo, de diseño no experimental y de tipo correlacional, también se empleó una encuesta a la totalidad de la muestra, siendo 16 colaboradores del área administrativa de la empresa de calzado Jaguar. Analizando los resultados de la correlación de Pearson se señala que existe una relación positiva débil en todos los objetivos, así como, también los resultados a través de la prueba de Shapiro-Wilk indican que no todas las hipótesis planteadas han sido aceptadas, todo ello, empleando el programa estadístico SPSS.

4.2. Conclusiones y recomendaciones

En relación al objetivo general, se concluye que existe relación positiva débil entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar con una correlación de Pearson de 0.449 y un nivel de significancia menor a 0.081.

En relación al objetivo específico 1, se concluye que existe relación positiva débil entre la dimensión Filosófica del Planeamiento Estratégico y la Competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar con una correlación de Pearson de 0.479 y un nivel de significancia menor a 0.030.

En relación al objetivo específico 2, se concluye que existe relación positiva débil entre la dimensión Analítica del Planeamiento Estratégico y la Competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar con una correlación de Pearson de 0.383 y un nivel de significancia menor a 0.071.

En relación al objetivo específico 3, se concluye que existe relación positiva muy débil entre la dimensión Operativa del Planeamiento Estratégico y la Competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar con una correlación de Pearson de 0.161 y un nivel de significancia menor a 0.276.

En relación al objetivo específico 4, se concluye que existe relación positiva débil entre la dimensión Acción, desarrollo y evaluación del Planeamiento Estratégico y la Competitividad de los colaboradores de la empresa de calzado Jaguar con una correlación de Pearson de 0.434 y un nivel de significancia menor a 0.450.

Por lo que, es importante que la empresa desarrolle Talleres de Capacitación Filosófica, en los que se dé a conocer la misión, visión y valores que caracterizan a la empresa, asegurar su comprensión y adecuar su desempeño a la filosofía empresarial establecida. Es necesario que la empresa contrate a Empresas Consultoras o establezca

alianzas estratégicas con ellas, para recibir asesoramiento oportuno en la elaboración de diversas herramientas de análisis interno y externo de la empresa, determinar asertivamente las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas y difundirlas entre todos los colaboradores de la empresa para mejorar su competitividad. Así mismo, la empresa debe contratar a profesionales especializados en la elaboración de Planes Estratégicos, para que capaciten al personal administrativo en la construcción de los diversos planes operativos que se desarrollarán en la empresa para el logro de los objetivos empresariales, los mismos que deben ser socializados entre los colaboradores para recibir sus aportes, conocer sus percepciones al respecto y se comprometan en el cumplimiento eficiente de los mismos. También, resulta fundamental que la empresa implemente y desarrolle un Programa de Evaluación Continua a la planificación estratégica desarrollada en las diversas áreas de la organización, para determinar logros, dificultades y aspectos de mejora, realizar los ajustes necesarios de manera oportuna e implementar planes de mejora a partir de las debilidades encontradas.

REFERENCIAS

- Aguirre, M. (2020). *La planificación estratégica en las micro y pequeñas empresas comercializadoras de prendas de vestir en la ciudad de Machala* (Tesis de Posgrado). Universidad Técnica de Machala, Ecuador
- Álvarez, B., Freire, D. y Gutiérrez, B. (2017). *Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Concepción].
<http://repositorio.udec.cl/jspui/handle/11594/2495>
- Ari, M. (2020). *Gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca 2020* [Tesis de Titulación, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/1175>
- Anzil, F. (2009). *Recursos Financieros en las empresas*. Perú: Ed. Espasa
- Arteaga, A. y Mora, N. (2014). *Las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas en la economía y la importancia de la planeación estratégica*. Recuperado de:
<http://www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/unimar/article/view/582>
- Armas, H. (2013). *Caracterización de la capacitación y competitividad de la MYPE rubro abarrotos de Tumbes año 2013* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17379>
- Bello, F. (2023). *Teoría de Planeación Estratégica y Teoría Estratégica Emergente: una revisión literaria*. [Artículo de Investigación].
<file:///F:/UPN%202023/X%20CICLO/TESIS%202/BELLOPINZONFRANCISCOJAVIER2023%20SACAR%20PARA%20BIBLIOGRAFIA.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México, D.F., Pearson educación.
<https://www.revista.unam.mx/vol>
- Castillo, G. (2019). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE*

- rubro hospedajes del distrito de Canchaque (Huancabamba - Piura), año 2019*
[Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11381>
- Chaves, J. (2019). *Planeamiento Estratégico y su relación con el nivel de Competitividad y el Desempeño Financiero en las Pymes del sector de Plásticos en la Provincia Sabana Centro* (Tesis de Maestría). Colombia.
- Chiavenato, I. (2011). *Planeación estratégica. Fundamentos y aplicaciones* (3 ed.): McGraw Hill. Bogotá Colombia.
- Correa, F. (2018). *Caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPE del rubro restaurantes de la urbanización Santa Ana de PIURA, año 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3525>
- Cuesta, M. (2009). *Introducción al muestreo*. Universidad de Ovideo.
<https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/>
- David, F. (2020). *Administración Estratégica*. Fondo Editorial Ohio, México, 1996
- Del Águila, L. (2020). *Gestión educativa y competitividad institucional de la Unidad de Gestión Educativa Local de San Martín, 2019* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/49023>
- Espinosa, E. (2018). *La hipótesis en la investigación*. (Vol. 16), p.122-139.
<https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/1197>
- Galindo, L. (2019). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en la galería gamarra del distrito de Chiclayo, 2017* [Tesis de Bachiller, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/22156>

- Gámez, C. (2017). *Capacitación y cumplimiento de funciones institucionales en la Dirección Distrital de Defensa Pública y acceso a la Justicia Moquegua, 2016* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Moquegua]. <http://repositorio.unam.edu.pe/handle/UNAM/26>
- García, E. (2017). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro abarrotes del mercado Acomipomaler (Piura), año 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4752>
- García, J. (2019). *Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar competitividad*. Revista Espacios. 38 (52), 16-26.
- Gómez, Y., Ovallos, D. y Cortabarría, L. (2016). *Definición de un perfil que maximice la capacidad innovadora y competitiva en las organizaciones. Caso de aplicación: sector muebles del Atlántico-Colombia*. Revista Espacios, Vol.38(Nº04) Año2017. Pag.9. <http://hdl.handle.net/11323/4614>
- Gonzales, M., Jiménez, M., Mendoza, F. y Villegas, E. (2015). *Problema de competitividad: La capacitación*. México. http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/TECNOLOGICAS_20/Metal_Mecanica/82.pdf
- Granda, Y. (2018). *Caracterización de la competitividad y la capacitación de las MYPE del sector hotelero categoría dos estrellas en el distrito de Pariñas, provincia de Talara, año 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4516>
- Gray, D. (2017). *World Economic Forum*. <https://es.weforum.org/agenda/2017/03/en-america-latina-las-empresas-buscan-trabajadores-mejor-cualificados/>

- Hellriegel, S. (2011). *Administración: Un enfoque basado en competencias*. (12^a ed.). Cengage.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: editorial Mc Graw Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández Sampieri, R.; Fernández-Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. 4 ed. Ciudad de México, McGraw-Hill, Disponible en: https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf
- Jaramillo, W. (2018). *Situación actual y proyección del sector productivo con énfasis en las Mipyme y el emprendimiento. Observatorio de la pyme*. UASB. Recuperado a partir de <https://slideplayer.es/slide/3227755/>
- Lanchipa, M. (2018). *Capacitación del personal y su influencia en la competitividad empresarial de colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Credicoop Arequipa – Sede Tacna, 2018* [Tesis de Titulación, Universidad Privada de Tacna]. <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/737>
- Luna, A. (2019). *Administración estratégica*. Mexico: Grupo Editorial Patria. https://books.google.com.pe/books?id=HPHhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Mariño, T. (2018). *Diseño de un sistema de capacitación por competencias para mejorar*

- el desempeño laboral* [Tesis de Maestría, Universidad Técnica de Ambato].
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28316>
- Martínez, M. (2017). *Caracterización de la capacitación y la competitividad de las MYPES, en el sector de ventas de ropas de vestir para damas en la ciudad de Tingo María, año 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4910>
- Montano, J. (2020). *Investigación Transversal: Características, Metodología, Ventajas*.
<file:///C:/Users/user/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20Transversal.pdf>
- Mora, E. (2019). *Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá*. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79–87.
<https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Moreno, E. (2021). *La población en una investigación*. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>
- Neri, L. (2017). *La estrategia de marketing en redes sociales y la competitividad del centro comercial APIAT de Trujillo – 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11553>
- Ore, P. (2018). *Capacitación y competitividad laboral del personal de la empresa Fuster S.A.C., Pueblo Libre, 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/65076>
- Ortiz, G. (2019). *Competitividad y la gestión financiera en la microempresa comercial "San José", Tumbes, 2018* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/36271>
- Pardo, P. (2017). *Competitividad en MYPES de calzado del distrito El Porvenir, año 2017*.
[Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/11518>

- Pizan, J. (2019). *La planificación estratégica y su incidencia en el nivel de competitividad empresarial de Exportaciones Agro Perales S.A.C. – Casma 2019* [Pre grado, Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45627>
- Rivas, E. (2022). *Justificación de una investigación*. <https://normasapa.in/justificacion-de-una-investigacion/>
- Rivera, J. (2019). *Planeación Estratégica para aumentar la Competitividad en las escuelas de español de la ciudad de Quetzaltenango*. Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Rivera-Juan.pdf>
- Sierra R. (2016). *Técnicas de Investigación social*. Madrid: Paraninfo, 1994.11/num11/art107/art107.pdf
- Sotelo, J. (2016). *La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MYPES: caso peruano* [Tesis de Doctorado, Universidad Politécnica de Catalunya].
<http://hdl.handle.net/2117/108505>
- Suarez, R. (2017). *Evaluación del impacto de la responsabilidad social empresarial como base de la ventaja competitiva de Ace Seguros S.A.* [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Matriz].
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13444>
- Sulla, L. (2021). *Estrategia empresarial para promover la competitividad de la empresa Hogar y Negocios en la ciudad de Huancayo, 2020* [Pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71158>
- Tamayo, M. (2019). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa, p. 180.
<https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la->

poblacion.html

Vargas, K. (2019). *Nivel de competitividad de la empresa Agronegocios SICAN S.A.C.*

Trujillo 2019 [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte].

<https://hdl.handle.net/11537/22989>

Vidal, R. (2009). *Análisis de datos de encuesta: desarrollo de una investigación completa*

utilizando SPSS. Revista de Ciencias Sociales vol. 5, N°. 1, 2010, págs. 141-143.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=612447>

Villanueva, L. (2019). *Planeamiento Estratégico*. Huaraz

Zapata, O. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*.

México:

Editorial

Pax

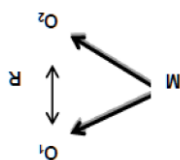
México.

<https://es.calameo.com/read/003819315264471b86dc7>

ANEXOS

Anexo 1.

Matriz de consistencia

Título: "Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023"					
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población
<p>¿Cómo se relaciona el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ●Determinar la relación entre la dimensión filosófica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. ●Determinar la relación entre la dimensión analítica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. ●Determinar la relación entre la 	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe una relación significativa entre el Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ●Existe una relación significativa entre la dimensión filosófica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. ●Existe una relación significativa entre la dimensión analítica y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. ●Existe una relación significativa 	<p>Variable 1</p> <p>Planeamiento Estratégico</p> <p>Variable 2</p> <p>Competitividad</p>	<p>Enfoque</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Diseño</p> <p>No experimental</p> <p>Tipo de investigación</p> <p>Correlacional</p> <p>Técnica</p>  <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p>	<p>Conformado por 16 colaboradores del área administrativa de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.</p> <p>Muestra</p> <p>Conformado por la totalidad de la población, es decir, 16 colaboradores del área administrativa de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.</p>

	<p>dimensión operativa y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.</p> <ul style="list-style-type: none"> ●Determinar la relación entre la dimensión acción, desarrollo y evaluación y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. 	<p>entre la dimensión operativa y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023.</p> <ul style="list-style-type: none"> ●Existe una relación significativa entre la dimensión acción, desarrollo y evaluación y la competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023. 			
--	---	---	--	--	--

Anexo 2.

Matriz de operacionalización de variables

Título: "Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023"					
Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable 1: Planeamiento Estratégico	Jaramillo (2018); sostiene que “El planeamiento estratégico es un proceso permanente, continuo y participativo, fundamentalmente orientado a evaluar riesgos y tomar decisiones frente al futuro, anticiparse a los hechos, forzar nuevas situaciones, formulando objetivos a lograr, definir los cursos de acción tanto a nivel organizacional en su conjunto como para cada una de las partes de las estructuras, integrar la organización, preparar los recursos humanos para su ejecución y corregir rumbos”.	Se define al Planeamiento Estratégico como el proceso a través del cual se plantea el rumbo hacia dónde se dirige la organización, se eliminan riesgos y se garantizan condiciones de éxito, obteniendo como resultado una herramienta de gestión para enlazar y alinear la estrategia empresarial y todas las actividades tácticas y operativas de la empresa.	Filosófica Analítica Operativa Acción, desarrollo y evaluación.	. Misión -Visión Valores -Análisis interno Análisis externo -Objetivos -Políticas -Planes -Estrategias	Escala de Likert 1=Nunca. 2=Casi Nunca. 3=A veces. 4=Casi siempre. 5=Siempre.

Título: "Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023”

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable 2:			Administración individual	. Adaptación . Autoconfianza	Escala de Likert
Competitividad	(Pérez y Zarate, 2020) definen a la competitividad como la facultad que tiene una empresa para realizar sus actividades creciendo rentablemente, creando valor y generando ventaja competitiva frente a otras empresas. En caso de aquellas que se dedican a los negocios internacionales la competitividad es la capacidad que tienen con sus ventajas competitivas a lograr un mejor rendimiento.	Es el resultado positivo u optimo que logra desarrollar la empresa y los colaboradores en varios aspectos, ofreciendo un valor añadido a sus clientes, de esta manera lograr la diferenciación frente a otras empresas.	Competencias conceptuales	. Habilidad de análisis . Criterio propio . Indagación	1=Nunca. 2=Casi Nunca. 3=A veces. 4=Casi siempre. 5=Siempre.
			Enfoque de resultados	. Disposición	
			Administración de equipos	. Guía del personal . Mando . Labor colaborativa	
			Habilidades complementarias	. Sentido de orden y calidad . Control emocional	

Anexo 3. Matriz de instrumento

Título: "Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023"									
Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	N un ca	Casi Nunc a	A ve ce s	Casi Siemp re	Si e m pr e	
Variable 1: Planeamiento Estratégico	Filosófica	Misión	¿Conozco la razón de ser de la empresa donde trabajo?						
		Visión	¿La empresa donde trabajo promueve el conocimiento de la misión?						
		Valores	¿La empresa donde trabajo cuenta con una visión?						
			¿La visión de la empresa donde trabajo es conocida por todo el personal?						
	Analítica		¿Sé de la existencia de los valores empresariales que guían mi conducta y la de mis compañeros de trabajo?						
		Análisis interno	¿Los valores de la empresa donde trabajo han sido difundidos de manera formal?						
	Operativa	Análisis externo	¿La empresa donde trabajo ha identificado claramente cuáles son sus fortalezas?						
			¿Tengo conocimiento de cada uno de las fortalezas de la empresa donde trabajo?						
		Objetivos Políticas Planes	¿Considero que la empresa aprovecha oportunamente las ocasiones favorables que se presentan en el mercado?						
		Acción, desarrollo y evaluación	Estrategias	¿Tengo en claro cuáles son los puntos débiles de la empresa donde trabajo?					

			<p>¿Considero que la empresa donde trabajo afronta adecuadamente las eventualidades negativas del entorno?</p> <p>¿En la empresa donde trabajo se ha formulado objetivos de largo plazo que permita el sostenimiento futuro?</p> <p>¿Existen estrategias formuladas para alcanzar objetivos?</p> <p>¿La empresa despliega recursos (humanos, financieros, materiales u otros) para la ejecución de las estrategias?.</p> <p>En general, percibo que la existencia de planeamiento estratégico en la empresa es efectiva:</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Ore (2018)

Título: "Planeamiento Estratégico y la Competitividad de la empresa de calzado Jaguar, en la ciudad de Trujillo, 2023"								
Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	N u n c a	Casi Nunc a	A ve ce s	Casi Siem pre	Si e m pre
Variable 2: Competitividad	Administración individual	Adaptación	¿Usted logra adaptarse con efectividad ante los cambios en la empresa?					
		Autoconfianza	¿Usted confía en sus propias capacidades?					
	Competencias conceptuales	Habilidad de análisis	¿Usted tiene la habilidad de analizar y evaluar las alternativas que le plantean para la solución de problemas?					
		Criterio propio	¿Usted utiliza su criterio básico para solucionar los problemas a los que se enfrenta en la empresa?					
		Indagación	¿Usted investiga cuando no conoce algo en la empresa? ¿Usted pregunta de forma directa a sus compañeros y jefes para estar informado?					
	Enfoque de resultados	Disposición	¿Usted está dispuesto a aprender nuevos métodos para realizar su trabajo?					
		Guía del personal	¿Usted guía al compañero de trabajo que lo solicita?					
	Administración de equipos	Mando	¿Usted tiene mando para guiar al equipo de trabajo en la empresa?					
		Labor colaborativa	¿Usted labora de forma coordinada con sus compañeros de trabajo?					
	Habilidades complementarias	Sentido de orden y calidad	¿Usted establece un orden en la realización de sus actividades? ¿Usted procura desarrollar un trabajo de calidad para la empresa?					
	Control emocional	¿Usted procura mantener un vínculo emocional saludable con sus compañeros de trabajo? ¿Usted controla sus emociones negativas en el trabajo?						

Fuente: Ore (2018)