



UNIVERSIDAD  
**AUTÓNOMA**  
DE ICA

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA**  
FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN  
PROGRAMA ACADÉMICO DE INGENIERIA INDUSTRIAL

**TESIS**

Plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica,  
Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Calidad y diseño de procesos productivos

**PRESENTADO POR**

Aguirre Pérez, Ronaldo Manuel

**TESIS DESARROLLADA PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE INGENIERO INDUSTRIAL**

**ASESOR**

Dr. Angeles Morales, Julio César

<https://orcid.org/0000-0002-7470-8154>

**Chincha, Perú, 2025**

# CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD  
**AUTÓNOMA**  
DE ICA

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Chincha, 09 de setiembre del 2025

**Dra. Mariana Alejandra Campos Sobrino**  
Decana de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración Universidad  
Autónoma de Ica.

**Presente.** -

De mi especial consideración:

Sirva la presente para saludarla e informar que, el **Bach. RONALDO MANUEL AGUIRRE PEREZ**, de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración, del programa Académico de INGENIERÍA INDUSTRIAL, ha cumplido con elaborar su:

PROYECTO DE TESIS

TESIS

**TITULADO:**

“PLAN ESTRATEGICO Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA METALMECANICA,  
INGENIERIA METALICA ORE S.A.C., PISCO, ICA, 2025”

Por lo tanto, queda expedito para continuar con el procedimiento correspondiente para solicitar la emisión de la resolución para la designación de Jurado, fecha y hora de sustentación de la Tesis para la obtención del Título Profesional.

Agradezco por anticipado la atención a la presente, aprovecho la ocasión para expresar los sentimientos de mi especial consideración y deferencia personal. Cordialmente,

JULIO CÉSAR ANGELES MORALES  
CODIGO ORCID: 0000-0002-7470-8154  
DNI: 32796107

# DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN



Yo, **RONALDO MANUEL AGUIRRE PEREZ**, identificado(a) con DNI N°70467020, en mi condición de estudiante del programa de estudios de **INGENIERÍA INDUSTRIAL** de la **FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN** en la Universidad Autónoma de Ica y que habiendo desarrollado la Tesis titulada: **PLAN ESTRATÉGICO Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA METALMECÁNICA, INGENIERIA METÁLICA ORÉ S.A.C, PISCO, ICA 2025**, declaro bajo juramento que:

EL PRESENTE DOCUMENTO NO HA SIDO REPLICADO EN ESTA NOTARÍA

- a. La investigación realizada es de mi autoría
- b. La tesis no ha cometido falta alguna a las conductas responsables de investigación, por lo que, no se ha cometido plagio, ni auto plagio en su elaboración.
- c. La información presentada en la tesis se ha elaborado respetando las normas de redacción para la citación y referenciación de las fuentes de información consultadas. Así mismo, el estudio no ha sido publicado anteriormente, ni parcial, ni totalmente con fines de obtención de algún grado académico o título profesional.
- d. Los resultados presentados en el estudio, producto de la recopilación de datos son reales, por lo que, el(la) investigador(a) no ha incurrido ni en falsedad, duplicidad, copia o adulteración de estos, ni parcial, ni totalmente.
- e. La investigación cumple con el porcentaje de similitud establecido según la normatividad vigente de la Universidad (no mayor al 28%), el porcentaje de similitud alcanzado en el estudio es del:

18%

AutORIZO a la Universidad Autónoma de Ica, de identificar plagio, autoplagio, falsedad de información o adulteración de estos, se proceda según lo indicado por la normatividad vigente de la universidad, asumiendo las consecuencias o sanciones que se deriven de alguna de estas malas conductas.

Chincha Alta, 05 de septiembre del 2025



RONALDO MANUEL AGUIRRE PEREZ  
DNI: 70467020



0117939313



**NOTARIA  
MATTA NUÑEZ OSCAR DIEGO  
SERVICIO DE AUTENTICACIÓN E IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA**



**INFORMACIÓN PERSONAL**

DNI 70467020  
Primer Apellido AGUIRRE  
Segundo Apellido PEREZ  
Nombres RONALDO MANUEL

**CORRESPONDE**

La primera impresión dactilar capturada corresponde al DNI consultado. La segunda impresión dactilar capturada corresponde al DNI consultado.



**AGUIRRE PEREZ, RONALDO MANUEL  
DNI 70467020**

**INFORMACIÓN DE CONSULTA DACTILAR**

Operador: 72630920 - Grecia Catherine Perez Luyo  
Fecha de Transacción: 05-09-2025 12:02:38  
Entidad: 10215464186 - MATTA NUÑEZ OSCAR DIEGO

**VERIFICACIÓN DE CONSULTA**

Puede verificar la información en línea en:  
<https://serviciosbiometricos.reniec.gob.pe/identifica3/verification.do>  
Número de Consulta: 0117939313



**CERTIFICADO DE LA AUTENTICACIÓN DE LA FIRMA DEL  
DON (A): Ronaldo Manuel Aguirre Perez  
IDENTIFICADO (A) CON: DNI: 70467020**

**EL NOTARIO NO ASUME RESPONSABILIDAD POR EL CONTENIDO DEL PRESENTE DOCUMENTO.**



05 SEP 2025  
  
OSCAR DIEGO MATTA NUÑEZ  
ABOGADO - NOTARIO DE PISCO



## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mis padres y hermano quienes fueron los que me alumbraron en este camino arduo de la profesión, a mis dos hijos alessio y alaia que fueron un gran apoyo emocional durante el tiempo en que escribía este trabajo de tesis.

A mi esposa angelyn quien me apoyo y alentó para continuar siempre. A todos ellos agradezco desde el fondo de mi alma que sin su ayuda nunca hubiera presentado este trabajo de investigación.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis amigos porque me brindaron su apoyo para seguir estudiando y lograr mi objetivo trazando para mí un futuro mejor.

A la universidad autónoma de Ica por permitirme participar en mi desarrollo profesional para un futuro mejor como: Ingeniero industrial

De igual manera a mis queridos formadores el Dr. Julio César Angeles Morales por brindarme su apoyo y transmitirme enseñanzas para este proyecto, Ing. Ernesto Herrera quien me dio aliento para continuar y creyó en mí siempre.

El Ing. José Mora por guiarme en los trabajos operativos de este proyecto. En el presente trabajo agradezco a mis padres, hermano, hijos y esposa.

Gracias a todos ustedes por guiar mi vida.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025. La metodología de investigación tiene un enfoque cuantitativo, de tipo básico donde se promovió nuevos conocimientos sobre un fenómeno problemático, hecho y objeto en particular. Nivel correlacional de diseño no experimental ya que se fundamentó en el manejo de variables bajo un carácter observacional, sin manipularlas o alterarlas. La población estuvo compuesta por 30 trabajadores distribuidos en personal de producción, gerencia y administración. La muestra fue igual a la población establecida por medio de un muestreo no probabilístico censal. La técnica fue la encuesta y el instrumento cuestionario validado por juicio de expertos y cuya confiabilidad fue superior a 0.5. Se procesó a nivel descriptivo e inferencial por medio del software estadístico SPSS V.26. En cuanto resultados se tiene conformidad con la variable planificación estratégica el 90% de los trabajadores percibe que dicha dimensión se encuentra en un nivel regular dentro de la organización. Solo un 5% considera que esta práctica se desarrolla en un nivel bueno, mientras que otro 5% la percibe como deficiente. En cuanto a la variable competitividad, el 95% de los trabajadores la sitúan en un nivel regular, mientras que únicamente un 5% la considera buena. Se concluye que, existe un vínculo fuerte entre la variable planificación estratégica y competitividad en un 84.1% bajo una significancia estadística de 0.001 ( $<0.05$ ).

**Palabras claves:** Plan estratégico, competitividad, metalmecánica.

## ABSTRACT

The present research aimed to determine the relationship between the strategic plan and competitiveness in the metalworking company, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025. The research methodology has a quantitative approach, of a basic type where new knowledge about a problematic phenomenon, fact, and particular object was promoted. It is a correlational level of non-experimental design since it was based on the management of variables under an observational character, without manipulating or altering them. The population was composed of 30 workers distributed among production, management, and administration staff. The sample was equal to the established population through a non-probabilistic census sampling. The technique was the survey and the instrument was a questionnaire validated by expert judgment and whose reliability was greater than 0.5. It was processed at the descriptive and inferential level using the statistical software SPSS V.26.

In terms of results, there is conformity with the strategic planning variable, with 90% of workers perceiving that this dimension is at a regular level within the organization. Only 5% consider that this practice is developed at a good level, while another 5% perceive it as deficient. Regarding the competitiveness variable, 95% of workers rate it at a regular level, while only 5% consider it to be good. It is concluded that there is a strong link between the strategic planning variable and competitiveness at 84.1% under a statistical significance of 0.001 ( $<0.05$ ).

**Key words:** Strategic plan, competitiveness, metalworking.

## ÍNDICE GENERAL

		<b>Pág.</b>
Portada		i
Constancia de aprobación de la investigación		ii
Declaratoria de autenticidad de la investigación		iii
Dedicatoria		v
Agradecimiento		vi
Resumen		vii
Abstract		viii
Índice general /Índice de tablas académicas y de figuras		ix
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>		<b>13</b>
<b>II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>		<b>15</b>
2.1	Descripción del Problema	15
2.2.	Pregunta de investigación general	16
2.3	Preguntas de investigación específicas	16
2.4	Objetivo general	17
2.5	Objetivos específicos	17
2.6	Justificación e importancia	18
2.7	Alcances y limitaciones	19
<b>III. MARCO TEÓRICO</b>		<b>21</b>
3.1	Antecedentes	21
3.2	Bases Teóricas	30
3.3	Marco conceptual	36
<b>IV. METODOLOGÍA</b>		<b>38</b>
4.1	Tipo y Nivel de la investigación	38
4.2	Diseño de la investigación	39
4.3	Hipótesis general y específicas	39
4.4	Identificación de las variables	40
4.5	Matriz de operacionalización de variables	41
4.6	Población-muestra	43
4.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	43
4.8	Técnicas de análisis y procesamiento de datos	44

<b>V. RESULTADOS</b>		46
5.1	Presentación de Resultados	46
5.2	Interpretación de los Resultados	50
<b>VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS</b>		53
6.1	Análisis inferencial	53
<b>VII. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b>		60
7.1	Comparación de los resultados	60
<b>CONCLUSIONES</b>		65
<b>RECOMENDACIONES</b>		67
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>		69
<b>ANEXOS</b>		74
Anexo 1: Matriz de consistencia		77
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos		79
Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición		85
Anexo 4: Base de datos		91
Anexo 5: Evidencia fotográfica		92
Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud		94

## INDICE DE TABLAS

<b>N.</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1</b>	Prueba de confiabilidad “plan estratégico” y “confiabilidad”	46
<b>Tabla 2</b>	Análisis descriptivo variable “plan estratégico”	46
<b>Tabla 3</b>	Frecuencia de las dimensiones de la variable “Plan estratégico”	47
<b>Tabla 4</b>	Análisis descriptivo variable “competitividad”	48
<b>Tabla 5</b>	Frecuencia de las dimensiones de la variable “competitividad”	49
<b>Tabla 6</b>	Prueba de normalidad de las variables	53
<b>Tabla 7</b>	Prueba de hipótesis general	54
<b>Tabla 8</b>	Prueba de hipótesis específica 1	55
<b>Tabla 9</b>	Prueba de hipótesis específica 2	56
<b>Tabla 10</b>	Prueba de hipótesis específica 3	57
<b>Tabla 11</b>	Prueba de hipótesis específica 4	58
<b>Tabla 12</b>	Prueba de hipótesis específica 5	59

## INDICE DE FIGURAS

<b>N.</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1</b>	Resultados de la variable “Plan estratégico”	47
<b>Figura 2</b>	Resultados dimensiones de la variable “Plan estratégico”	48
<b>Figura 3</b>	Resultados de la variable “competitividad”	49
<b>Figura 4</b>	Resultados dimensiones de la variable “competitividad”	50

## I. INTRODUCCIÓN

El propósito de la investigación es conocer la relación entre el plan estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica Ingeniería Metálica Oré S.A.C durante el año 2025. En este sentido, la planificación estratégica desempeña un rol fundamental en las organizaciones, ya que permite orientar los recursos, establecer objetivos claros y mejorar la capacidad de adaptación frente a un entorno empresarial cambiante y competitivo. Actualmente, la falta de una planificación estratégica definida puede limitar el crecimiento sostenible de las empresas, así como su posicionamiento en el mercado.

Uno de los elementos clave que permite afrontar estos retos es el diseño e implementación de un plan estratégico, el cual se configura como una herramienta de gestión que define el rumbo de la empresa mediante el análisis del entorno, el diagnóstico interno y la formulación de estrategias que impulsen su competitividad. Evaluar la relación entre el plan estratégico y la competitividad permitirá identificar los factores que limitan el desarrollo organizacional y proponer acciones que potencien su desempeño. El análisis de la información recopilada servirá para determinar el impacto del planeamiento estratégico en los niveles de competitividad, considerando aspectos como la eficiencia operativa, la innovación, la satisfacción del cliente y la proyección empresarial (García et al., 2021).

En el capítulo I, se presenta de manera general el contenido del proyecto. En el capítulo II, planteamiento del problema, se describe detalladamente la situación actual de Ingeniería Metálica Oré S.A.C. y su nivel de competitividad. Se plantea la pregunta de investigación general y las preguntas específicas que guiarán el estudio. Además, se establecen los objetivos generales y específicos, junto con la justificación de la importancia del estudio.

El capítulo III, marco teórico, recoge los antecedentes más relevantes que sustentan la investigación, así como las bases teóricas relacionadas con el plan estratégico y la competitividad, y el marco conceptual con los principales términos que se utilizarán en el estudio.

El capítulo IV, correspondiente a la metodología, describe el tipo y nivel de investigación seleccionados, el diseño de investigación, las hipótesis generales y específicas, la identificación de las variables y su operacionalización, así como la población y muestra del estudio. También se explican las técnicas de recolección de datos y los procedimientos de análisis de la información.

Finalmente, el Capítulo V hizo referencia a los resultados, presentación de resultados e interpretación de estos. Por su parte el capítulo VI se analizó los resultados de manera inferencial. Además, en el capítulo VII se compararon los resultados por medio de una discusión de estos para luego concluir, recomendar y proporcionar las referencias bibliográficas de respaldo investigativo.

***Ronaldo Manuel Aguirre Pérez***

## II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 2.1. Descripción del problema.

La falta de un plan estratégico definido es un problema recurrente en muchas empresas del sector metalmecánico, como INGENIERÍA METÁLICA ORÉ S.A.C. La ausencia de lineamientos claros para el desarrollo organizacional dificulta la toma de decisiones, genera descoordinación entre áreas y limita la capacidad de respuesta ante los cambios del mercado. Esta situación impacta negativamente en la eficiencia operativa, la utilización de recursos y la proyección a largo plazo de la empresa.

Una empresa sin un plan estratégico tiende a actuar de manera reactiva en lugar de preventiva, lo que debilita su capacidad para anticipar oportunidades o amenazas. La falta de objetivos definidos y estrategias concretas impide establecer prioridades y evaluar con precisión el rendimiento organizacional. Como consecuencia, se incrementan los riesgos de duplicación de funciones, demoras en los procesos productivos y deficiencias en la atención al cliente, factores que disminuyen la competitividad en un entorno cada vez más exigente.

En un sector como el metalmecánico, donde la innovación tecnológica, la eficiencia y la calidad son determinantes para el éxito, la falta de un plan estratégico limita el crecimiento sostenible. La carencia de una visión compartida y una misión clara puede afectar la motivación del personal, dificultar la alineación de esfuerzos y frenar la mejora continua en los procesos internos. Esta situación debilita la posición de la empresa frente a sus competidores y obstaculiza su inserción en nuevos mercados.

Frente a este panorama, resulta imprescindible que INGENIERÍA METÁLICA ORÉ S.A.C. adopte un enfoque estratégico que le permita definir sus metas institucionales,

identificar fortalezas y debilidades, y formular acciones concretas para alcanzar una posición más sólida en el mercado. La aplicación de un plan estratégico no solo permitirá optimizar los procesos y recursos, sino que también contribuirá a consolidar una cultura organizacional orientada a la mejora continua, la innovación y la excelencia.

Por ello, la implementación de un plan estratégico adecuado se presenta como una solución efectiva para enfrentar los desafíos actuales. Esta herramienta permitirá a INGENIERÍA METÁLICA ORÉ S.A.C. aumentar su competitividad, adaptarse a las demandas del entorno y asegurar un crecimiento sostenido que impacte positivamente en su rentabilidad, productividad y reputación en el sector metalmeccánico.

## **2.2. Pregunta de investigación general**

¿Cuál es la relación que existe entre el plan estratégico y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?

## **2.3. Preguntas de investigación específicas**

### **P.E.1:**

¿Cuál es la relación que existe entre las metas estrategias y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?

### **P.E.2:**

¿Cuál es la relación que existe entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?

### **P.E.3:**

¿Cuál es la relación que existe entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?

**P.E.4:**

¿Cuál es la relación que existe entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?

**P.E.5:**

¿Cuál es la relación que existe entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?

**2.4. Objetivo General**

Determinar la relación entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**2.5. Objetivos específicos.**

**O.E.1:**

Determinar la relación entre las metas estratégicas y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**O.E.2:**

Determinar la relación entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**O.E.3:**

Determinar la relación entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**O.E.4:**

Determinar la relación entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

### **O.E.5:**

Determinar la relación entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

## **2.6. Justificación e Importancia**

### **Justificación.**

Justificación teórica:

Desde una perspectiva teórica el presente estudio ofrecerá la promoción de la mejora de la competitividad por medio de un plan estratégico organizacional, con ello mejorar lo asociado al dimensionamiento cliente-mercado, economía-financiamiento, ámbitos técnicos, medioambiente y rasgos sociales, siendo estos mejorados por los recursos disponibles. Asimismo, estableciendo como base lo descrito por Palacios (2020).

Justificación práctica

Desde una perspectiva práctica, la investigación promoverá el análisis de estrategias fundamentadas en un análisis interno y externo organizativo para establecer un diagnóstico preliminar para indagar en la mejora organizacional. Un plan estratégico establece un sistema óptimo y flexible para alcanzar altos estándares organizacionales.

Justificación social

Desde una perspectiva social, la investigación establece cimientos sólidos metodológicos para mejorar la calidad de trabajo sobre los trabajadores dentro de la organización. Un plan estratégico permitirá optimizar, mejorar y fortalecer la competitividad. Asimismo, la investigación traerá consigo beneficios profesionales, estudiantiles y antecedentes de rigor para futuros investigadores.

Justificación metodológica

Desde una perspectiva metodológica, la presente investigación se sustentará bajo técnicas de recolección de datos como encuestas e instrumentos como cuestionarios validados por juicio de

expertos y sustentados sólidamente bajo una prueba piloto con coeficientes de confiabilidad superiores a 0.80.

### **Importancia**

La formulación e implementación de un plan estratégico en INGENIERÍA METÁLICA ORÉ S.A.C. tiene el potencial de fortalecer significativamente su competitividad en el sector metalmeccánico. Mediante una planificación clara de objetivos a corto, mediano y largo plazo, se optimizan los procesos organizacionales, lo que conlleva a una mejor toma de decisiones, eficiencia en la gestión y un uso más racional de los recursos disponibles.

Contar con un plan estratégico bien estructurado permite identificar oportunidades de mejora y anticiparse a los cambios del entorno, aspectos fundamentales en un sector tan dinámico como el metalmeccánico. Este enfoque estratégico ayuda a establecer prioridades alineadas con la misión y visión de la empresa, promoviendo el crecimiento sostenible y la innovación constante. Además, la implementación del plan estratégico puede traducirse en una reducción significativa de costos operativos al mejorar los procesos de producción, distribución y atención al cliente. Esto permite elevar los niveles de productividad y rentabilidad, generando una ventaja competitiva frente a otras empresas del mismo rubro.

En un mercado caracterizado por la alta exigencia técnica y la rápida evolución tecnológica, la aplicación de estrategias orientadas a la competitividad posiciona a INGENIERÍA METÁLICA ORÉ S.A.C. como una empresa capaz de adaptarse a los retos del entorno. Esto no solo mejora su imagen corporativa, sino que también amplía su cartera de clientes y fortalece las relaciones con proveedores y aliados estratégicos.

Asimismo, el desarrollo de un plan estratégico promueve una cultura organizacional basada en la mejora continua, la participación del personal y el trabajo en equipo. El compromiso de los colaboradores con los objetivos institucionales es un factor clave para el éxito sostenido de la empresa en el largo plazo. Finalmente, un enfoque estratégico y competitivo no solo impulsa el crecimiento interno de INGENIERÍA METÁLICA ORÉ S.A.C., sino que también contribuye al desarrollo económico local, al generar empleo de calidad y brindar soluciones técnicas eficaces para diversos sectores productivos. En conjunto, estos beneficios evidencian la importancia de contar con un plan estratégico para fortalecer la competitividad de la empresa en el sector metalmeccánico.

## **2.7. Alcances y limitaciones**

### **Alcances**

La investigación se realizó en el año 2025 dentro de la empresa Ingeniería Metálica Oré S.A.C. donde participaron 20 trabajadores comprendidos por el personal de producción, gerencia y administración de la empresa en cuestión. Desde una perspectiva de operacionalización de las variables se empleó como primera variable “Plan estratégico” y como segunda “competitividad” dentro de la región de Pisco. Cabe destacar que las encuestas se aplicaron íntegramente a la muestra identificada de estudio.

### **Limitaciones**

Un número considerable de colaboradores a nivel operativo y de producción no participaron por licencia y disponibilidad para llenar las encuestas por lo que el acceso a la población fue la limitación de estudio.

### III. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. Antecedentes

Al revisar las fuentes físicas y virtuales se ha podido ubicar trabajos que guardan relación indirecta con cada una de nuestras variables, siendo estos valiosos aportes:

##### **Internacionales**

Barahona et al. (2023), en su artículo científico, tuvo como propósito determinar el grado de relación entre la planificación estratégica y la competitividad en la Empresa Pública Municipal de Gestión Integral de Desechos Sólidos (EPM-GIDSA). Para ello, la investigación se apoyó en una amplia revisión bibliográfica, que permitió sustentar el marco teórico, y en la aplicación de encuestas estructuradas dirigidas al total del personal de la empresa. Estas encuestas fueron diseñadas para medir la percepción y la relación entre las variables estudiadas. El procesamiento de los datos se realizó mediante el software Smart SPSS, utilizando el coeficiente de Pearson como estadístico principal. Los resultados evidenciaron una fuerte relación positiva entre la planificación estratégica y la competitividad, concluyéndose que una gestión planificada impulsa significativamente el cumplimiento de metas organizacionales y el posicionamiento de la empresa.

Constaín y Ortiz (2023), en su estudio, tuvo por objetivo formular un plan estratégico que permita elevar el nivel de competitividad de la Sociedad de Transportadores Mixtos, identificando como problemática principal la falta de estrategias definidas que obstaculizan su desarrollo. Se adoptó una metodología cualitativa de tipo descriptivo, utilizando como técnica principal la encuesta, la cual fue diseñada, aplicada y validada para recabar información clave sobre el funcionamiento interno y el entorno externo de la empresa. El diagnóstico integral se estructuró a

través de herramientas estratégicas como el modelo Canvas, el análisis de la cadena de valor, el análisis VRIO, PESTEL y las cinco fuerzas de Porter. La evaluación de factores se realizó mediante las matrices IFAS, EFAS y SFAS, mientras que para la formulación y selección de estrategias se emplearon las matrices DOFA y MCPE. Los resultados evidenciaron que la empresa posee una posición competitiva moderada, por lo que se elaboró un plan de acción con actividades operativas, cronograma, presupuesto y mecanismos de seguimiento. Se concluye que la implementación de un plan estratégico basado en análisis internos y externos favorece el aprovechamiento de oportunidades regionales y fortalece los procesos internos, apuntando a consolidar una ventaja competitiva sostenible.

Palacios (2020), en su artículo científico, tuvo por objetivo enfatizar la relevancia de la planificación estratégica en contextos organizacionales marcados por la incertidumbre y la necesidad de adaptación constante. En este escenario, la planificación estratégica se presenta como una herramienta fundamental para orientar las decisiones actuales hacia un futuro deseado, permitiendo a las organizaciones anticiparse a los cambios del entorno. Su esencia radica en identificar de manera sistemática las oportunidades y amenazas que podrían surgir, combinando esta información con otros datos relevantes que permitan tomar decisiones informadas y oportunas. A través de este enfoque, las empresas pueden diseñar escenarios favorables y establecer las rutas más eficientes para alcanzarlos. La planificación no solo permite reaccionar frente a los desafíos, sino que también agrega valor al facilitar la formulación de objetivos claros, estrategias viables y acciones coherentes con la visión institucional. En consecuencia, el acto de planificar estratégicamente se convierte en una práctica indispensable para lograr sostenibilidad, competitividad y crecimiento organizacional en el largo plazo.

Baque et al. (2022), en su artículo científico, tuvo por objetivo, diseñar una estructura metodológica de planificación estratégica orientada a mejorar las ventas en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) del cantón Quevedo. Para ello, se realizó un análisis a 50 MiPymes dedicadas a actividades comerciales y gastronómicas, utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos. Esta herramienta permitió identificar las principales necesidades y debilidades que enfrentan los emprendedores en la gestión y control de sus negocios. Como resultado, se propuso una estructura metodológica compuesta por tres etapas fundamentales: el direccionamiento estratégico, la formulación de estrategias y la evaluación de estas, permitiendo así una aplicación ordenada y adaptable a la realidad de cada empresa. La propuesta se destaca por su flexibilidad y claridad, características que facilitan su implementación por parte de los propietarios o gestores de las MiPymes. En conclusión, se determinó que la aplicación de esta estructura de planificación estratégica tiene un efecto positivo en el incremento de las ventas, contribuyendo al fortalecimiento comercial y a la sostenibilidad de los negocios del cantón Quevedo.

Finalmente, Roldán (2020), en su estudio, tuvo por objetivo diseñar un plan estratégico orientado a mejorar la competitividad del Banco de Sangre del Hospital Universitario Clínica San Rafael, durante el periodo 2020-2021. Para ello, se partió de un análisis comparativo con los bancos de sangre más reconocidos a nivel nacional y local, incluyendo un estudio de referenciación y del contexto sectorial en Colombia y en la ciudad de Bogotá. Posteriormente, se realizó un diagnóstico interno detallado de la situación actual del Banco de Sangre, identificando los procesos clave que inciden directamente en su nivel de competitividad. Este análisis permitió comprender el funcionamiento institucional

y detectar áreas de mejora. A partir de ello, se formularon estrategias alineadas con la planificación estratégica del hospital, orientadas a optimizar la gestión, fortalecer los servicios y elevar los estándares de calidad. En conclusión, el diseño del plan estratégico representa una herramienta clave para impulsar el posicionamiento competitivo del Banco de Sangre dentro del sistema hospitalario, garantizando una gestión más eficiente y acorde a las exigencias del sector salud.

### **Nacionales**

Gargate (2022), en su estudio, tuvo por objetivo analizar la relación entre la planificación estratégica y la competitividad en las empresas dedicadas al transporte terrestre interprovincial de pasajeros en Lima durante el año 2021. Para ello, se aplicó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un nivel de investigación correlacional. El análisis incluyó las acciones concretas implementadas por las empresas en función del tipo de planificación que aplicaban. La investigación abarcó una población de 485 empresas registradas en Lima Metropolitana, seleccionándose una muestra representativa de 87 empresas. Los resultados indicaron que elementos clave como los valores institucionales, la misión y la visión no inciden de manera significativa en el fortalecimiento de la competitividad empresarial. En consecuencia, se concluyó que la planificación estratégica, tal como está siendo aplicada, no genera un impacto positivo en la competitividad del sector. Se recomienda que las empresas enfoquen sus esfuerzos en una inversión integral orientada a optimizar toda la cadena de valor del sistema de transporte.

Garay (2020), en su estudio, tuvo por objetivo analizar la relación entre la planificación estratégica y la competitividad en la empresa Espinoza Contratistas Generales S.A. (ESCOGESA),

ubicada en Huancavelica, durante el año 2019. Se partió de la hipótesis de que el planeamiento estratégico influye directamente en la mejora de la competitividad empresarial. Para validar esta hipótesis, se aplicó una metodología de tipo cuantitativo, con un diseño correlacional. La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque censal, considerando a los 28 trabajadores de la empresa como población total del estudio. Los datos fueron procesados utilizando el coeficiente de correlación de Spearman, obteniéndose un valor de 0.827, lo que indica una relación positiva y alta entre las variables analizadas. En función de los resultados, se concluyó que la aplicación efectiva de un planeamiento estratégico está directamente asociada al fortalecimiento de la competitividad en ESCOGESA. Este hallazgo resalta la importancia de adoptar enfoques estratégicos para enfrentar los desafíos del mercado actual.

Salazar (2020), en su estudio, tuvo por propósito analizar cómo la aplicación de un plan estratégico puede contribuir a mejorar la competitividad en la barra cevichería Ají Limo, ubicada en la ciudad de Jaén durante el año 2019. El estudio se desarrolló bajo un enfoque descriptivo-propositivo, utilizando como técnica principal la encuesta, aplicada a los cinco colaboradores del establecimiento, quienes constituyeron la totalidad de la población estudiada. Dado el número reducido de participantes, no se aplicó fórmula muestral. El diseño fue no experimental de corte transversal y se empleó un enfoque metodológico deductivo. Para validar la confiabilidad del instrumento, se utilizó el software SPSS versión 21, obteniéndose un coeficiente de confiabilidad de 0.786, lo cual indica un nivel aceptable. Los resultados mostraron que la falta de un plan estratégico afecta negativamente la competitividad del negocio. En consecuencia, se concluyó que es fundamental implementar un plan estratégico

que permita optimizar los procesos internos y fortalecer la posición del negocio en el mercado local.

Apaza y Apaza (2022), en su artículo científico, tuvo por objetivo determinar la influencia de la planificación estratégica en la competitividad de los microempresarios del Centro Comercial Bolognesi, ubicado en la región Tacna durante el año 2019. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal y un nivel explicativo. Para la recolección de datos, se aplicaron dos instrumentos validados que midieron los constructos de planificación estratégica y competitividad, obteniéndose altos niveles de confiabilidad con coeficientes alfa de Cronbach de 0.943 y 0.881, respectivamente. La muestra estuvo compuesta por 110 microempresarios del centro comercial. Los resultados mostraron una correlación positiva moderada entre las variables, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.693 y un valor de significancia  $p = 0.000$ , lo que confirma la relación estadística con un 95% de confianza. Asimismo, mediante una regresión logística ordinal, se evidenció que la planificación estratégica incrementa en 6.1 veces la probabilidad de alcanzar un mayor nivel de competitividad. El modelo propuesto explicó el 40% de la varianza de la variable dependiente, según el R cuadrado de Nagelkerke. En conclusión, se demostró que la planificación estratégica influye de manera significativa en la competitividad de los microempresarios, siempre que se aplique como una herramienta prioritaria en la gestión, incorporando valores, análisis interno y externo, y estrategias alineadas al contexto organizacional.

Finalmente, Sumalave (2023), en su investigación, tuvo por objetivo proponer un plan estratégico orientado a mejorar la competitividad de una empresa de Mantenimiento y Servicios de Ingeniería ubicada en la región Apurímac, para el período 2022–

2024. El enfoque estuvo centrado en incrementar la participación de la empresa en el mercado, mejorar el cumplimiento de sus proyectos, implementar prácticas innovadoras y fortalecer alianzas estratégicas. Para ello, se realizó un diagnóstico interno y externo que permitió identificar 40 factores clave de éxito, los cuales sirvieron de base para la elaboración de las matrices EFE, EFI, PC e IO. A partir de este análisis, se redefinieron la visión, misión, valores y código de ética institucional, y se formularon ocho objetivos estratégicos. Mediante la matriz FODA se generaron doce estrategias, de las cuales se seleccionaron cinco prioritarias orientadas a ampliar servicios y mejorar la posición competitiva. Asimismo, se diseñó un Cuadro de Mando Integral (CMI) con indicadores, responsables, cronograma y mecanismos de control. Finalmente, la evaluación económica del plan arrojó resultados positivos: un Valor Actual Neto (VAN) de S/. 624,752.87, una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior a la tasa de descuento y una relación Beneficio/Costo de 1.08, lo que confirmó la viabilidad financiera y estratégica de la propuesta.

### **Locales o regionales**

Casas (2023), en su estudio, tuvo por objetivo examinar cómo influye la gestión de productos, personas y procedimientos financieros en la efectividad operativa del Banco Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo-Sede Central. Fundada en 1983, esta institución ha luchado con el aumento de la morosidad provocada por fallas en la evaluación crediticia, lo que llevó a una revisión de sus manuales y políticas a adoptar una postura más cautelosa. Las encuestas y entrevistas dirigidas a directores de agencias y socios utilizaron un enfoque experimental para la investigación. Tablas y números estadísticos ayudaron a analizar los datos recopilados. Los hallazgos indicaron que, aunque los criterios crediticios restringieron las colocaciones, algunas agencias se expandieron bajo campañas con bienes flexibles.

Dado que se mantiene un equilibrio entre el control de riesgos y el dinamismo comercial, se determina que una gestión inventiva y eficiente de bienes, personas y procesos permite una mayor eficiencia operativa.

Asimismo, Jiménez (2023), en su estudio, tuvo como objetivo encontrar el vínculo actual entre la planificación estratégica y la competitividad entre los comerciantes del Mercado Ciudad de Dios en 2021. Utilizando un diseño transversal no experimental y un nivel descriptivo-correlacional, se utilizó un método cuantitativo básico. Había 249 comerciantes en la muestra; los expertos habían verificado previamente sus cuestionarios utilizando la escala Likert, que tenía un alto grado de confiabilidad (Alfa de Cronbach de 0.93). Utilizando el software SPSS V. 26, se realizaron tablas cruzadas, pruebas de normalidad y pruebas de hipótesis para analizar los datos. Con un valor Rho de Spearman de 0.547 y un umbral de significancia de  $p = 0,000$ , inferior a 0,01, los hallazgos mostraron una correlación positiva moderada entre las variables, lo que permitió la aceptación de la hipótesis alternativa. Se demuestra que la planificación estratégica tiene un impacto directo en la competitividad de los minoristas estudiados.

Por su parte, Ortega (2021), en su estudio tuvo como propósito diseñar un plan estratégico para mejorar la competitividad de la empresa Fabrics Import SAC. Se fundamentó en un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo-proposicional porque el objetivo era describir la situación actual de la empresa en relación con las variables en estudio y luego presentar una propuesta para que funcione mejor. La forma en que se configuró el estudio es como un estudio transversal no experimental. Había dos representantes de la organización y 16 clientes en la población, por lo que se utilizó un muestreo censal para incluir a todos. La

entrevista y la encuesta se utilizaron para recopilar información. Se emplearon una guía de entrevistas y un cuestionario como herramientas para cada uno. Los resultados a los que se llegó fueron que la percepción sobre el nivel de competitividad en la organización es percibida de nivel medio, respecto a la variable plan estratégico se pudo encontrar que es favorable su implementación puesto que orientaría a la empresa en el logro de sus objetivos concretos.

Además, Paredes (2022), en su estudio, tuvo por objetivo analizar el impacto de la innovación del plan estratégico como ventaja competitiva en el rendimiento de las pymes de la provincia de Ica, durante el periodo 2019-2020. Se empleó un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con diseño no experimental, correlacional y de corte transversal. La muestra estuvo compuesta por 261 gerentes de pymes, a quienes se les aplicó una encuesta estructurada como instrumento de recolección de datos. Los resultados mostraron que el 54.0% de los encuestados estuvo “de acuerdo” con el uso de la innovación como ventaja competitiva, y un 11.1% indicó estar “totalmente de acuerdo”. Respecto al rendimiento empresarial, el 37.2% se mostró “de acuerdo” y el 47.5% “totalmente de acuerdo”. Se concluyó que existe una correlación positiva moderada (0,685) entre ambas variables y, al obtener un valor de significancia bilateral de 0.000, se rechazó la hipótesis nula, confirmando que la innovación impacta positivamente en el rendimiento de las pymes.

Finalmente, Valle (2024), en su estudio, tuvo por objetivo analizar el impacto del planeamiento estratégico en la competitividad de la empresa Calzados Shoes S.A.C., en la ciudad de Trujillo durante el año 2023. El estudio partió de la premisa de que un plan estratégico bien estructurado puede influir directamente en

el desempeño competitivo de una organización, al permitir la optimización de recursos y la reducción de incertidumbre empresarial. Se empleó un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y se aplicó la prueba estadística de Chi-cuadrado para verificar la relación entre las variables. Los resultados evidenciaron una asociación significativa entre la planificación estratégica y la competitividad, obteniéndose un valor p menor a 0,05. Este hallazgo permitió aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la nula, demostrando que la planificación estratégica incide favorablemente en la competitividad empresarial. En consecuencia, se concluye que una adecuada gestión estratégica fortalece la posición competitiva de Calzados Shoes S.A.C. en su mercado.

### **3.2. Bases Teóricas**

#### **3.2.1. Variable 1: Plan estratégico**

##### **Definición:**

Este documento hace referencia a un escrito formal donde se expresa los propósitos a mediano y largo plazo de una empresa bajo el establecimiento secuencial de acciones, estrategias y recursos necesarios para alcanzar estas (Calle et al., 2020; Palacios, 2020). Esta estrategia es una hoja de ruta que guía las elecciones que ayudan a la empresa a evolucionar con el entorno, aprovechar al máximo sus recursos y mejorar su competitividad en el mercado (Baque et al., 2022). Se incluyen elementos como el propósito, la visión, el estudio ambiental (interno y externo), los objetivos particulares, los indicadores de seguimiento y los planes de acción que orientan el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa (Chica y Erazo, 2024).

##### **Teorías relacionadas a la variable plan estratégico**

Con base a lo esclarecido por Chiavenato (2017), se establecen las siguientes teorías que amparan el establecimiento correcto

de un plan estratégico, los cuales consideran parámetros globales organizacionales para lograr los propósitos. En tal sentido, se tiene:

**Teoría de planeación estratégica:** Sugiere que las empresas deben prepararse de manera proactiva para adaptarse al entorno en evolución, anticipar posibilidades y reducir riesgos. Plantea un vínculo claro entre la estructura organizativa y la estrategia desarrollada (Quispe et al., 2024).

**Teoría del análisis FODA:** Este concepto ayuda a las empresas a encontrar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas como punto de partida para formular estrategias mejorando lo bueno y minimizando la influencia de elementos desfavorables (Pérez, 2023).

**Teoría de los recursos y capacidades:** Sostiene que la ventaja competitiva sostenible de una empresa se basa en la posesión y gestión eficiente de recursos y capacidades únicas y difíciles de imitar, los cuales deben ser considerados en la planificación estratégica (Fong et al., 2017).

**Teoría del Balanced Scorecard:** Introduce un enfoque integral para traducir la estrategia en acción, utilizando indicadores en cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos, y aprendizaje y crecimiento, alineando así los objetivos estratégicos con el desempeño organizacional (Reyes, 2019).

**Teoría de la ventaja competitiva:** Define estrategias competitivas como liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. Estas estrategias ayudan a las empresas a posicionarse de manera efectiva en su sector y deben ser consideradas al diseñar un plan estratégico (López et al., 2018).

### **Dimensiones.**

Bajo el fundamento teórico establecido por Chiavenato (2017), se establecen cinco dimensiones de rigor que estructuran a un plan estratégico adecuado, las mismas vienen dadas por las

metas estratégicas, análisis FODA organizacional, diagnóstico estrategia, elección de estrategias y la implantación de las estrategias. En tal sentido, se define cada una de estas.

#### **D1: metas estratégicas**

Son los objetivos generales y de largo plazo que una organización establece para orientar su crecimiento, desarrollo y sostenibilidad. Estas metas definen la dirección futura del negocio, alineadas con la misión y visión institucional, y permiten enfocar los esfuerzos hacia resultados concretos y medibles (Baque et al., 2022).

#### **D2: Análisis FODA organizacional**

Es una herramienta de diagnóstico que permite identificar las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas del entorno. Este análisis facilita una visión integral de la situación actual de la organización, sirviendo como base para la formulación de estrategias realistas y efectivas (Chica y Erazo, 2024).

#### **D3: diagnóstico estratégico**

Consiste en la evaluación detallada de la situación interna y externa de la organización para identificar los factores clave que influyen en su desempeño. Este diagnóstico combina el análisis de recursos, capacidades, competencias, entorno competitivo y tendencias, proporcionando insumos fundamentales para la toma de decisiones estratégicas (Pérez, 2023).

#### **D4: elección de estrategias**

Es el proceso de seleccionar las alternativas más adecuadas que permitan alcanzar las metas estratégicas de la organización. Esta dimensión implica analizar distintos cursos de acción, considerando los recursos disponibles, el contexto del mercado

y la ventaja competitiva, para adoptar una dirección clara y efectiva (Fong et al., 2017).

#### **D5: implantación de la estrategia**

Corresponde a la ejecución práctica de las estrategias elegidas, mediante la asignación de recursos, la coordinación de actividades y la implementación de planes operativos. Requiere liderazgo, compromiso organizacional y un sistema de seguimiento para garantizar el cumplimiento de los objetivos propuestos (Reyes, 2019).

### **3.2.2. Variable 2: Competitividad**

#### **Definición:**

La conceptualización de competitividad se ampara bajo lo establecido por Porter (2007), quien menciona que la competitividad desde una perspectiva organizacional es el ofrecimiento de las condiciones ambientales, administrativas, operativas y humanas necesarias para establecer calidad interna de los procesos y externa para los servicios y/o productos ofrecidos (Carrasco et al., 2021).

Asimismo, desde el punto de vista de Porter, la competitividad de un país está bastante relacionada con la forma en que las empresas ejecutan sus operaciones dentro de la nación. Dado que aumentan considerablemente el Producto Interno Bruto (PIB) y crean empleo de manera notable, las empresas se consideran un pilar básico en la economía (Sarmiento y Delgado, 2021). En la actualidad, naciones como Finlandia, Alemania y Singapur destacan por sus grandes grados de competitividad, que se sustentan en un sólido sistema educativo, infraestructura moderna y una maravillosa capacidad para controlar eficazmente los servicios turísticos (García et al., 2021).

## **Teorías relacionadas a la variable competitividad**

Teoría de la ventaja competitiva: Propone que las empresas pueden alcanzar una posición competitiva sostenible mediante tres estrategias genéricas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. Esta teoría se centra en cómo las organizaciones se posicionan frente a sus competidores para obtener mejores resultados (López et al., 2018).

Teoría de los clústeres: Sostiene que la competitividad de un país o región se fortalece cuando empresas, proveedores, instituciones educativas y otros actores relacionados se agrupan geográficamente y colaboran, lo que genera innovación, eficiencia y productividad conjunta (Nel et al., 2022).

Teoría del diamante de la competitividad: Explica que la competitividad nacional depende de cuatro factores interrelacionados: condiciones de los factores (recursos), condiciones de la demanda, industrias relacionadas y de apoyo, y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Estos elementos impulsan la productividad y la innovación a nivel país (Palacios, 2020).

Teoría de los recursos y capacidades: Afirma que la competitividad de una empresa radica en poseer recursos y capacidades valiosos, raros, inimitables y no sustituibles (VRIN), lo que le permite diferenciarse y mantener una ventaja sostenida en el mercado (Andrade et al., 2022).

## **Dimensiones.**

### **D1: cliente-mercado**

Esta dimensión se refiere a la capacidad de la organización para comprender, satisfacer y anticiparse a las necesidades del cliente, así como para adaptarse a las condiciones del mercado. Involucra aspectos como la calidad del producto o servicio, la atención al cliente, la fidelización y la diferenciación frente a la

competencia, elementos clave para posicionarse favorablemente en el entorno comercial (Ferrer-Guerra et al., 2023).

### **D2: económico-financiero**

Engloba los indicadores que reflejan la salud económica y la sostenibilidad financiera de la empresa, tales como la rentabilidad, liquidez, eficiencia en costos y capacidad de inversión. Una adecuada gestión económico-financiera permite a la organización operar con estabilidad, tomar decisiones estratégicas y responder con mayor flexibilidad ante cambios del entorno (Loor-Rodríguez et al., 2024).

### **D3: técnico**

Esta dimensión evalúa el nivel de innovación, desarrollo tecnológico y eficiencia operativa dentro de la empresa. Incluye la capacidad para implementar mejoras en procesos, productos y servicios, así como el aprovechamiento de tecnologías que optimicen recursos y aumenten la productividad, lo cual influye directamente en la competitividad de la organización (Palacios, 2020).

### **D4: medioambiente**

Se relaciona con el compromiso de la empresa con la sostenibilidad ambiental, considerando el uso responsable de recursos naturales, la gestión de residuos y la implementación de prácticas ecológicas. Esta dimensión es clave para lograr una ventaja competitiva en contextos donde los consumidores y regulaciones exigen mayor responsabilidad ambiental (Quispe et al., 2024).

### **D5: social**

Hace referencia a la responsabilidad social de la organización, incluyendo su impacto en la comunidad, el bienestar de sus trabajadores y su contribución al desarrollo social. Una empresa

competitiva no solo busca beneficios económicos, sino también generar valor social, manteniendo relaciones éticas y sostenibles con sus grupos de interés (Baque et al., 2022).

### 3.3. Marco conceptual

**Plan estratégico:** Es un instrumento de gestión que establece los objetivos a largo plazo de una organización, así como las estrategias, recursos y acciones necesarias para alcanzarlos de manera eficiente y sostenible (Liu y García, 2021).

**Competitividad:** Es la capacidad de una empresa, sector o país para generar valor, diferenciarse en el mercado y sostener ventajas frente a sus competidores, manteniendo su crecimiento y rentabilidad (Amer y Korshunova, 2025).

**Misión:** Define la razón de ser de una organización, es decir, su propósito fundamental y el valor que ofrece a sus clientes o beneficiarios (Huerta-Estévez y Andrade-Estrada, 2022).

**Visión:** Representa la proyección futura de la organización, el estado deseado que se espera alcanzar en un periodo determinado mediante la ejecución del plan estratégico (Huerta-Estévez y Andrade-Estrada, 2022).

**Análisis FODA:** Herramienta clave del diagnóstico estratégico que identifica las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la organización, permitiendo diseñar estrategias adecuadas (Pérez, 2023).

**Metas estratégicas:** Son los objetivos específicos y medibles que orientan el rumbo de la organización dentro del plan

estratégico, alineadas con su misión y visión (Ultreras-Rodríguez et al., 2025).

**Ventaja competitiva:** Es aquello que distingue a una organización frente a sus competidores, ya sea por costos, calidad, innovación o atención al cliente, y que le permite posicionarse favorablemente en el mercado (Lara y Cervantes, 2022).

**Indicadores de desempeño:** Son métricas utilizadas para evaluar los avances y resultados del plan estratégico, tanto en términos financieros como no financieros (Estévez-Torres et al., 2024).

**Implementación estratégica:** Es la fase en la que se ejecutan las estrategias definidas, involucrando recursos, coordinación de áreas y monitoreo constante para asegurar el cumplimiento de los objetivos (Cutipa-Limache et al., 2021).

**Innovación:** Es la capacidad de introducir mejoras continuas en productos, servicios o procesos, siendo un elemento esencial para sostener la competitividad en un entorno cambiante (López et al., 2023).

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Tipo y nivel de la investigación.

#### **Enfoque.**

Cuantitativo, dado que permitió obtener datos concretos para validar las hipótesis mediante valoraciones cuantitativas y estudios estadísticos en el análisis del problema planteado, según las características peculiares del fenómeno observado (Hernández et al., 2014), específicamente en lo referente a la relación existente entre el plan estratégico y la competitividad en la empresa metalmeccánica en cuestión.

#### **Tipo.**

Básica. Ramos (2023) y Castro et al. (2022), establecen que una investigación de tipo básica tiene como objetivo promover nuevos conocimientos sobre un fenómeno problemático, hecho y objeto en particular. Además, ayuda a profundizar la comprensión de dichos fenómenos a nivel social y natural, partiendo de teorías preexistentes, leyes y conceptualizaciones elementales. En tal sentido, la presente investigación promovió a responder las preguntas de investigación bajo fundamento teórico que promuevan cimientos sólidos para investigaciones futuras.

#### **Nivel.**

Correlacional. Osada y Salvador-Carrillo (2021), mencionan que, las investigaciones relacionales tienen como principio establecer las interconexiones entre dos o más parámetros de estudio sin determinar elementos causales. Asimismo, se resguarda en establecer el nivel de dependencia de una variable de la otra fundamentándose en patrones observaciones sin manipulación directa de ellos (Roy-García et al., 2020).

## **4.2. Diseño de Investigación**

No experimental, transversal. Zurita-Cruz et al. (2018), establecen que los diseños no experimentales se fundamentan en el manejo de variables bajo un carácter observacional, sin manipularlas o alterarlas dentro de su entorno general con la finalidad de analizar desde una perspectiva descriptiva su comportamiento en cuestión. Asimismo, permitió establecer parámetros controlados sin establecer directamente análisis a los sujetos u objeto de estudio (Hernández et al., 2014).

## **4.3. Hipótesis general y específicas.**

### **4.3.1. Hipótesis general**

Existe relación significativa entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

### **4.3.2. Hipótesis específicas.**

#### **H.E.1:**

Existe relación significativa entre las metas estratégicas y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

#### **H.E.2:**

Existe relación significativa entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

#### **H.E.3:**

Existe relación significativa entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

#### **H.E.4:**

Existe relación significativa entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**H.E.5:**

Existe relación significativa entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco-Ica, 2025.

**4.4. Identificación de las variables.****Variable 1: Plan estratégico**

Hace referencia a un escrito formal donde se expresa los propósitos a mediano y largo plazo de una empresa bajo el establecimiento secuencial de acciones, estrategias y recursos necesarios para alcanzar estas.

**Dimensiones:**

Metas estratégicas.

Análisis FODA organizacional.

Diagnóstico estratégico.

Elección de estrategias.

Implantación de la estrategia.

**Variable 2: Competitividad**

La conceptualización de competitividad se ampara bajo lo establecido por Porter (2007), quien menciona que la competitividad desde una perspectiva organizacional es el ofrecimiento de las condiciones ambientales, administrativas, operativas y humanas necesarias para establecer calidad interna de los procesos y externa para los servicios y/o productos ofrecidos.

**Dimensiones:**

Cliente-mercado.

Económico-financiero.

Técnico.

Medioambiente.

Social.

#### 4.5. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORES	NIVEL Y RANGOS	TIPO DE VARIABLE ESTADÍSTICA
<b>Plan estratégico</b>	<b>D.1: Metas estratégicas</b>	Evolución del pensamiento estratégico Necesidades de planeación Modelos generales del proceso estratégico	1-5	(1): Totalmente en desacuerdo (2): En desacuerdo (3): Indistinto (4): De acuerdo (5): Totalmente de acuerdo	Bajo: 25-58 Medio: 59-92 Alto: 93-125	<b>Ordinal</b>
	<b>D.2: Análisis FODA organizacional</b>	Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	6-10			
	<b>D.3: Diagnóstico estratégico</b>	Evaluación de la competitividad de la organización Recursos y competencias organizacionales Arquitectura organizacional Cadena y sistema de valor	11-15			
	<b>D.4: Elección de estrategias</b>	Proceso de toma de decisiones Modelo de apoyo Políticas de crecimiento Reestructuración organizacional	16-20			
	<b>D.5: Implantación de la estrategia</b>	Alineación empresarial Visión periférica Emprendimiento Administración del desempeño organizacional	21-25			

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORES	NIVEL Y RANGOS	TIPO DE VARIABLE ESTADÍSTICA
<b>Competitividad</b>	<b>D.1:</b> Cliente-mercado	Diferenciación Segmentación del mercado Satisfacción del cliente	1-5	(1): Totalmente en desacuerdo (2): En desacuerdo (3): Indistinto (4): De acuerdo (5): Totalmente de acuerdo	Bajo: 25-58 Medio: 59-92 Alto: 93-125	<b>Ordinal</b>
	<b>D.2:</b> Económico-financiero	Liderazgo en costos Estructura de costos Inversión	6-10			
	<b>D.3:</b> Técnico	Creación de valor Indicadores operativos Funcionamiento interno	11-15			
	<b>D.4:</b> Medioambiente	Continuidad Dinamismo Diversificación Capacidad de acceso	16-20			
	<b>D.5:</b> <b>Social</b>	Tangibilidad Seguridad Fidelización	21-25			

#### **4.6. Población – Muestra**

##### **Población.**

Para Hernández et al. (2014) el término población se refiere al conjunto completo de elementos, individuos o mediciones que comparten características comunes en un contexto y momento determinado. En el presente estudio, la población estuvo compuesta por 20 trabajadores comprendidos por el personal de producción, gerencia y administración de la empresa metalmecánica.

##### **Muestreo.**

Por su parte, de acuerdo con Hernández et al. (2014) la muestra se define como un subconjunto representativo de la población del cual se obtendrán los datos. Considerando lo anterior y el análisis de las variables la muestra estuvo comprendida por 20 trabajadores comprendidos por el personal de producción, gerencia y administración de la empresa metalmecánica.

#### **4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información.**

##### **Técnica**

La función de las encuestas es obtener información sobre las opiniones, conductas, actitudes y características de los participantes. Posteriormente, se analizó los resultados de las encuestas mediante herramientas estadísticas para poder llegar a conclusiones sobre la población estudiada y obtener información relevante para la investigación o la toma de decisiones.

##### **Instrumento.**

El cuestionario es una herramienta de recolección de datos compuesta por una serie de preguntas diseñadas para extraer información específica de los encuestados (Hernández et al., 2014). Para la investigación, se entregaron los cuestionarios N°1

y N°2 con las preguntas debidamente alineadas y con los objetivos específicos necesarios, de manera que se pudieran formular con mayor precisión los indicadores que se deseaban medir. Cabe destacar que cada instrumento estuvo relacionado con cada variable de estudio (N°1 plan estratégico, N°2 competitividad).

#### **4.8. Técnicas de análisis y procesamiento de datos.**

Las técnicas de análisis y procesamiento de datos son herramientas utilizadas en una investigación para revisar, evaluar y cambiar la información adquirida (Hernández et al., 2014). Estas herramientas ayudan a convertir datos sin utilizar técnicas de procesamiento de información valiosas y claras. Esta recopilación de datos se convierte en información que se puede utilizar de mejor manera mediante documentación, tablas, entre otros enfoques. Hay seis etapas que ayudan en el análisis y procesamiento de datos, se describen a continuación:

##### **Primera etapa: Recolección de datos**

En primer lugar, este procesamiento de la información de datos comienza con la recopilación de datos actuales de las fuentes que ya se encuentran establecidas, que deben estar actualizadas para proporcionar dicha información invaluable. La recopilación de datos permitió establecer la información adecuada para la triangulación y discusión.

##### **Segunda etapa: clasificación y preparación de los datos**

En esta etapa se comienza a descartar información que no se necesita o muy relevante de tener, seleccionando solo lo mejor que se tenga de manera puntual para poder desarrollar el procesamiento y análisis de datos.

### **Tercera etapa: inducción de datos**

Los datos que se tienen ya seleccionados previamente pasan por una transformación la cual se pudo visualizar mediante hojas de Excel, y bases de datos estadísticas.

### **Cuarta: procesamiento**

Los datos que ya han sido procesados por la etapa anterior se preparan para su optimización y uso final, esto se pudo realizar mediante una técnica de programación, esto ayudó a que la computadora aprenda de una manera autónoma la información recopilada para que realice la actividad que se requiera

### **Quinta: interpretación**

En esta etapa ya se tendría las tablas, documentos o graficas que se desarrollaran en etapas previas, así se tendrá una información más clara. Esto hizo que el proyecto pueda ser desarrollado de una manera más optima con rapidez y eficacia, mejorando de manera sustancial la competitividad por medio del establecimiento de un plan estratégico.

### **Sexta: triangulación y almacenamiento de datos**

Consiste en almacenar la información útil que se desarrolló con el resultado del procesamiento y análisis de datos para su uso inmediato.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Presentación de Resultados

A continuación, se presentan los resultados estadísticos detallados definidos luego de la clasificación y procesamiento de la información obtenida por medio de la recolección de datos a 20 trabajadores comprendidos por el personal de producción, gerencia y administración de la empresa metalmecánica. El procesamiento tuvo inicio bajo los parámetros del software estadístico SPSS V.26.

**Tabla 1**

*Prueba de confiabilidad de variable “plan estratégico” y “confiabilidad”*

Variable	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized items	N. of ítems
Planificación estratégica	,910	,915	25
Confiabilidad	,874	,879	25

*Nota:* procesado en SPSS V.26

A continuación, se presentan los resultados descriptivos relacionados con la variable planificación estratégica. Se expresa la tabla 2.

**Tabla 2**

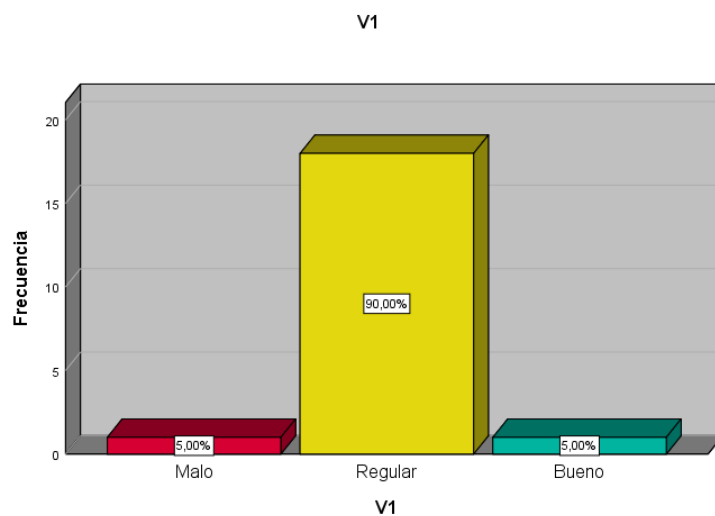
*Análisis descriptivo variable “Plan estratégico”*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	1	5,0	5,0	5,0
	Regular	18	90,0	90,0	95,0
	Bueno	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota:* Procesado en SPSS. Fuente: encuesta procesada.

**Figura 1**

*Resultados de la variable “Plan estratégico*



En conformidad con las dimensiones de la variable plan estratégico. Se establece los resultados descriptivos de la tabla 3.

**Tabla 3**

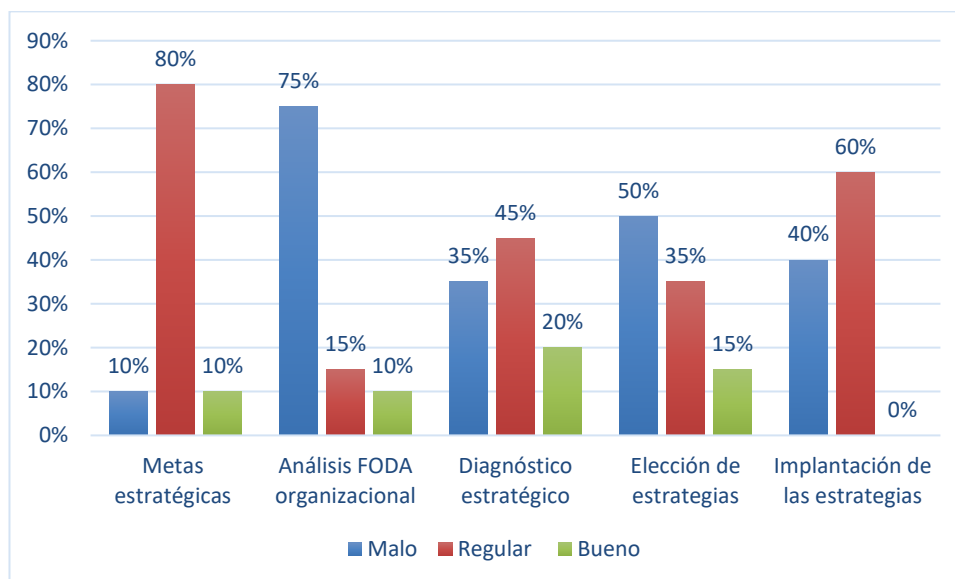
*Frecuencia de las dimensiones de la variable “Plan estratégico”*

Escala	Metas estratégicas		Análisis FODA organizacional		Diagnóstico estratégico		Elección de estrategias		Implantación de las estrategias	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Malo	2	10%	15	75%	7	35%	10	50%	8	40%
Regular	16	80%	3	15%	9	45%	7	35%	12	60%
Bueno	2	10%	2	10%	4	20%	3	15%	0	0%
Total	20	100,0	20	100,0	20	100,0	20	100,0	20	100,0

*Nota:* Procesado en SPSS. Fuente: encuesta procesada.

**Figura 2**

*Resultados dimensiones de la variable “Plan estratégico”*



Consecuentemente, con relación a la variable competitividad, se expresa los resultados descriptivos en la tabla 4.

**Tabla 4**

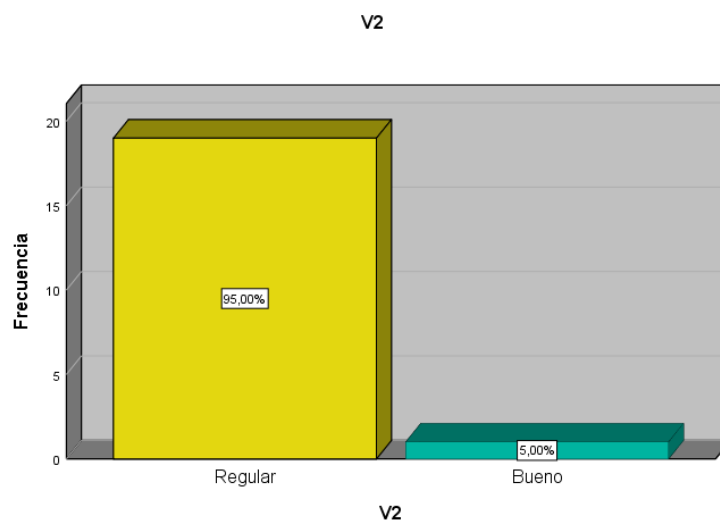
*Análisis descriptivo variable “competitividad”*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	19	95,0	95,0	95,0
	Bueno	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Nota:* Procesado en SPSS. Fuente: encuesta procesada.

**Figura 3**

*Resultados de la variable “competitividad”*



*Nota:* Procesado en SPSS.

Finalmente, se expresan los resultados descriptivos inherentes a las dimensiones de la variable competitividad.

**Tabla 5**

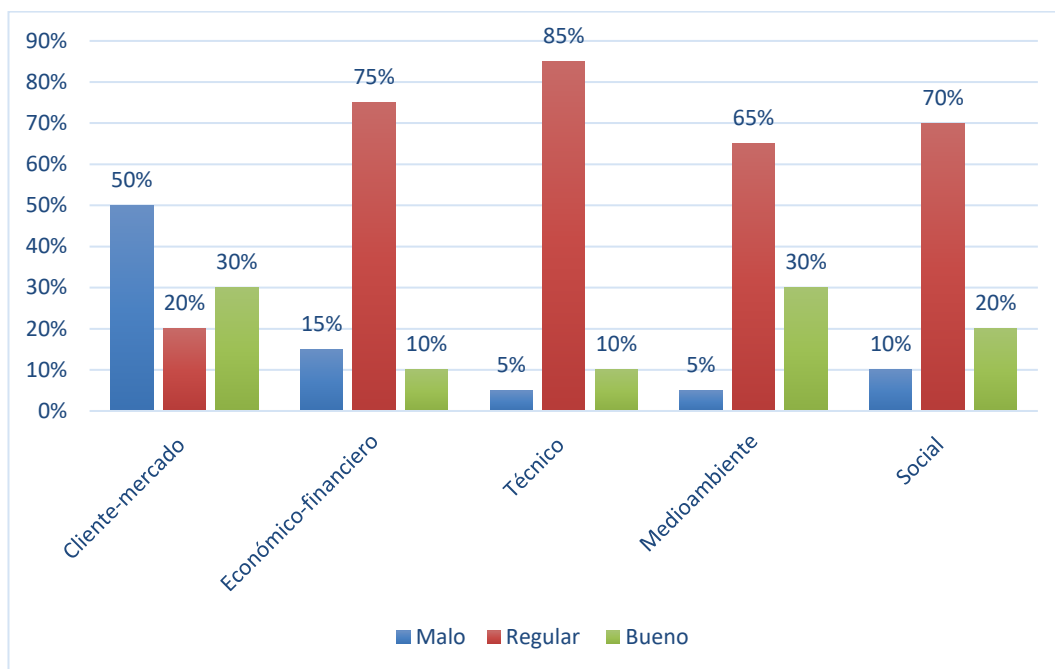
*Frecuencia de las dimensiones de la variable “competitividad”*

Escala	Cliente-mercado		Económico-financiero		Técnico		Medioambiente		Social	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Malo	10	50%	3	15%	1	5%	1	5%	2	10%
Regular	4	20%	15	75%	17	85%	13	65%	14	70%
Bueno	6	30%	2	10%	2	10%	6	30%	4	20%
Total	20	100,0	20	100,0	20	100,0	20	100,0	20	100,0

*Nota:* Procesado en SPSS. Fuente: encuesta procesada.

**Figura 4**

*Resultados dimensiones de la variable “Competitividad”*



## 5.2. Interpretación de resultados

Los resultados obtenidos permiten identificar el nivel de fiabilidad del instrumento utilizado en el presente estudio, aplicado a una muestra de 20 trabajadores pertenecientes al área de producción, gerencia y administración de una empresa metalmecánica. Tal como se presenta en la Tabla 1, la prueba de confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach arrojó un valor de 0.915 para la variable “planificación estratégica” y de 0.879 para la variable “competitividad”. Ambos valores superan ampliamente el umbral mínimo aceptado de 0.7, lo que evidencia una excelente consistencia interna del instrumento y valida su uso para el análisis de datos. Estos resultados se obtuvieron tras la aplicación de una prueba piloto con 15 participantes, lo que refuerza la validez de los ítems empleados.

En relación con la variable “plan estratégico”, los datos presentados en la Tabla 2 y representados gráficamente en la Figura 1 muestran que el 90% de los trabajadores percibe que dicha dimensión se encuentra en un nivel regular dentro de la organización. Solo un 5% considera que esta práctica se desarrolla en un nivel bueno, mientras que otro 5% la percibe como

deficiente. Esta distribución evidencia una implementación aún incipiente de los elementos clave de la planificación estratégica, marcando la necesidad de fortalecer su estructura, difusión y aplicación en todos los niveles jerárquicos de la empresa.

Asimismo, al analizar las dimensiones internas de esta variable (Tabla 3 y Figura 2), se observa que las metas estratégicas son percibidas como regulares por el 80% de los encuestados, aunque un 10% las considera malas y otro 10% buenas, lo cual refleja un nivel de avance, pero sin consolidación. En el análisis FODA organizacional, se identificó un dato alarmante: el 75% lo calificó como malo, siendo este el aspecto más crítico, lo cual indica la ausencia de un diagnóstico situacional eficaz. En el diagnóstico estratégico, el 45% lo percibe como regular, un 35% como malo y solo un 20% como bueno, reflejando limitaciones en la capacidad analítica de la organización para orientar sus decisiones. En cuanto a la elección de estrategias, el 50% de los encuestados tiene una percepción negativa, y en la implantación de estrategias no se reportan respuestas en nivel bueno, con un 60% regular y 40% malo, lo que revela un serio déficit en la ejecución de planes diseñados.

Respecto a la competitividad organizacional, la Tabla 4 y la Figura 3 muestran que el 95% de los trabajadores la sitúan en un nivel regular, mientras que únicamente un 5% la considera buena. Esto refleja una situación de estancamiento en términos de desempeño competitivo, siendo necesario implementar acciones que permitan diferenciar a la organización en su sector.

Las dimensiones de esta variable, detalladas en la Tabla 5 y en la Figura 4, permiten profundizar en esta conclusión. La dimensión cliente-mercado presenta un 50% de percepciones malas, destacando una débil orientación hacia las necesidades del consumidor, lo que sugiere la ausencia de estudios de mercado o estrategias de fidelización. En el aspecto económico-financiero, el 75% de los encuestados perciben un nivel regular, lo cual podría reflejar estabilidad, pero también ineficiencias que impiden un desempeño financiero sobresaliente. La dimensión técnica evidencia un

85% de percepciones regulares, mostrando que el personal reconoce la funcionalidad de los procesos, aunque con oportunidades claras de mejora mediante la capacitación continua.

Por otro lado, la dimensión medioambiental alcanza un 65% de nivel regular y un 30% bueno, lo cual indica avances en prácticas sostenibles, aunque aún falta consolidarlas. Finalmente, la dimensión social presenta un 70% de percepciones regulares, lo que sugiere que las condiciones laborales y relaciones internas requieren refuerzo para fomentar un mejor clima organizacional. En conjunto, estos resultados revelan que tanto la planificación estratégica como la competitividad presentan niveles intermedios, con énfasis en la necesidad de intervención urgente en áreas clave como el análisis FODA, la ejecución de estrategias y el enfoque al cliente, todo lo cual es fundamental para alcanzar un desempeño organizacional superior.

Por su parte, en cuanto al parámetro técnico, se evidencia predominancia de niveles regulares. Si bien es cierto, se evidencia muy pocas percepciones malas se debe alcanzar niveles buenos por medio de la capacitación constante del personal técnico para lograr aumentar la productividad y eficiencia empresarial. Por su parte, la dimensión medioambiente, se evidencian valores mayoritarios regulares, lo cual promueve el establecimiento de las mejoras del entorno de trabajo para mejorar las condiciones operativas. Finalmente, en cuanto a la dimensión social, se evidencian niveles regulares.

## VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

### 6.1. Análisis inferencial.

A continuación, se presentan los resultados consistentes al análisis inferencial de los datos con la finalidad de responder a las hipótesis de estudio.

#### Prueba de normalidad

**Tabla 6**

*Prueba de normalidad de las variables*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Plan estratégico</b>	,974	20	,001	,358	20	,000
<b>Competitividad</b>	,741	20	,001	,412	10	,000

*Nota: corrección de significación de Lilliefors*

Tras la evidencia del comportamiento de los datos de la tabla anterior, el número de muestra es menor a 50 participantes por lo que se consideró la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk. Se observa que las variables no siguen un comportamiento normal ya que la significancia estadística es inferior a la teórica ( $\leq 0.05$ ), se empleó la prueba de Rho Spearman para establecer la correlación entre las variables de estudio.

#### Prueba de hipótesis:

##### Hipótesis general

Hi: Existe relación significativa entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

H0: No existe relación significativa entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**Tabla 7***Prueba de hipótesis general*

		Plan estratégicoCompetitividad		
Rho de Spearman	Plan estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,841**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	20	20
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,841**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	20	20

*Nota:* \*\* Correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Se evidencia que existe un vínculo fuerte entre la variable planificación estratégica y competitividad en un 84.1% bajo una significancia estadística de 0.001 (<0.05) lo que deja en evidencia la aceptación de la hipótesis alternativa donde existe relación significativa entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, estableciendo que la planificación estratégica conlleva a resultados de competitividad adecuados dentro de la organización.

**Hipótesis específicas:**

Hi: Existe relación significativa entre las metas estratégicas y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

H0: No existe relación significativa entre las metas estratégicas y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**Tabla 8***Prueba de hipótesis específica 1*

		Metas estratégicasCompetitividad		
Rho de Spearman	Metas estratégicas	Coefficiente de correlación	1,000	,714**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,714**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

*Nota:* \*\* Correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Se evidencia que existe un vínculo fuerte entre la dimensión metas estratégicas y competitividad en un 71.4% bajo una significancia estadística de 0.000 (<0.05) lo que deja en evidencia la aceptación de la hipótesis alternativa: existe relación significativa entre las metas estratégicas y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica. Establecer las metas claras estratégicas promoverá el desarrollo adecuado del resultado competitivo.

Hi: Existe relación significativa entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

H0: No existe relación significativa entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**Tabla 9***Prueba de hipótesis específica 2*

		Análisis	
		FODA	Competitividad
Rho de Spearman	Análisis FODA	1,000	,912**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	20	20
	Competitividad	,912**	1,000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	20	20

*Nota:* \*\* Correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Se evidencia que existe un vínculo fuerte entre la dimensión análisis FODA y competitividad en un 91.2% bajo una significancia estadística de 0.000 ( $<0.05$ ) lo que deja en evidencia la aceptación de la hipótesis alternativa: existe relación significativa entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025. Establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas empresariales mejora el panorama competitivo dentro de la organización.

Hi: Existe relación significativa entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

H0: No existe relación significativa entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**Tabla 10***Prueba de hipótesis específica 3*

		Diagnóstico estratégico Competitividad		
Rho de Spearman	Diagnóstico estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,798**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,798**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

*Nota:* \*\* Correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Se evidencia que existe un vínculo bueno entre la dimensión diagnóstico estratégico y competitividad en un 79.8% bajo una significancia estadística de 0.000 (<0.05) lo que deja en evidencia la aceptación de la hipótesis alternativa: existe relación significativa entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025. El diagnóstico estratégico pondrá en prioridad falencias organizacionales con el beneficio de incorporarse al rubro competitivo metalmecánico.

Hi: Existe relación significativa entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

H0: No existe relación significativa entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.

**Tabla 11***Prueba de hipótesis específica 4*

			Elección de estrategias Competitividad	
Rho de Spearman	Elección de estrategias	Coefficiente de correlación	1,000	,852**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,852**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

Se evidencia que existe un vínculo bueno entre la dimensión elección de estrategias y competitividad en un 85.2% bajo una significancia estadística de 0.000 (<0.05) lo que deja en evidencia la aceptación de la hipótesis alternativa: existe relación significativa entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025. En términos de competitividad organizacional la elección de estrategias tiene un impacto favorable motivado por el seguimiento continuo del mercado para evaluar mejoras internas.

Hi: Existe relación significativa entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco-Ica, 2025.

H0: No existe relación significativa entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco-Ica, 2025.

**Tabla 12***Prueba de hipótesis específica 5*

		Implantación de estrategias Competitividad		
Rho de Spearman	Implantación de estrategias	Coeficiente de correlación	1,000	,799**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,799**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

Se evidencia que existe un vínculo bueno entre la dimensión implantación de estrategias y competitividad en un 79.9% bajo una significancia estadística de 0.000 (<0.05) lo que deja en evidencia la aceptación de la hipótesis alternativa: existe relación significativa entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco-Ica. A nivel de competitividad la implementación de estrategias por medio del sometimiento a evaluación regular mejora el panorama para el posicionamiento empresarial.

## VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 7.1. Comparación de resultados.

Los resultados del estudio muestran una conexión significativa entre la planificación estratégica y la competitividad de la empresa metalmecánica Ingeniería Metálica Oré S. A. C. Esto está en línea con lo que otros estudios han demostrado en el país y en todo el mundo. Primero, observamos un coeficiente de correlación de Spearman de .841 y un nivel de significancia de .001. Esto respalda la idea de que una planificación estratégica sólida tiene un efecto sustancial en el éxito con el que compete la organización.

Barahona et al. (2023) encontraron una fuerte correlación positiva entre las dos variables en una corporación pública ecuatoriana, lo que respalda esta conclusión. Decidieron que la gestión planificada ayuda a la organización a alcanzar sus objetivos y elevar su perfil. Garay (2020) también encontró una conexión de ,827 en su análisis de la empresa ELEGIDA en Huancavelica. Esto demuestra que la planificación estratégica hace que las organizaciones sean más competitivas, lo que respalda la importancia de los hallazgos de la investigación.

Jiménez (2023) también observó una relación positiva moderada ( $Rho = 0.547$ ,  $p = 0.000$ ) entre la planificación estratégica y cuán competitivos eran los comerciantes en el Mercado de la Ciudad de Dios. Esto demuestra que incluso las pequeñas empresas pueden ser más competitivas si utilizan herramientas estratégicas. Valle (2024) utilizó la prueba de Chi cuadrado para demostrar que existía un vínculo sustancial entre las dos variables en la empresa Calzados Shoes S. A. C. Esto le hizo pensar que la gestión estratégica mejora mucho la posición de una empresa.

Hubo un vínculo estadísticamente significativo de .714 entre los objetivos estratégicos y la competitividad en el nivel 000. Este estudio destaca lo crucial que es para las empresas tener objetivos claros si quieren tener éxito a largo plazo. En su plan estratégico para una empresa de transporte, Constaín y Ortiz (2023) subrayan que tener objetivos claros y emplear matrices como DOFA y MCPE puede ayudar a la empresa a aprovechar al máximo sus perspectivas internas y externas. Esto encaja con lo que encontramos en esta ubicación. Sumalave (2023) mostró que las empresas son más competitivas cuando desarrollan objetivos estratégicos basados en análisis FODA y planificación orientada al mercado. Esto demuestra que los objetivos estratégicos bien planificados tienen un efecto positivo.

Para dar inicio en la primera hipótesis Paredes (2022) también demostró cómo la innovación del plan estratégico influye en el desempeño de las PYMES al exhibir una correlación positiva ( $r = 0,685$ ,  $p = 0,000$ ). Esto ilustra que hacer objetivos estratégicos que estén en línea con las ventajas competitivas puede ayudar a la empresa a mejorar y durar más.

La segunda hipótesis específica para el análisis FODA tuvo un valor de correlación de .912, que era la más alta de todas las dimensiones, y un significado de .000. Esta correlación extremadamente fuerte indica lo vital que es poder identificar adecuadamente un problema. Según Palacios (2020), el análisis FODA es una herramienta clave para notar cambios en el entorno. Sumalave (2023) cree que era vital descubrir 40 factores internos y externos clave para que las estrategias estuvieran en línea con cómo es realmente la empresa. Estos antecedentes indican que un análisis FODA completo nos ayuda a comprender el panorama competitivo y a tomar decisiones más inteligentes.

Gargate (2022) también agrega que solo decir cuáles son los principios, objetivos y visión de una organización no es suficiente para hacer que el tránsito terrestre interprovincial sea más competitivo. Esto indica que el análisis FODA tiene que ponerse en práctica. Esto se suma a la prueba de que no todos los ejercicios de planificación tienen el mismo impacto si no se realizan con cuidado.

Así mismo, en la tercera hipótesis El diagnóstico estratégico encontró un vínculo significativo entre 798 y la competitividad para la tercera hipótesis específica. Roldán (2020) señaló que era vital examinar a fondo cómo funcionaban las cosas en el Banco de Sangre de una clínica universitaria para idear estrategias competitivas. Este resultado está de acuerdo con eso. Garay (2020) también dice que un buen diagnóstico estratégico es un paso clave para que los negocios de servicios técnicos, como la construcción, sean más competitivos. Esto respalda la verdad de esta investigación (Ortega, 2021).

Casas (2023) también observó que administrar bien los procedimientos financieros y operativos puede ayudar a que una organización funcione mejor, como lo hizo en el Banco Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo. Esto resalta lo crucial que es tener un diagnóstico estratégico que analice todos los componentes clave del funcionamiento de una empresa.

La cuarta hipótesis específica analiza cómo elegir una estrategia afecta su competitividad. Descubrió una correlación de .852. Este vínculo respalda la premisa de que elegir la estrategia adecuada tiene un impacto directo en la posición de una corporación. Esto es como el estudio de Apaza y Apaza (2022), que encontró que los microempresarios eran sustancialmente más competitivos cuando usaban estrategias basadas en mirar tanto su propio

negocio como el mercado. El estudio de Constaín y Ortiz (2023) también sugiere que el uso de matrices DOFA y MCPE para crear estrategias lo ayudará a encontrar buenos enfoques para adelantarse a sus competidores.

Por otro lado, Salazar (2020) observó que la falta de una estrategia definida de la cevichería Ají Limo le impedía crecer como competidor, que es lo que también reveló este estudio. Esto ilustra que, si toma una decisión estratégica incorrecta sin completar ningún estudio o prestar atención al mercado, no podrá generar ventajas competitivas a largo plazo.

Por último, la última hipótesis específica indicaba que existía una conexión de .799 entre utilizar técnicas y ser competitivo. Este resultado muestra lo vital que es seguir adelante con los planes tal como fueron creados. Baque et al. (2022) propusieron un marco sistemático de tres etapas en este sentido, donde la ejecución es altamente vital para que las MIPYMES aumenten las ventas y logren el éxito a largo plazo. Salazar (2020) también encontró que una cevichería era menos competitiva ya que no tenía un plan claro de cómo llevarla a cabo. Esto está en línea con lo que muestra la presente investigación: sin una ejecución efectiva, no hay un efecto competitivo real.

Jiménez (2023) también señaló que los comerciantes del Mercado Ciudad de Dios tenían buenas ideas sobre cómo administrar sus negocios, pero no las aplicaban todo el tiempo ni en todo su potencial, lo que los hacía menos competitivos. Estos hallazgos respaldan la premisa de que el plan estratégico solo es útil si las personas se dedican a él, tienen los recursos adecuados y pueden monitorear qué tan bien está funcionando.

Los resultados revelan que cada componente del plan estratégico, desde los objetivos hasta el método que se pone en práctica, tiene una influencia sustancial en la competitividad de una empresa. Estudios anteriores han demostrado que una planificación estratégica bien estructurada puede ayudar a las empresas en una variedad de industrias y áreas a mejorar en la competencia. Estos hallazgos respaldan eso.

## CONCLUSIONES

Los resultados globales del estudio demuestran que el plan estratégico es muy significativo para la capacidad de competencia de la empresa Ingeniería Metálica Oré S. A. C. La correlación estadística de .841 con un nivel de significancia de .001 sugiere que una empresa está mejor equipada para competir en el mercado cuando elabora y se apega a una estrategia estratégica clara y consistente. Este hallazgo está en línea con lo que han encontrado otros estudios: la planificación estratégica no solo ayuda a que un negocio crezca, sino que también lo hace más estable.

Podemos decir que cuán competitiva es una empresa en términos del primer objetivo en particular tiene mucho que ver con cuán claros y bien estructurados son sus objetivos estratégicos. El resultado (.714) ilustra que tener una noción clara de hacia dónde desea que vaya su negocio facilita la toma de decisiones que tengan sentido y se centren en lo que realmente ofrece valor. Esto resalta lo crucial que es para las empresas establecer metas realistas y alcanzables, como también enfatizan Constaín y Ortiz.

Los resultados muestran que el análisis FODA tiene un gran impacto en la competitividad, que es el segundo propósito. Se ha demostrado que esta herramienta puede ayudarlo a descubrir oportunidades externas y problemas internos que deben solucionarse con mayor precisión cuando la utiliza con atención y con una mente crítica. El FODA es más que una simple formalidad; ayuda a las personas a tomar mejores decisiones estratégicas, como lo demuestra la investigación que ha analizado sus impactos en muchas áreas.

Lo más crucial a realizar para comprender completamente la situación actual de la empresa es el diagnóstico estratégico, que es el tercer objetivo. La correlación de .798 ilustra que tener en cuenta todos los factores de los procesos, los recursos y el entorno ayuda a crear soluciones que son mucho más valiosas y prácticas. Esto respalda la idea de que un buen

diagnóstico es el primer paso en cualquier desarrollo competitivo. Escritores como Roldán y Casas dicen que es necesario reconocer de dónde se parte para poder avanzar.

Los resultados del cuarto objetivo muestran que elegir las tácticas correctas tiene un impacto directo en lo bien que compete una empresa. La correlación de .852 significa que tener un plan no es suficiente; los métodos que elija deben basarse en una comprensión sólida del mercado y de la propia empresa. Los estudios también han demostrado que, si no tiene un plan, podría perder oportunidades importantes o incluso retroceder cuando se enfrente a la competencia.

Por último, para el quinto objetivo, es evidente que lo más crucial a lograr para lograr los resultados deseados es poner en práctica las estrategias planificadas. La asociación concluyó que (.799) muestra que gran parte del tiempo, los planes y las ideas fracasan no porque sean malos, sino porque no se siguen adelante. Necesita hacer un seguimiento, involucrar a todos y tener suficientes recursos para que funcione. Esto respalda la suposición de que un buen plan no hará que una empresa sea más competitiva a menos que haga algo, que es lo que Baque et.

## RECOMENDACIONES

Las conclusiones generales del estudio sugieren que la organización debe hacer de su cultura de planificación estratégica un proceso permanente y abierto. Para hacer esto, es importante obtener aportes de todas las partes de la organización mientras se elabora y revisa el plan. De esta manera, las decisiones no solo las toma la alta dirección, sino que también tienen en cuenta cómo funcionan realmente las cosas en el entorno y las fortalezas y debilidades internas de la organización. También es una buena idea actualizar el plan estratégico de vez en cuando para que se mantenga en línea con los cambios en el mercado y ayude a la empresa a mantenerse competitiva.

Cuando se trata de objetivos estratégicos, la organización debe establecer objetivos claros, cuantificables y alcanzables y asegurarse de que todos los empleados los conozcan. Estos objetivos deben tener en cuenta tanto las fortalezas de la organización como los problemas que enfrenta en el mundo exterior. Esto ayudará a que los recursos y esfuerzos se utilicen de manera más eficiente. También es una buena idea establecer formas de verificar y evaluar regularmente qué tan bien se están cumpliendo los objetivos. Esto ayudará a mantener al equipo motivado y a tomar mejores decisiones.

Las personas deben usar la herramienta de análisis FODA de manera crítica y completa, no solo como un ejercicio rápido de documentos. Para hacer esto, la organización necesita reunir un equipo de personas de diferentes campos que revisen el FODA al menos una vez al año y se aseguren de que esté actualizado utilizando fuentes internas y externas confiables. También se sugiere que los problemas detectados se clasifiquen según la probabilidad de que sucedan y cuánto afectarán a la empresa. Esto facilitará la elaboración de planes que sean más efectivos en la situación real de la organización.

Para el diagnóstico estratégico, se sugiere que la empresa sea evaluada de manera periódica para ver sus componentes financieros, operativos, comerciales y tecnológicos. El uso de técnicas como evaluación comparativa, análisis de procesos y auditorías internas lo ayudará a obtener una imagen clara y completa de la condición actual. Este diagnóstico debe ser más que un simple documento formal de cumplimiento; también debe usarse para tomar decisiones. Esto asegurará que los planes se basen en hechos y no en conjeturas.

A la hora de elegir estrategias, la corporación debe utilizar un enfoque fluido y adaptable que combine el análisis interno con la inteligencia de mercado. Antes de poner en práctica un plan, debe verificar si es posible y funcionará con los recursos y las condiciones que ya están implementados. Además, es una buena idea utilizar matrices como DOFA-MCPE o CAME para ayudarlo a elegir opciones estratégicas de una manera más lógica y objetiva. Esto reducirá la posibilidad de usar tácticas que no funcionan o que no se relacionan con la realidad.

Finalmente, para asegurarse de que las estrategias se lleven a cabo, es una buena idea mejorar la capacidad de la organización para llevarlas a cabo. Para ello, se recomienda elaborar estrategias operativas específicas y establecer plazos claros y responsables para cada acción estratégica. Es importante asegurarse de que haya suficientes recursos (personas, dinero y tecnología) disponibles y establecer sistemas de monitoreo y control para que se pueda medir el progreso y se puedan hacer los cambios necesarios. El enfoque solo ayudará a la competitividad si se pone en práctica de manera metódica.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amer, A. y Korshunova, E. (2025). Navegando por el panorama competitivo: un modelo integral para evaluar la competitividad de las empresas en ingeniería de sistemas electromecánicos. *BBR. Revista de Negocios Brasileños*, 22, e20231352. <https://doi.org/10.15728/bbr.2023.1674.en>
- Andrade, A., Becerra, F. y González, R. (2022). Caracterización del perfil competitivo de las empresas textiles familiares de Otavalo en Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(5), 161-177. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000500161&script=sci\\_abstract&lng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000500161&script=sci_abstract&lng=es)
- Apaza, J. y Apaza, C. (2022). La planificación estratégica y su influencia en la competitividad en el Centro Comercial Bolognesi, Región Tacna, 2019. *Economía & Negocios*, 4(2), 101-126. <https://www.doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1238>
- Baque, L., Izquierdo, A. y Viteri, D. (2022). Estructura metodológica de plan estratégico para mejorar las ventas en las MIPYMES del Cantón Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 66-74. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202022000200066](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000200066)
- Barahona, R., Martínez, A. y Haro, A. (2023). Planificación estratégica y niveles de competitividad en la empresa pública municipal para la gestión integral de residuos sólidos. *Conocimiento Científico*, 3(2), e22. <https://doi.org/10.55204/pcc.v3i2.e22>
- Calle, M., Gurumendi, I. y Calle, I. (2020). Planificación estratégica. Aplicada a profesionales de la medicina y la jurisprudencia. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 83-90. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-83.pdf>
- Carrasco, Y., Mendoza, N., López, M., Mori, R. y Alvarado, J. (2021). La competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 557-564.

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202021000500557](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000500557)

Casas, O. (2023). *Innovación en la gestión de productos, personas y procesos para la mejora de la eficiencia operativa en la administración en Caja Municipal de ahorro y crédito de Trujillo-Sede Ica*. [Tesis de grado, Universidad Autónoma de Ica, Perú]. <https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/20.500.14441/2666>

Castro, J., Gómez, L. y Camargo, E. (2022). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura*, 27(75), 140-174. <https://doi.org/10.14483/22487638.19171>

Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica. Fundamentos y aplicaciones*. 3ra edición. Mc Graw Hill Education. México. <https://www.remaccion.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>

Chica, A. y Erazo, J. (2024). Importancia de la planificación estratégica en las instituciones de educación superior. *Conrado*, 20(96), 129-138. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442024000100129](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442024000100129)

Constaín, J. y Ortiz, P. (2023). *Formulación de un plan estratégico para mejorar la competitividad en la empresa Sociedad de Transportistas Mixtos S.A.S., año 2024 y 2026*. [Tesis de grado, Universidad Mariana, Colombia]. <https://repositorio.umariana.edu.co/bitstream/handle/20.500.14112/28423/Formulaci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20estrat%C3%A9gico%20para%20mejorar%20la%20competitividad%20de%20la%20empresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Coronel, A., Carbajal, T., Llamosa, D. y Reyes, I. (2021). Planificación estratégica. Caso de estudio educativo Universidad Federico Villarreal. *Dilemas Contemporáneos: educación, política y valores*, 8(3), 00016. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000200016&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000200016&script=sci_abstract)

- Cutipa-Limache, A., Escobar-Mamani, F., Anchapuri, M. y Valreymond-Tacora, D. (2021). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil. *Revista EAN*, (89). <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2848>
- Estévez-Torres, A., Megna-Alicio, A., Lara, G. y Valencia, L. (2024). Capacidades tecnológicas y ventajas competitivas, análisis bibliométrico. *Ingeniería Industrial*, (46), 243-258. <http://dx.doi.org/10.26439/ing.ind2024.n046.6878>
- Ferrer-Guerra, J., López-Medrano, J. y Guerrero-Barrón, A. (2023). Propensión de clientes en mercados populares para el comercio digital. *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*, 19(1), 67-89. <https://doi.org/10.46443/catyp.v19i1.321>
- Fong, C., Flores, K. y Cardoza, L. (2017). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. *Nova Scientia*, 9(19), 411-440. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-07052017000200411](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052017000200411)
- Gargate, S. (2022). La planificación estratégica y la competitividad en las empresas del sector transporte interprovincial terrestre de pasajeros de Lima ,2021. *Industria Data*, 25(2), 55-70. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1810-99932022000200055](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-99932022000200055)
- Garay, R. (2020). *Planeamiento estratégico y competitividad de la empresa Espinoza Contratistas Generales S.A.-Escogesa-Huancavelica, 2019*. [Tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias E Informática, Perú]. [https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/145/T-GARAY\\_DUENAS\\_ROBER.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/145/T-GARAY_DUENAS_ROBER.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García, J., Tumbajulca, I. y Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción*, 12(2), 99-110. <http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez.%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Huerta-Estévez, A. y Andrade-Estrada, M. (2022). Responsabilidad social empresarial en la misión, visión y valores de las principales empresas de México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 31(57), e211109. <https://doi.org/10.24836/es.v31i57.1109>
- Jiménez, M. (2023). *Planificación estratégica y la competitividad en los comerciantes del mercado Ciudad de Dios, Ica, 2021*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/7910>
- Lara, J. y Cervantes, F. (2022). Identificación de ventajas competitivas para las pymes mexicanas en los mercados emergentes: resultados de un estudio bibliométrico. *The Anáhuac Journal*, 22(1), 36-65. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2022v22n1.02>
- Liu, X. y García, J. (2021). El XIV Plan Quinquenal 2021-2025: reto para el nuevo modelo de desarrollo económico de China. *México y la Cuenca del Pacífico*, 10(30), 57-81. <https://doi.org/10.32870/mycp.v10i30.742>
- Loor-Rodríguez, B., Veliz, D., Carranza, C. y Márquez, Y. (2024). Educación financiera para el desarrollo económico del sector artesanal de madera, Chone, Ecuador. *Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 6(10), 75-93.
- López, E., González, E. y Morales, A. (2023). Fomento de creatividad y pensamiento creativo como innovación de la educación superior. *Zincografía*, 7(13), 161-185. <https://doi.org/10.32870/zcr.v7i13.197>
- López, Y., Arvizu, E., Asiain, A., Mayett, Y. y Martínez, J. (2018). Análisis competitivo de la actividad productiva de la malanga: un enfoque basado en la teoría de Michael Porter. *RIDE. Revista*

- Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 729-763. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.366>
- Nel, R., Guillermo, W. y Buitrago, J. (2022). Las teorías de la competitividad: una síntesis. *Revista Republicana*, (31), 119-144. <https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a110>
- Ortega, F. (2021). *Plan estratégico para mejorar la competitividad de la empresa fábrica textil, Fabric Import SAC., 2020*. [Tesis de grado, Universidad Tecnológica del Perú, Perú]. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5708/F.Ortega\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5708/F.Ortega_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Osada, J. y Salvador-Carrillo, J. (2021). Estudios “descriptivos correlacionales”: ¿término correcto? *Revista Médica de Chile*, 149(9), 1383-1384. <http://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872021000901383>
- Palacios, M. (2020). Planeación estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 11(2), 2756. <http://dx.doi.org/10.22458/rna.v11i2.2756>
- Paredes, E. (2022). *Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la provincia de Ica, en el periodo 2019-2020*. [Tesis de grado, Universidad Nacional San Luis Gonzaga, Perú]. <https://repositorio.unica.edu.pe/server/api/core/bitstreams/67b92770-2a4d-4a79-b60c-7000a70230a2/content>
- Pérez, J. (2023). Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la etapa evolutiva del Proyecto Educativo Institucional. *EduSol*, 23(83), 1-13. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1729-80912023000200001](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-80912023000200001)
- Quispe, R., Franco, V., Paredes, Y. y Mendoza, K. (2024). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en instituciones educativas públicas. *Aula Virtual*, 5(12), e281. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11062702>

- Ramos (2023). La investigación básica como propuesta de línea de investigación en psicología. *Revista de Investigación Psicológica*, (30), 151-161. <https://doi.org/10.53287/wrtc9638pi23r>
- Reyes, A. (2019). Medición de la calidad de las estrategias financieras: el *Balanced Scorecard* y el valor agregado. *Cofín Habana*, 13(1). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612019000100016](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612019000100016)
- Roldán, C. (2020). *Diseño de un plan estratégico para mejorar la competitividad del banco de sangre Hospital Universitario Clínica San Rafael para los años 2020-2021*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia]. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/49615>
- Roy-García, I., Rivas-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, M. y Palacios-Cruz, L. (2020). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista Alergia México*, 66(3), 354-360. <https://doi.org/10.29262/ram.v66i3.651>
- Salazar, Y. (2020). *Plan estratégico para mejorar la competitividad en la Barra cevichería Ají Limo, Jaén, 2019*. [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán, Perú]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7890/Salazar%20D%C3%ADaz%20Yenifer%20Yasmin.pdf?sequence=1>
- Sarmiento, Y. y Delgado, M. (2021). Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial. *Cofín Habana*, 15(2). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612021000200006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000200006)
- Sumalave, E. (2023). *Propuesta de un plan estratégico para mejorar la competitividad empresarial en una empresa de mantenimiento y servicios de ingeniería en la región Apurímac 2022-2024*. [Tesis de grado, Universidad Nacional De San Agustín de Arequipa, Perú]. <https://repositorio.unsa.edu.pe/items/80d248f8-63d8-43d2-9fb5-8da3621977c4>

- Ultreras-Rodríguez, A., Cervantes-Martínez, L., Olguín-Martínez, C: y Nieves-Lizárraga, D. (2025). Estrategias competitivas para el desarrollo de emprendimientos turísticos en Mazatlán, Estado de Sinaloa, México. *Gestio et Productio. Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 7(12). <https://doi.org/10.35381/gep.v7i12.270>
- Valle, R. & Vigo, J. (2024). *Planeamiento estratégico y su influencia en la competitividad de la empresa Calzados Shoes S.A.C.* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Trujillo, Perú]. <https://dspace.unitru.edu.pe/items/b728f7d8-76be-4a29-a66e-7c6609d1f543>
- Zurita-Cruz, J., Márquez-González, H., Miranda-Novales, G. y Villasís-Keever, M. (2018). Estudios experimentales: diseños de investigación de intervenciones en la clínica. *Revista Alergia México*, 65(2), 178-186. <https://doi.org/10.29262/ram.v65i2.376>

# **ANEXOS**

### Anexo 01: Matriz de consistencia

**Título:** Plan estratégico y competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025

**Responsable:** Aguirre Pérez Ronaldo Manuel

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el plan estratégico y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?</p> <p><b>Problemas específicos P.E.1</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre las metas estratégicas y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?</p> <p><b>P.E.2</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmeccánica,</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>Objetivos específicos: O.E.1</b></p> <p>Determinar la relación entre las metas estratégicas y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>O.E.2</b></p> <p>Determinar la relación entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Existe relación significativa entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>Hipótesis específicas: H.E.1</b></p> <p>Existe relación significativa entre las metas estratégicas y la competitividad en la empresa metalmeccánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>H.E.2</b></p> <p>Existe relación significativa entre el análisis FODA organizacional y la competitividad en la empresa metalmeccánica,</p>	<p><b>Variable 1:</b></p> <p>Plan estratégico</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- D.1: Metas estratégicas</li> <li>- D.2: Análisis FODA organizacional</li> <li>- D.3: Diagnóstico estratégico</li> <li>- D.4: Elección de estrategias</li> <li>- D.5: implantación de la estrategia</li> </ul> <p><b>Variable 2:</b></p> <p>Competitividad</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- D.1: cliente-mercado</li> <li>- D.2: económico-financiero</li> <li>- D.3: técnico</li> <li>- D.4: medioambiente</li> <li>- D.5: social</li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Básico</p> <p><b>Nivel de Investigación:</b> No experimental</p> <p><b>Diseño:</b> Correlacional-de corte transversal</p> <p><b>Población:</b> Personal de producción, gerencia y administración de la empresa metalmeccánica (20)</p> <p><b>Muestra:</b> Personal de producción, gerencia y administración de la empresa metalmeccánica (20)</p> <p><b>Muestro:</b> Censal poblacional</p>

<p>Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?</p> <p><b>P.E.3</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?</p> <p><b>P.E.4</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?</p> <p><b>P.E.5</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025?</p>	<p>Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>O.E.3</b></p> <p>Determinar la relación entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>O.E.4</b></p> <p>Determinar la relación entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>O.E.5</b></p> <p>Determinar la relación entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p>	<p>Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>H.E.3</b></p> <p>Existe relación significativa entre el diagnóstico estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>H.E.4</b></p> <p>Existe relación significativa entre la elección de estrategias y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p> <p><b>H.E.5</b></p> <p>Existe relación significativa entre la implantación de la estrategia y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica, 2025.</p>		<p><b>Técnica e instrumentos:</b></p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionario</p> <p><b>Métodos de análisis de datos:</b> Estadística descriptiva e inferencial (SPSS V.26)</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos**  
**CUESTIONARIO**



UNIVERSIDAD  
**AUTÓNOMA**  
DE ICA

**PLAN ESTRATÉGICO Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA**  
**METALMECÁNICA, INGENIERÍA METÁLICA ORÉ S.A.C., PISCO, ICA, 2025**

**PRESENTACIÓN:**

Cordial saludo,

Se dota el siguiente cuestionario para dejar en evidencia la determinación de la relación entre el plan estratégico y la competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica en el año 2025.

**INSTRUCCIONES:**

Leer detalladamente los ítems del cuestionario y seleccione de acuerdo con su criterio con un número que está representado en la siguiente table. No dejar ítems vacíos.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indistinto	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**PLAN ESTRATÉGICO**

N°	Ítem	1	2	3	4	5
<b>Metas estratégicas</b>						
1	¿En la empresa se promueve constantemente el pensamiento estratégico entre los colaboradores?					
2	¿Se reconoce la necesidad de una adecuada planeación para alcanzar los objetivos organizacionales?					
3	¿Los modelos generales del proceso estratégico están claramente definidos y son conocidos por el personal?					

4	¿La planificación estratégica de la empresa está alineada con las metas de largo plazo?					
5	¿Existe una visión compartida sobre los objetivos estratégicos de la organización?					
<b>Análisis FODA organizacional</b>						
6	¿La empresa identifica claramente sus fortalezas internas?					
7	¿Se reconocen las oportunidades externas que pueden favorecer el crecimiento organizacional?					
8	¿Existe conciencia sobre las debilidades internas que limitan el desempeño de la empresa?					
9	¿Se identifican adecuadamente las amenazas del entorno que podrían afectar a la organización?					
10	¿El análisis FODA es utilizado como base para la toma de decisiones estratégicas?					
<b>Diagnóstico estratégico</b>						
11	¿Se realiza una evaluación constante de la competitividad de la empresa?					
12	¿La empresa cuenta con recursos y competencias organizacionales bien definidos?					
13	¿Se considera la arquitectura organizacional en el diagnóstico estratégico?					
14	¿Se analiza la cadena y el sistema de valor para identificar oportunidades de mejora?					
15	¿El diagnóstico estratégico es una práctica habitual para orientar decisiones?					
<b>Elección de estrategias</b>						
16	¿El proceso de toma de decisiones está claramente estructurado en todos los niveles?					
17	¿Se utilizan modelos de apoyo que facilitan la elección de estrategias?					
18	¿Las políticas de crecimiento están claramente establecidas y comunicadas al personal?					

19	¿Se aplican procesos de reestructuración organizacional cuando se considera necesario?					
20	¿La empresa adopta estrategias que responden a cambios del entorno?					
<b>Implantación de la estrategia</b>						
21	¿Existe alineación entre las estrategias formuladas y las acciones que se ejecutan?					
22	¿La visión periférica es considerada en la implementación de estrategias?					
23	¿Se fomenta el emprendimiento interno como parte de la implantación estratégica?					
24	¿La administración del desempeño organizacional se realiza de forma continua?					
25	¿Se establecen indicadores para evaluar la implantación de la estrategia?					

## CUESTIONARIO



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA

## PLAN ESTRATÉGICO Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA

**METALMECÁNICA, INGENIERÍA METÁLICA ORÉ S.A.C., PISCO, ICA, 2025**

### PRESENTACIÓN:

Cordial saludo,

Se dota el siguiente cuestionario para dejar en evidencia la determinación de la relación entre el plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C., Pisco, Ica en el año 2025.

### INSTRUCCIONES:

Leer detalladamente los ítems del cuestionario y seleccione de acuerdo con su criterio con un número que está representado en la siguiente table. No dejar ítems vacíos.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indistinto	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

### COMPETITIVIDAD

N°	Ítem	1	2	3	4	5
<b>Cliente-mercado</b>						
1	¿La empresa ofrece productos o servicios claramente diferenciados de la competencia?					
2	¿Se realiza una segmentación efectiva del mercado para atender a diferentes tipos de clientes?					
3	¿Las estrategias de mercado están orientadas a las necesidades específicas de cada segmento?					
4	¿La satisfacción del cliente es evaluada periódicamente para mejorar los servicios?					

5	¿Se aplican medidas correctivas ante niveles bajos de satisfacción del cliente?					
<b>Económico-financiero</b>						
6	¿La empresa posee un buen liderazgo en cuanto a control de costos frente a sus competidores?					
7	¿Se cuenta con una estructura de costos clara y bien administrada?					
8	¿Las decisiones de inversión se basan en análisis costo-beneficio y rentabilidad?					
9	¿Existen políticas claras para la optimización de recursos financieros?					
10	¿El rendimiento financiero de la empresa permite proyectar un crecimiento sostenible?					
<b>Técnico</b>						
11	¿La empresa se enfoca en crear valor a través de sus procesos operativos?					
12	¿Se utilizan indicadores operativos para monitorear el rendimiento técnico?					
13	¿Las tecnologías implementadas contribuyen al funcionamiento eficiente de la empresa?					
14	¿El funcionamiento interno permite alcanzar altos niveles de productividad?					
15	¿Se desarrollan constantemente mejoras técnicas en los procesos de producción?					
<b>Medioambiente</b>						
16	¿La empresa mantiene la continuidad de sus operaciones sin afectar el entorno?					
17	¿Se aplican políticas de diversificación para mejorar la sostenibilidad?					
18	¿La empresa es dinámica y se adapta rápidamente a los cambios del entorno ambiental?					
19	¿Existe una capacidad clara de acceso a tecnologías y recursos ecoeficientes?					

20	¿Se promueven prácticas ambientales responsables en todos los niveles de la empresa?					
<b>Social</b>						
21	¿Los servicios que brinda la empresa son tangibles y fácilmente perceptibles por el cliente?					
22	¿La empresa garantiza seguridad tanto en sus productos como en sus procesos?					
23	¿Se implementan acciones para lograr la fidelización de los clientes?					
24	¿La empresa mantiene relaciones sólidas con la comunidad y su entorno social?					
25	¿El comportamiento ético y la responsabilidad social forman parte de la cultura organizacional?					

### Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición



UNIVERSIDAD  
**AUTÓNOMA**  
DE ICA

#### INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: Plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C, Pisco, Ica, 2025.

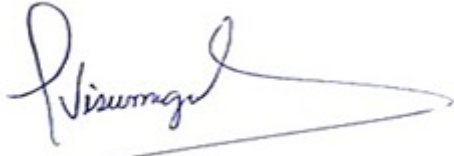
Nombre del Experto: Dr. Luis Antonio Visurraga Camargo

##### II. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	Cumple	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	Cumple	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	

##### III. OBSERVACIONES GENERALES

--

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Antonio Visurraga Camargo'. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke extending to the right.

---

Apellidos y Nombres del validador: Visurraga Camargo, Luis Antonio  
Grado académico: Doctorado  
N°. DNI: 20011640

## **INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

### **IV. DATOS GENERALES**

Título de la Investigación: Plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C, Pisco, Ica, 2025.

Nombre del Experto: Dr. Paulo César Callupe Cueva

### **V. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:**

<b>Aspectos Para Evaluar</b>	<b>Descripción:</b>	<b>Evaluación Cumple/ No cumple</b>	<b>Preguntas por corregir</b>
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	Cumple	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	Cumple	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	

### **VI. OBSERVACIONES GENERALES**

--



Apellidos y Nombres del validador: Callupe Cueva, Paulo César  
Grado académico: Doctorado  
N°. DNI: 42137798

## **INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

### **VII. DATOS GENERALES**

Título de la Investigación: Plan estratégico y competitividad en la empresa metalmecánica, Ingeniería Metálica Oré S.A.C, Pisco, Ica, 2025.

Nombre del Experto: Mg. Carolina Silvia Rosas Reynoso

### **VIII. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:**

<b>Aspectos Para Evaluar</b>	<b>Descripción:</b>	<b>Evaluación Cumple/ No cumple</b>	<b>Preguntas por corregir</b>
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	Cumple	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	Cumple	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	

### **IX. OBSERVACIONES GENERALES**

--



---

Apellidos y Nombres del validador: Rosas Reynoso, Carolina Silvia  
Grado académico: Magíster  
N°. DNI: 41281579

## Anexo 4: Base de datos

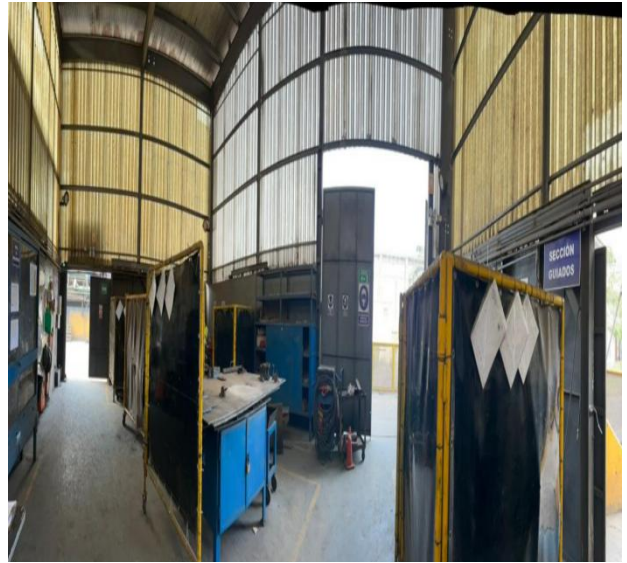
### Planificación estratégica

Variable 1: Plan estratégico																												Su ma V2	Bar emo V1							
D1: Metas estratégicas					Su ma D1	Bar emo D1	D2: Análisis FODA Organizacional					Su ma D2	Bar emo D2	D3: Diagnóstico estratégico					Su ma D3	Bar emo D3	D4: Elección de estrategias					Su ma D4	Bar emo D4			D5: Implantación de las estrategias					Su ma D5	Bar emo D5
í t e m 1	í t e m 2	í t e m 3	í t e m 4	í t e m 5			í t e m 6	í t e m 7	í t e m 8	í t e m 9	í t e m 10			í t e m 11	í t e m 12	í t e m 13	í t e m 14	í t e m 15			í t e m 16	í t e m 17	í t e m 18	í t e m 19	í t e m 20					í t e m 21	í t e m 22	í t e m 23	í t e m 24	í t e m 25		
3	3	1	5	5	17	3	2	3	2	2	3	12	1	2	2	2	2	3	11	1	3	2	1	2	3	11	2	3	1	1	2	2	9	1	60	2
2	2	1	5	5	15	2	3	3	1	2	2	11	1	3	3	2	3	3	14	2	2	4	3	4	4	17	2	4	2	5	2	2	15	2	72	2
3	3	1	5	5	17	2	1	1	1	5	2	10	1	2	2	1	2	2	9	1	3	3	1	2	3	12	1	3	3	5	3	3	17	2	65	2
2	3	3	5	5	18	2	1	1	1	5	1	9	1	1	1	1	5	2	10	1	5	1	1	1	3	11	1	1	3	5	1	1	11	1	59	2
3	2	1	5	5	16	2	1	4	1	5	1	12	1	1	1	1	5	1	9	1	5	3	1	1	1	11	1	4	3	4	4	3	18	2	66	2
3	2	5	2	5	17	2	4	4	1	5	4	18	2	2	3	1	5	2	13	2	5	2	1	1	2	11	1	5	1	5	1	2	14	2	73	2
3	3	5	2	5	18	2	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	5	5	25	3	5	3	2	2	3	15	2	3	3	3	3	4	16	2	99	3
2	3	5	2	2	14	2	1	2	2	3	2	10	1	5	1	5	5	5	21	3	5	3	5	3	3	19	3	5	3	1	1	2	12	1	76	2
4	3	5	3	1	16	2	5	5	5	4	5	24	3	5	4	1	4	4	18	2	3	2	5	2	3	15	2	5	1	1	1	5	13	2	86	2
5	5	5	3	2	20	3	5	1	1	1	2	10	1	5	5	5	5	5	25	3	2	1	5	2	1	11	1	5	2	2	2	5	16	2	82	2
2	3	3	3	3	14	2	5	1	1	2	2	11	1	5	5	5	5	5	25	3	3	2	5	2	2	14	2	3	1	2	1	5	12	1	76	2
3	3	2	5	3	16	2	5	2	2	2	1	12	1	5	2	5	3	3	18	2	4	4	5	4	4	21	3	1	1	2	5	5	14	2	81	2
3	2	1	5	2	13	2	5	4	3	3	3	18	2	3	1	5	1	2	12	1	3	3	3	2	1	12	1	3	3	1	5	5	17	2	72	2
4	1	1	5	4	15	2	5	1	1	3	2	12	1	3	3	5	2	1	14	2	1	1	1	1	5	9	1	2	3	1	5	3	14	2	64	2
3	2	1	5	3	14	2	3	1	1	1	2	8	1	4	4	4	2	2	16	2	1	2	2	3	5	13	2	2	3	1	5	1	12	1	63	2
3	3	3	5	3	17	2	2	2	1	1	2	8	1	3	3	4	1	3	14	2	1	1	1	1	5	9	1	2	1	2	5	1	11	1	59	2
2	3	1	5	3	14	2	2	2	2	2	3	11	1	2	2	1	1	1	7	1	5	5	5	5	5	25	3	3	4	3	3	4	17	2	74	2
2	1	1	5	3	12	1	3	3	3	2	3	14	2	3	1	3	3	3	13	2	2	2	1	2	5	12	1	3	3	1	3	3	13	2	64	2
2	1	1	2	3	9	1	4	3	1	1	3	12	1	2	2	1	1	2	8	1	4	4	4	2	3	17	2	2	1	1	1	1	6	1	52	1
3	4	3	2	3	15	2	2	2	1	2	2	9	1	3	3	2	2	3	13	2	2	2	2	2	10	1	5	5	5	5	5	25	1	72	2	

## Competitividad

Variable 2: Competitividad																																				
D1: Cliente-mercado					Su ma D1	Bare mo D1	D2: Económico-financiero					Su ma D2	Bare mo D2	D3: Técnico					Su ma D3	Bare mo D3	D4: Medioambiente					Su ma D4	Bare mo D4	D5: Social					Su ma D5	Bare mo D5	Su ma V1	Bare mo V2
íte m 1	íte m 2	íte m 3	íte m 4	íte m 5			íte m 6	íte m 7	íte m 8	íte m 9	íte m 10			íte m 11	íte m 12	íte m 13	íte m 14	íte m 15			íte m 16	íte m 17	íte m 18	íte m 19	íte m 20			íte m 21	íte m 22	íte m 23	íte m 24	íte m 25				
5	5	5	5	5	25	3	2	4	4	4	3	17	3	4	3	2	4	3	16	2	4	3	2	4	3	16	2	3	3	2	4	2	14	2	88	2
5	5	5	5	5	25	3	3	3	2	4	3	15	2	4	4	3	3	3	17	2	5	4	2	3	3	17	2	5	5	5	4	5	24	3	98	3
2	4	1	1	2	10	1	2	5	3	4	2	16	2	3	3	3	4	5	18	2	5	4	3	4	4	20	3	1	1	1	1	1	5	1	69	2
2	2	2	2	2	10	1	4	4	4	2	3	17	2	1	1	5	2	5	14	2	5	4	2	3	2	16	2	1	1	1	1	1	5	1	62	2
2	1	1	1	1	6	1	3	3	2	3	3	14	2	1	1	5	5	5	17	2	5	3	4	4	3	19	3	5	3	1	4	5	18	2	74	2
3	3	2	2	2	12	1	4	2	3	3	2	14	2	4	4	2	3	5	18	2	5	4	2	4	4	19	3	5	3	3	5	5	21	3	84	2
3	2	2	2	2	11	1	3	4	4	4	3	18	2	3	3	2	3	5	16	2	5	3	2	4	3	17	2	5	3	3	4	5	20	3	82	2
2	1	1	1	2	7	1	4	3	2	4	2	15	2	4	3	2	4	3	16	2	3	2	3	5	1	14	2	3	4	3	3	3	16	2	68	2
3	3	3	3	3	15	2	3	3	4	4	4	18	2	3	5	3	2	2	15	2	3	4	2	5	1	15	2	3	5	2	4	3	17	2	80	2
3	3	3	3	3	15	2	4	4	5	2	4	19	3	2	5	3	4	1	15	2	5	5	4	4	3	21	3	3	5	2	2	1	13	2	83	2
2	3	1	2	2	10	1	4	3	3	4	2	16	2	3	5	2	3	3	16	2	3	3	4	3	3	16	2	3	5	4	4	2	18	2	76	2
5	5	5	5	5	25	3	3	4	2	4	2	15	2	1	5	5	4	1	16	2	4	3	2	2	4	15	2	4	5	2	2	4	17	2	88	2
5	5	5	5	5	25	3	3	2	2	3	1	11	1	4	5	3	3	2	17	2	4	3	4	5	3	19	3	4	5	3	3	3	18	2	90	2
5	4	4	5	5	23	3	5	4	2	2	3	16	2	5	3	3	1	2	14	2	1	1	1	1	5	1	1	3	2	5	3	14	2	72	2	
5	5	5	5	5	25	3	4	2	1	3	2	12	1	2	2	3	3	2	12	1	3	3	3	5	3	17	2	3	2	4	5	3	17	2	83	2
2	2	1	1	3	9	1	3	4	3	2	2	14	2	3	3	2	3	2	13	2	5	5	5	5	25	3	4	4	2	5	4	19	3	80	2	
2	2	1	2	2	9	1	2	2	3	2	2	11	1	5	5	5	5	5	25	3	2	2	3	5	1	13	2	2	1	4	5	2	14	2	72	2
3	1	3	3	3	13	2	3	2	4	3	2	14	2	5	5	5	5	5	25	3	5	2	4	3	2	16	2	4	4	2	5	3	18	2	86	2
3	3	2	1	2	11	1	3	3	2	4	3	15	2	4	4	4	3	2	17	2	3	2	3	2	3	13	2	2	3	3	3	3	14	2	70	2
3	3	3	3	3	15	2	4	3	2	4	2	15	2	5	4	2	4	3	18	2	3	2	3	4	2	14	2	4	3	3	3	3	16	2	78	2

## Anexo 5: Evidencia fotográfica



## Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud



Página 1 de 100 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::3117:491121334

### 1756830730\_AguirrePerez\_Tesis\_Turnitin2.docx

 Universidad Autónoma de Ica

#### Detalles del documento

Identificador de la entrega  
trn:oid::3117:491121334

Fecha de entrega  
3 sep 2025, 8:17 a.m. GMT-5

Fecha de descarga  
3 sep 2025, 8:47 a.m. GMT-5

Nombre del archivo  
1756830730\_AguirrePerez\_Tesis\_Turnitin2.docx

Tamaño del archivo  
3.0 MB

94 páginas

17.970 palabras

100.219 caracteres



Página 1 de 100 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::3117:491121334




## 18% Similitud general

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

### Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

### Fuentes principales

- 17%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

### Fuentes principales

- 17% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 6% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	repositorio.autonomadeica.edu.pe	2%
2	Internet	idoc.pub	2%
3	Internet	es.scribd.com	2%
4	Internet	repositorio.cepal.org	1%
5	Internet	1library.co	<1%
6	Internet	hdl.handle.net	<1%
7	Internet	pdfcookie.com	<1%
8	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
9	Internet	documentop.com	<1%
10	Trabajos entregados	Universidad Tecnológica de los Andes on 2025-08-22	<1%
11	Internet	repositorio.autonoma.edu.pe	<1%

12	Internet	alicia.concytec.gob.pe	<1%
13	Internet	pdffox.com	<1%
14	Internet	tesis.ucsm.edu.pe	<1%
15	Trabajos entregados	Universidad Mariano Gálvez de Guatemala on 2025-08-31	<1%
16	Trabajos entregados	Universidad Autónoma de Ica on 2023-09-18	<1%
17	Internet	repositorio.unheval.edu.pe	<1%
18	Internet	ebin.pub	<1%
19	Internet	kupdf.net	<1%
20	Internet	pdfcoffee.com	<1%
21	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2024-07-08	<1%
22	Trabajos entregados	autonomadeica on 2024-04-25	<1%
23	Internet	repositorio.upci.edu.pe	<1%
24	Trabajos entregados	POSGRADO on 2025-08-17	<1%
25	Internet	repositorio.unica.edu.pe	<1%

26	Internet	repositorio.comillas.edu	<1%
27	Internet	www.aace.org.br	<1%
28	Trabajos entregados	Universidad Nacional Agraria de la Selva on 2025-07-23	<1%
29	Trabajos entregados	Universidad Ricardo Palma on 2024-02-01	<1%
30	Internet	nanopdf.com	<1%
31	Internet	repositorio.usmp.edu.pe	<1%
32	Trabajos entregados	Universidad TecMilenio on 2025-07-27	<1%
33	Trabajos entregados	Universidad Técnica De Cotopaxi on 2025-07-22	<1%
34	Trabajos entregados	University Center Cesar Ritz on 2008-09-24	<1%
35	Internet	patents.google.com	<1%
36	Internet	repository.javeriana.edu.co	<1%
37	Internet	vsip.info	<1%
38	Internet	repositorio.uwiener.edu.pe	<1%
39	Trabajos entregados	Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC on 2025-07-29	<1%

40	Trabajos entregados	Universidad Autónoma de Ica on 2023-01-11	<1%
41	Internet	kipdf.com	<1%
42	Internet	www.scribd.com	<1%
43	Internet	docero.tips	<1%
44	Internet	ekmair.ukma.edu.ua	<1%
45	Internet	repositorio.puce.edu.ec	<1%
46	Internet	zdocs.hu	<1%
47	Publicación	Salvatierra Baeza, Maria del Rosario. "Ensayo y experimentación para la aproxim..."	<1%
48	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2016-09-09	<1%
49	Internet	pdfslide.tips	<1%
50	Internet	repositorio.eesppjbtacna.edu.pe	<1%
51	Internet	repositorio.unfv.edu.pe	<1%
52	Internet	revistas.reduc.edu.cu	<1%
53	Internet	www.yumpu.com	<1%