



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Planeamiento estratégico y su influencia en el crecimiento
empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima – 2022.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Pichihua Quispe, Lisbeth (orcid.org/0000-0001-6739-7004)

Tintaya Illanes, Esmeralda (orcid.org/0000-0003-3157-0914)

ASESORA:

Dra. Calanchez Urribarri, Africa del Valle (orcid.org/0000-0002-9246-9927)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

Esto va dedicado principalmente a dios por la fuerza invaluable por seguir adelante, y a mi padre Felipe Pichihua Palomino quien ha creído en mí siempre, dándome el ejemplo de superación, humildad y sacrificio y a valorar todo lo que tengo y quien ha contribuido a alcanzar este primer logro en mi vida.

Lisbeth Pichihua.

Dedico esta tesis con todo mi amor: a Dios quien inspiro mi espíritu para la realización de este estudio, por acompañarme en mis momentos malos y buenos siempre está conmigo, y bendición para alcanzar mis metas como persona porque ha sido un sustento para poder culminar mi carrera profesional.

De igual manera dedico este trabajo a mi Madre. Fabiana Illanes Challco por su apoyo forjando mi camino, por creer y confiar en mí, Dios te colme de bendiciones te amo. ¡Gracias por Confiar en mí!

Esmeralda Tintaya.

Agradecimiento

Mi agradecimiento especial a mis padres y familia, porque son lo más importante que tengo en la vida, por ser siempre mis principales motivadores y los formadores de lo que soy como persona, sin ustedes y sus consejos, su amor y su cariño yo no habría llegado hasta donde estoy gracias por todo el apoyo.

Agradezco también a la Dra. África del valle calanchez Urribarri por su confianza, esfuerzo, dedicación y su guía en el desarrollo de este trabajo.

Lisbeth Pichihua.

Le agradezco a Dios por darme salud. Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera por darme las fuerzas necesarias para seguir con el trayecto de mi vida, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Agradezco a la Asesora Dra. Calanchez Urribarri, África del Valle. Por su valioso apoyo incondicional para realizar esta tesis de investigación.

Esmeralda Tintaya.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización de variables	11
3.3. Población, muestra.	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimientos	14
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN	23
VI. CONCLUSIONES	26
VII. RECOMENDACIONES	27
Referencias	30
Anexos	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Nivel de la variable planeamiento estratégico y sus dimensiones	16
Tabla 2 Nivel de la variable crecimiento económico y sus dimensiones	17
Tabla 3 Prueba de normalidad de la variable planeamiento estratégico y crecimiento económico	18
Tabla 4 Correlación de hipótesis de Spearman entre planeamiento estratégico y crecimiento empresarial	19
Tabla 5 Correlación de hipótesis de Spearman entre planeamiento estratégico y despliegue de recursos	20
Tabla 6 Correlación de hipótesis de Spearman entre planeamiento estratégico y expansión de mercado	21
Tabla 7 Correlación de hipótesis de Spearman entre planeamiento estratégico y diversificación	22

Resumen

La presente investigación se desarrolló con el objetivo de determinar el nivel de influencia entre planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022. La investigación fue cuantitativa, de tipo correlacional aplicada, de diseño no experimental, fue un estudio transversal de alcance correlacional, así mismo la investigación se apoyó en el método hipotético deductivo. La población de estudio estuvo conformada por 40 trabajadores de la empresa Wirove Plast E.I.R.L., la muestra empleada fue la censal. Para fines de recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta con su instrumento, el cuestionario. En cuanto a los resultados, se obtuvo que existe una influencia significativa positiva muy baja entre el planeamiento estratégico y crecimiento empresarial, debido al resultado de coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0,261, y el p-valor de significancia de $0,261 < 0,05$, por lo que se acepta la hipótesis alterna.

Palabras clave: planeamiento estratégico, crecimiento empresarial, trabajadores.

Abstract

The present investigation was developed with the objective of determining the level of influence between strategic planning and business growth in the entity Wirove Plast E.I.R.L, Lima - 2022. The investigation was quantitative of applied correlational type, of non-experimental design, it was a cross-sectional study of correlational scope, likewise the investigation was supported by the hypothetical deductive method. The study population consisted of 40 workers from the company Wirove Plast E.I.R.L, the sample used was the census. For data collection purposes, the survey technique was used with its instrument, the questionnaire. Regarding the results, it was obtained that there is a very low positive significant influence between strategic planning and business growth due to the result of Spearman's Rho correlation coefficient being 0.261, and the p-value of significance of $0.261 < 0.05$., so the alternative hypothesis is accepted.

Keywords: strategic approach, business growth, workers.

I. INTRODUCCIÓN

El planeamiento estratégico es importante para el desarrollo de una compañía; por tanto, se requiere de inversiones externas para la implementación de estrategias que conduzcan a la toma de decisiones. Entre las características principales se encuentra la: visión, misión, normas, metas, objetivos, valores, compañerismo, lineamientos de trabajos, corrección de los procesos y liderazgo. Se entiende que el planeamiento estratégico se enfoca en usar herramientas externas, donde se seleccionan las mejores opciones que puedan involucrar el desarrollo de las capacidades internas con la finalidad de cumplir las metas y la creación de valores (Ore et al.,2020).

A nivel internacional, se tiene el caso de Vargas et al.(2022) el cual menciona que los gobiernos han identificado en la elaboración de políticas públicas un instrumento para el crecimiento de las empresas, fundamentada para incentivar la competitividad. En los países de Latinoamérica a inicios del siglo XX y finales del 90, países como Ecuador, Colombia iniciaron la implementación del planeamiento estratégico donde exista la intervención del estado, el método de aplicación propone que exista el involucramiento de todo el personal, tanto de personas afectadas por el problema y aquellos que tiene la capacidad de solucionarlo.

Respecto al crecimiento empresarial, el estudio de Díaz et al.(2021) establece que la invención es el camino para lograr un crecimiento en las compañías de alimentos y bebidas, logrando una internacionalización de la compañía y la venta de sus productos, generando mayores ingresos económicos de esta manera se podrá defender el mercado nacional de empresas trasnacionales que quieran aprovechar los beneficios del estado. Las estadísticas indican que el 23,37% de estudios relacionados con el trabajo, demuestran que la innovación e inversión están asociados al crecimiento de la empresa.

A nivel nacional, en el Perú la planeación de estrategias no solo se enfoca en la definición de objetivos. Si no en las herramientas que permitan establecer la toma de decisiones cuando se trata de realizar cambios en pro de la compañía. Esto permitirá que la gerencia pueda reaccionar con mayor velocidad, logrando obtener beneficios y ventajas competitivas. Las cifras de los negocios en las compañías tuvieron un incremento del 25.2% durante el mes de abril, hubo un

aumento de casi seis cifras respecto al mes anterior, según el índice de cifra de negocios empresariales (ICNE).

Saldaña et al.(2020) menciona que las microempresas que tienen menor capacidad de planeamiento estratégico. Las empresas que tienen ingresos mayores a USD 450 MM, el 88% afirma que realizan una planeación estratégica, el 12% de las empresas hicieron un plan en los últimos 10 años. Para las empresas que tienen ingresos menores a 5 MM, solo un 72% lo realiza de forma regular, un 47% de macroempresas establecen estrategias a través de un proceso de integración y participación, por último, el 38% a través de capacitaciones.

Bajo la misma línea se tiene el estudio de Sánchez (2019) considera que los puntos determinantes en el crecimiento de las empresas de menor tamaño en Lima Norte, son las siguientes: aumento en las ventas, por ende, contratar más trabajadores, mejorar el ambiente de las instalaciones y ofrecer servicios o productos diversos.

A nivel local, dentro de la empresa Wirove Plast E.I.R.L., se ha observado que existe complicaciones para establecer objetivos, y los que existen se alcanzan como se esperaba al momento de planificarlos, desencadenando reacción negativa a la empresa, la falta de compromiso e inadecuado manejo de los procesos y los sistemas orientados a la ejecución de metas. De continuar con este problema, se podrá evidenciar problemas significativos en el crecimiento de la empresa, afectando en el desarrollo de la entidad, por tanto, se debe mejorar los lineamientos estratégicos para lograr una misión, visión y valores dentro de los trabajadores, así mismo deberá existir una implementación de metas los cuales deberán tener un constante seguimiento y control.

Luego de identificar, ambas variables para el desarrollo de la presente investigación se procedió a formular el problema general: ¿Determinar la influencia entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022?; y los problemas específicos, i) ¿Cuál es la influencia del planeamiento estratégico en el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022?; ii) ¿Cómo influye el planeamiento estratégico en la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima -

2022?; iii) ¿Cómo influye el planeamiento estratégico en la diversificación de la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022?

Respecto a la justificación teórica, se dio la debida relevancia a la búsqueda de información y teorías que conduzcan la visualización e importancia que tiene la planeación estratégica para incrementar el crecimiento de la empresa, haciendo uso de artículos especializados en el tema. La segunda justificación es la práctica, donde se obtuvo resultados, que permitió la construcción de un diagnóstico concerniente a las variables y población de estudio, donde se obtendrá conocimientos de la planeación y el crecimiento empresarial en la empresa, para luego poder elaborar estrategias que permitan incrementar las variables en menciones, la última justificación metodológica, ya que, se usarán técnicas de recolección de datos, encuestas e instrumentos, pruebas de confiabilidad e hipótesis ayuden a dar respuesta a los objetivos fijados.

Se estableció el objetivo general, que consistió en: determinar el nivel de influencia entre planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.; los objetivos específicos son; i) Identificar el nivel de influencia del planeamiento estratégico en el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.; ii) Establecer el nivel de influencia del planeamiento estratégico en la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.; iii) Establecer el nivel de influencia del planeamiento estratégico en la diversificación de la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.

Como último paso se establecieron la hipótesis general: existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.; y como hipótesis específicas fueron i) Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022. ii) Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022. iii) Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la diversificación en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional, el estudio de Ormaza y Guerrero (2021), que tuvo como objetivo determinar la conectividad entre la administración de calidad y el éxito empresarial, para lo cual se empleó la metodología de nivel descriptiva, correlacional y de tipo aplicada, para la aplicación de los instrumentos se utilizaron encuestas estructuradas con preguntas cerradas. Los resultados demuestran que el rendimiento empresarial es del 33.3%, la calidad 10.3% sistema de gestión 9.06%, implementación de la gestión 9.06%, mejora continua 7,12% y la cultura organizacional del 3.56%. Se concluye en que la administración de calidad ha llegado a transformarse en un elemento importante en el éxito empresarial, lo que a su vez se considera una práctica recurrente en el crecimiento de dichas entidades.

La investigación de Lara y Jumbo (2021) contempló como finalidad realizar el planeamiento estratégico para una entidad. La metodología fue aplicada, descriptiva, enfoque mixto, porque se utilizaron encuestas y entrevistas de método hipotético deductivo, la población fueron 195 clientes de la empresa. Los resultados demuestran que el 70,8% de los usuarios considera estar muy satisfecho respecto al producto o atención prestada y el 29,2% tiene un nivel de satisfacción medio, 57,95% de encuestados está muy satisfecho con la calidad, 74,9% de los clientes ya ha recomendado la atención o servicio de la entidad, se concluye con que la planificación de forma estratégica aporta al nivel de competitividad de una organización, ya que comprende un proceso que abarca mucho más allá de solo definir la finalidad de la labor realizada.

El estudio de Manchini (2020) que tuvo como objetivo elaborar un planeamiento estratégico para un negocio, cuya razón social es Don Luis S. H. La metodología fue aplicada, descriptiva y propositiva. Los resultados son: en primera instancia se logró cambiar el sistema organizacional, con la realización de un organigrama nuevo; donde se determinaron los cargos y labores a realizar por cada miembro. Después, se introdujo el líder coach, a manera de acompañamiento, lo cual fue direccionado por un integrante de recursos humanos y la implementación de capacitaciones exteriores. Con la finalidad de profesionalizar la administración de la entidad y mejorar la comunicación. Se concluye que, para conseguir mayor

eficiencia de créditos, mantener a la organización en el mercado del ámbito agrario y pecuario, favorecer el éxito de la entidad, se debe emprender una explotación conjunta y exponencial.

La investigación de Sánchez (2018) planteó la finalidad de determinar las particularidades más importantes de la administración de calidad, empleando el plan estratégico, en microempresas y pequeñas empresas. La metodología estuvo bajo el enfoque cuantitativo, diseño transaccional, nivel descriptivo; la población fueron 35 colaboradores de pequeñas empresas y microempresas. Los resultados evidencian que el 28.57% de colaboradores nunca hace una evaluación FODA con el objeto de realizar un plan estratégico, mientras que el 51.43% afirma que hace un análisis de manera regular estableciendo estrategias, finalmente el 40% indica que a veces se realizan acciones correctivas dentro del marco estratégico posterior a una evaluación. Se concluye que las empresas, respecto a la administración de calidad, casi siempre diseñan las metas y determinan elementos para introducir procedimientos, previa medición del nivel de eficacia, de manera que puedan ser evaluadas y se determinen mejoras a nivel administrativo.

A nivel nacional, el estudio de Castro (2019), estableció como finalidad saber la relación del financiamiento y el éxito en una empresa de Lima, su estudio aplicó la metodología siguiente: tipo básica, enfoque cuantitativo, el diseño no probabilístico, los colaboradores que conformaron el estudio son 100 trabajadores de distintas entidades. Los resultados evidencian que el crecimiento de la empresa está sujeta al número de trabajadores, donde el 60% menciona que sí, y el 40% no, diversidad de productos, el 66% está de acuerdo y el 21% totalmente de acuerdo, mejora en las instalaciones el 55% totalmente de acuerdo. Se concluye que las fuentes financieras inciden de forma positiva en el éxito de las empresas y Mypes. Donde el 80% indica que las fuentes de financiamiento siempre inciden positivamente en el éxito de la entidad, el 6% indica que ello sucede casi siempre.

La investigación de Chang y Villegas (2020) tuvo como objetivo conocer el plan estratégico fundamentado en Mypes para impulsar su éxito. La metodología de investigación fue analítica y descriptiva. Los resultados evidencian el interés constante para el mejoramiento de la planificación, de manera que los

empresarios logren desenvolverse adecuadamente en el mercado, considerando las tendencias y el enfoque, al igual que la incidencia de los datos, la conducta de las personas, el nivel de competitividad, los saberes y procedimientos en la entidad al aplicar una estrategia.

El estudio de Benavides (2021) aspira a delimitar la conectividad del plan estratégico y la administración de una empresa. La metodología fue enfocada cuantitativamente, no experimental, correlacional y de nivel descriptivo. Su población se considera 40 trabajadores. Los resultados demostraron la presencia de correlación significativa entre el planeamiento estratégico y la administración empresarial. Se concluye que el rho de Spearman fue de 0,829, del mismo modo el nivel de significancia fue de 0.000, motivo por el cual se admite la hipótesis alterna. Conforme a ello, la primera variable se conecta de manera eficiente en un 56.5% con la variable administración empresarial.

El estudio de Canales y Huahualuque (2019) he aquí bajo la finalidad de delimitar la conectividad entre la gestión administrativa y el texto en el ámbito empresarial; el estudio fue básico, se enmarcó en la metodología descriptiva, correlacional. La muestra fue determinada por 40 participantes, trabajadores de la empresa. Para ello, los resultados obtenidos demostraron que el crecimiento empresarial se da con una mejora continua, donde el 50% indica que es relevante, involucramiento el 45% menciona que es relevante, la competitividad el 17% es relevante. Se concluyó, con la afirmación de la conectividad entre las variables estudiadas, lo cual se determinó con el margen de error del 5%. Del mismo modo, se evidencia que la empresa tiene dificultad en aplicar de manera adecuada la gestión empresarial en función a los procesos comerciales a largo y mediano plazo, esto se ve traducido en un nivel bajo de éxito empresarial.

En cuanto al marco teórico se tiene la teoría de la Eficiencia que conforme a Zamora (2017) citando a Henry Fayol en 1916, emplea la administración desde el marco teórico clásico, donde se manifiesta como la sistematización es importante para lograr metas a nivel organizacional, está a su vez se rige bajo el lineamiento de Taylor, que rechaza la eficacia individualista, dándole importancia al trabajo en equipo y eficacia grupal. Del mismo modo, en el año 1932, se habla de la teoría de las relaciones humanas, investigada ampliamente por Elton Mayo, este autor da importancia a las redes y lazos sociales para el crecimiento de una

organización. En consecuencia, el marketing digital se traduciría en un elemento imprescindible dentro de la era digital, que articula a la empresa con sus usuarios.

Se tomó como referente la teoría del valor, el cual hace mención que al valor que se le da a un objeto que tenga un uso, Morris Morris, (1996) cita a Garcia y Jiménez (2016) donde ambos consideran que el valor, es la. Interpretación simbólica que le dan las personas, por otro lado, el precio tiende a ser objetivo y subjetivo, es decir desde el punto de vista del vendedor y del consumidor.

Respecto a la variable planificación estratégica, se consideró al teórico Chiavenato (2016), considera que la preparación estratégica o planificación, es un procedimiento que se emplea para realizar estrategias organizativas anteriormente preparadas para implementarlas considerando el contexto y los objetivos institucionales. Otro teórico importante es Steiner (1997) quien menciona que la planificación en el ámbito estratégico es un procedimiento que inicia con la ejecución de objetivos de una entidad, determinando estrategias y políticas para alcanzar tales objetivos, así también genera pasos particulares que resguardan la implementación eficaz de las estrategias para lograr las metas deseadas.

La definición de planificación estratégica, según Sains (2017) indica que es un instrumento empleado por los altos directivos de una empresa para recoger opiniones estratégicas empresariales y adaptarlas a su contexto, considerando como punto de partida la proyección de metas a alcanzar en los próximos 3 años, con el objeto de producir una entidad con mayor competitividad enfocada en la satisfacción de los grupos interesados. El planeamiento en estrategia viene a ser uno de los instrumentos más empleados en el ámbito empresarial, sus orígenes abarcan mediados del siglo XX, con el paso del tiempo se ha vuelto más eficiente, de manera que produce diferentes contribuciones a los estudios nuevos en el ámbito empresarial.

Bajo la misma línea se tiene la definición de Díaz (2020) quien menciona que la planificación estratégica es una herramienta que motiva el logro de metas empresariales, así como vela por el cumplimiento de la visión de la entidad a largo plazo. Así mismo, mención que el planeamiento estratégico vienen a ser un documento producto de la estrategia empresarial, la cual es empleada para informar a la entidad los objetivos, el procedimiento para alcanzar las metas trazadas y el total de elementos importantes para lograr dichas metas.

Duran (2021) indica que la planificación estratégica es una responsabilidad importante asignada a la planificación estratégica el motivar y aportar en la actualización de la administración pública y su diseño organizacional, a través de directivas que tienen la meta de integrar los objetivos específicos, en función a la guía del proyecto nacional. La planificación estratégica, comprende transformar la información a la acción, a través de estrategias, planes y políticas las cuales deben ser adecuadas para los individuos y las entidades de origen.

Por último, Asadzadeh et al. (2022) afirman que la planeación estratégica es la primacía para la estrategia dentro de las instituciones, por tanto, estará de acuerdo al objetivo de la economía, con la finalidad de poder obtener mayores ingresos. Consiste en realizar un programa efectivo y eficaz en contribución a las tareas innovación e investigaciones, las cuales se enfocan en la fiabilidad y honradez de cada actividad de forma independiente de la política actual.

Las dimensiones de planeamiento estratégico son: Lineamientos estratégicos, según Sanz et al.(2020) son elementos que se encuentran dentro de las estrategias de una organización, tiene como finalidad alinear el comportamiento de los trabajadores guiándose hacia un mismo objetivo.

La segunda dimensión implementación para el autor Fajardo y Alger (2020) consiste en poner en marcha y ejecución los procedimientos que permitirá alcanzar los fines de la institución, para la obtención de ingresos económicos constantes.

La tercera dimensión, seguimiento y control, para Cetys (2020) se basa en el análisis y evaluación de los resultados obtenidos en la planeación del proyecto, donde se comprobará la correcta ejecución y en caso de que existan errores serán levantadas para la correcta aplicación.

Para la segunda variable crecimiento empresarial se tomó como referente al teórico, Santos (1998) considera que el éxito organizacional permite enfocar los medios que la empresa posee de forma que estas puedan ser aprovechadas óptimamente en el campo empresarial y de mercado, imponiendo una imagen de características únicas frente al resto. Ello con el objetivo de mantenerse en carrera con las empresas más competitivas de su sector. Porter (1990) indica que el rol de las estrategias es ampliamente definido, pero debe resumirse en una

herramienta que permite a la empresa desarrollar sus capacidades elementales para eliminar todo factor que dificulte el logro de metas.

Kotler (2015) menciona que el crecimiento empresarial, es un proceso acelerado donde las empresas deben considerar dos elementos imprescindibles, comprendidas en reducir los costos, a la vez que se crece, por ello se hace necesario ejecutar estrategias de crecimiento, este autor considera ocho estrategias las cuales son: el crecimiento incrementando la cuota del ámbito mercantil, en el crecimiento se debe fomentar la fidelidad de los usuarios, y demás stakeholders; el crecimiento considerando una marca buena, el crecimiento va de la mano con la innovación, el crecimiento a nivel internacional, el crecimiento considerando fusiones, adquisiciones y lazos.

Calderón et al. (2018) mencionan que crecimiento empresarial, comprende emprender a la vez un conjunto de medidas direccionadas a facilitar la estructura y organización a nivel interno en las entidades, formar redes cada vez más estructuradas, con líneas de mercancías y de mercado diversos. Es decir, considera unas ubicaciones geográficas dispersas y prácticas que inician desde las materias primas hasta la puesta en valor, distribución y llegada a los clientes. Del mismo modo, se planifican otros diseños de acción para solucionar dificultades del avance empresarial. Dicho crecimiento o éxito es produce el incremento de trabajadores, ingresos, utilidades, arquitectura o en el ámbito mercantil, lo que transforma las particularidades de la empresa a nivel económico y organizacional.

Correa (2017) menciona que el éxito empresarial o crecimiento, es la parte elemental del ámbito empresarial. Indica que existen muchas combinaciones estratégicas que contribuyen a la construcción de una empresa grande. Se puede tomar como ejemplo el incremento de canales distributivos o ventas con incremento vertical, los cuales están basados en el interés de clientes de la actualidad. Los resultados son reflejados a través del incremento de financiamiento, llamando la atención de accionistas que deseen invertir en dicho negocio. Lo cual es funcional, sin embargo, contempla la dificultad de ser lento, dando opción a los competidores de incrementar sus ventajas de competitividad.

Las dimensiones de crecimiento empresarial son: despliegue de recursos, el autor Mendoza et al. (2020), consiste en la reducción de recursos, sin afectar la

producción o servicios de la compañía, bajo esta premisa se considera que se tendrá trabajadores capacitados para afrontar posibles problemas dentro del estudio.

Segunda dimensión, expansión de mercado, el autor Content (2021), se aplica para que los mercados con limitado ingreso, puedan obtener mayores ingresos.

La tercera dimensión diversificación Content (2021), sucede cuando una empresa ofrece diferentes tipos de productos con la finalidad de conseguir nuevos clientes.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.3.1. Tipo

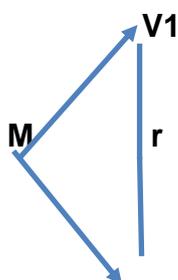
El tipo de investigación fue aplicada, ya que, tuvo como objetivo dar solución a un Fenómeno social, respondiendo a las hipótesis establecidas. Ramos et al. (2021) indican que la investigación aplicada se enfocó en dar alternativas para buscar la solución correcta al problema, para ello se hará uso de técnicas, encuestas, cuestionarios, fichas de recolección, serán aplicados dentro del contextos y población de estudio.

El enfoque de estudio fue cuantitativo, puesto que los resultados fueron plasmados a través de porcentajes, promedios y pruebas estadísticas. Flórez (2019) menciona que la investigación cuantitativa se enfoca en realizar la recopilación y análisis de datos.

3.3.2. Diseño

En cuanto al diseño, fue no experimental y transversal. Dzul (2015) no experimental porque no habrá manipulación durante la aplicación y recolección de la data. Hernández et al. (2018) conceptualizan el enfoque transversal como la obtención de información en un tiempo establecido. Correlacional porque se determinó la relación de ambas variables.

Representación esquemática:



V2

M = 40 trabajadores Wirove Plast E.I.R.L.

V1 = Planeamiento estratégico

V2 = Crecimiento empresarial

r = Relación entre las variables de estudio

El método de estudio fue hipotético-deductivo, porque se demostró la aceptación o rechazo de las hipótesis planteadas (Hernández, et al., 2018).

3.2. Variables y operacionalización de variables

En la investigación se utilizó la variable 1: planeamiento estratégico y variable 2: crecimiento empresarial. El autor Barcos (2016) plantea que la identificación de variables permite que se establezcan las características y formas de actuar de una determinada población.

3.2.1. Variable 1: planeamiento estratégico

Definición conceptual

Según Barra y Gómez (2014) indica que la planificación estratégica como el proceso que indica las acciones a emprender para conseguir los fines, teniendo en cuenta la posición competitiva relativa, y las previsiones e hipótesis sobre el futuro.

Definición operacional

Por tanto, el planeamiento estratégico son los procedimientos que permite a la institución alcanzar sus objetivos, se consideró las dimensiones siguientes: lineamientos estratégicos, implementación, seguimiento y control.

Indicadores

- Acciones estratégicas
- Áreas de desarrollo
- Mecanismo de articulación
- Planes generales y específicos
- Mapas estratégicos
- Objetivos

- Retroalimentación
- Metas y plazos.

Escala de medición

Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.

3.2.2. Variable: crecimiento empresarial

Definición conceptual

Arias (2022) indica que es el proceso que permite experimentar a una empresa en relación con rentabilidad, cantidad de clientes, calidad de producto y/o servicios, así como el posicionamiento de la marca.

Definición operacional

El crecimiento empresarial impulsa a una empresa para alcanzar sus fines con una adecuada planificación, se tomó las siguientes dimensiones: despliegue de recursos, expansión de mercados, diversificación.

Indicadores

- Utilización de recursos
- Ampliación de servicio
- Presupuesto
- Nuevas sedes
- Estudio de mercado
- Presupuesto
- Convenios
- Alianza estratégica
- Valor agregado.

Escala de medición

Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo.

3.3. Población, muestra.

Población

En lo que respecta a la población se trabajó con el personal de la empresa Wirove Plast E.I.R.L. que hacen un total de 40 trabajadores contratados. Arias et

al. (2016) consideran que una población se conforma por individuos que conviven dentro de una misma zona geográfica.

Muestra

Para la muestra se utilizó la muestra censal, por lo que se tomó a 40 trabajadores. Según López y Fachelli (2015) consiste en que el censo, se realiza cuando se toma en consideración toda la población de estudio para la aplicación de los instrumentos.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Como técnica, se empleó la encuesta, Carhuancho et al. (2019) mencionan que la encuesta, se emplea para la obtención de información, la cual será dada por un grupo de personas que comparten ideas, comportamientos y formas de actuar en una zona geográfica.

Concerniente a la variable, planeamiento estratégico y crecimiento empresarial de los trabajadores de la empresa Wirove Plast E.I.R.L se aplicó las encuestas para las variables, las cuales fueron elaboradas por las dimensiones e indicadores.

Instrumentos

El cuestionario fue el instrumento empleado, Lama et al. (2022), a través de este instrumento se logra obtener datos específicos que visualicen las deficiencias, comportamientos, conductas de la población en estudio.

La primera variable comunicación planeamiento estratégico se empleará el cuestionario que estará dividido por las dimensiones, las cuales responderán a las necesidades de la primera variable. Se aplicará la escala de Likert.

La segunda variable crecimiento empresarial se aplicará el cuestionario, el cual estará estructurado por las dimensiones, también se aplicará la escala de Likert.

Confiability del instrumento

El cuestionario que fue empleado, pasó por la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach, donde los resultados conseguidos se pudieron afirmar el nivel de confiabilidad de cada instrumento. Ruiz (2018) menciona que este tipo de prueba, permite al investigador conocer la confiabilidad de los cuestionarios usados. En el anexo 10 está el promedio de la variable planeamiento estratégico 0,748 y

crecimiento empresarial 0,841, la aplicación de dichos instrumentos fue en una población de 40 trabajadores, ambos instrumentos tuvieron una alta confiabilidad.

3.5. Procedimientos

Se inició con la identificación del problema, para luego identificar las variables en el contexto y población de estudio, asimismo se establecieron el problema general, objetivos e hipótesis que darán respuesta a cada una de las interrogantes. Para la construcción del marco teórico se realizó la búsqueda de información especializada, identificando las teorías, conceptos, definiciones que fueron de ayuda para comprender la magnitud del problema. Como segundo paso fue la elaboración de las preguntas por medio de los indicadores cuantificables, se utilizó la escala de Likert como método de respuesta para cada pregunta. Para la fiabilidad de dichos instrumentos se consultó a expertos, los cuales evaluaron y examinaron según los criterios fijados para los estudios científicos.

Rojas (2011) menciona que los procedimientos son una ruta que tiene como finalidad alcanzar los objetivos fijados en la investigación. El tercer paso, fue realizar una prueba piloto en una décima parte de la población total con el objetivo de conocer la confiabilidad de los instrumentos. Por último, se realizó a baseado de datos y tabulación en programa SPSS 25, para obtener los resultados descriptivos e inferenciales que dieron respuesta a cada objetivos y finalizar con las conclusiones.

3.6. Método de análisis de datos

Toda información que se obtuvo luego del acopio de datos, estuvieron sujetas bajo el método hipotético-deductivo, se refuta o aceptara las hipótesis. Cuando se finalizó la aplicación de los cuestionarios al personal de la empresa Wirove Plast E.I.R.L., se dio inicio a la tabulación de datos en el Excel 2018, donde se colocó un color distintivo a las dimensiones, y variables, se realizó la suma, al final se exportaron los datos el software IBM SPSS statistics versión 25, donde se realizó la estadística descriptiva y la prueba de normalidad e inferencial, se hizo el análisis e interpretación de cada tabla estadística.

Los resultados que se obtuvieron fueron serán de forma descriptiva, para Pulido (2015) afirma que este tipo de resultado, se dan en forma de frecuencias y

porcentajes, permitiendo ejecutar el análisis e interpretación respectiva. Para ello se realizó la baremación, donde se consideraron las siguientes escalas baja, mediana y alta para las variables de esta forma se logró identificar el nivel en el que se encuentran las dimensiones y variables.

El segundo paso fue realizar los resultados inferenciales, según Rodríguez (2022) menciona que las pruebas inferenciales permiten dar una respuesta a la hipótesis a través de pruebas estadísticas. Para la presente investigación se aplicó a la prueba de normalidad, de acuerdo a la cantidad de trabajadores se trabajó con el estadístico de kolmogorov – Smirnov, debido a los valores obtenidos se empleó la prueba no paramétrica de Rho de Spearman para la las hipótesis y conocer el nivel de correlación.

3.7. Aspectos éticos

Se tomó en consideración la normativa estipulada por la comisión de ética de la UCV, de acuerdo a la resolución N° 0262-2020/UCV, donde hace hincapié a respetar la privacidad e identidad de los trabajadores de la población de estudio de esta forma se cumplirá con las normas y guía metodológica de la UCV, se continuará con la aplicación de normas APA séptima edición. La obtención de resultados se dará de forma veraz sin la alteración de los datos, basándose en fe de la verdad y fiabilidad del estudio.

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivos

Tabla 1

Nivel de la variable planeamiento estratégico y sus dimensiones

Nivel	Variable		Dimensiones					
	Planeamiento estratégico		Lineamientos estratégicos		Implementación		Seguimiento y control	
	F	%	f	%	f	%	f	%
Baja	3	7.5%	6	15%	1	2.5%	1	2.5%
Mediana	36	90%	30	75%	29	72.5%	29	72.5%
Alta	1	2.5%	4	10%	10	25%	10	25%
Total	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%

Nota. Datos de los instrumentos de investigación aplicados

Interpretación en la tabla 1, concerniente a la variable planeamiento estratégico, se pudo obtener los siguientes resultados, donde el 7,5% indicó que tienen un nivel bajo de planeamiento estratégico, el 90% respondió que tienen planeamiento estratégico mediano, por último, con el 2,5% alto. Por lo tanto, se puede mencionar que dentro de la empresa Wirove Plast E.I.R.L., existe una mediana planeación.

Seguido de la dimensión lineamientos estratégicos, los trabajadores de la empresa Wirove Plast E.I.R.L., respondieron que 15% tiene un nivel bajo, el 75% mediano, con el menor promedio, el 10% presentó un nivel alto, por ende, en cuanto a los lineamientos estratégicos presentan dificultades afectando el cumplimiento de la misión y visión de la empresa.

Segundo, la dimensión implementación se logró obtener los siguientes promedios de respuesta, permitiendo conocer el nivel en el que se encuentra dicha dimensión, donde el 2,5% tiene un nivel bajo, el 72,5% un nivel mediano y el 25% un nivel alto.

Por último, la dimensión, seguimiento y control, los resultados fueron que el 2,5% tiene un nivel bajo, el 72,5% un nivel mediano, el 25% un nivel alto, siendo la percepción de los trabajadores de la empresa Wirove Plast E.I.R.L.

Tabla 2*Nivel de la variable crecimiento empresarial y sus dimensiones*

Nivel	Variable		Dimensiones					
	Crecimiento empresarial		Despliegue de recursos		Expansión de mercado		Diversificación	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Inicio			4	10%	4	10%	4	20%
Proceso	11	27.5%	30	75%	23	57.5%	16	40%
Logrado	29	72.5%	6	15%	13	32.5%	20	50%
Total	40	100%	40	100%	40	100%	40	100%

Nota. Datos de los instrumentos de investigación aplicados

Interpretación en la tabla 2, la variable crecimiento empresarial obtuvo los siguientes promedios de respuesta, el 27,5% respondió que la empresa Wirove Plast E.I.R.L. se encuentra en proceso de crecimiento empresarial, el 72,5% el mayor porcentaje de respuesta afirmó que tiene un nivel logrado en cuanto al crecimiento empresarial, en síntesis, dicha empresa tiene un desarrollo continuo, logrado conseguir un posicionamiento dentro del país.

Para el caso de la dimensión despliegue de recursos, el trabajador de la mencionada empresa afirmó que se encuentra en un 10% inicio respecto al despliegue de recursos, el 75% mencionó que está en proceso, el 15% ha logrado realizar un despliegue de recursos.

La dimensión expansión de mercado, obtuvo los siguientes promedios, donde el 10% indica que se encuentra en un inicio, el 57,5% en proceso, el 32,5% logrado, se entiende que la empresa Wirove Plast E.I.R.L. está en proceso de expansión con el propósito de abrir nuevas sucursales.

La última dimensión diversificación, el 20% indica que está en proceso, el 40% en proceso, el 50% ha logrado tener una diversificación en cuanto a la mercancía que ofrece a los clientes.

Prueba de normalidad

Se aplicó la prueba de normalidad, haciendo uso de prueba de Kolmogórov-Smirnov, según el número de la población de estudios y los parámetros dados, los cuales se encuentran en el anexo 9.

Tabla 3

Prueba de normalidad de la variable planeamiento estratégico y crecimiento empresarial

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Planeamiento estratégico	,368	40	,034
Crecimiento económico	,341	40	,024

Nota. Datos de los instrumentos de investigación aplicados

La tabla 3, se puede visualizar los promedios obtenidos en la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, este tipo de prueba estadística permitió identificar qué tipo de prueba se empleará para poder dar respuesta a las hipótesis establecidas, la variable planeamiento estratégico y crecimiento empresarial tienen los siguientes valores 0,034 y 0,024 siendo ambas menores al p valor de 0,05, se utilizó la prueba no paramétrica de Rho de Spearman de determinar el nivel de correlación.

Resultados inferenciales

Hipótesis general

H₁: Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.

H₀: No existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.

Regla de decisión:

Si el valor Sig. es < 0,05 se rechaza la hipótesis nula

Si el valor Sig. es > 0,05 se acepta la hipótesis nula

Tabla 4

Correlación de hipótesis de Spearman entre planeamiento estratégico y crecimiento empresarial

		Planeamiento o estratégico	Crecimiento empresarial	
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	1,000	,261	
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	40	40
	Crecimiento empresarial	,261	1,000	
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	40	40

Nota. Datos de los instrumentos de investigación aplicados

En la tabla 4, de acuerdo a la hipótesis general, se logró determinar que existe una relación entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial. Debido a que logró obtener una correlación de nivel positiva baja de 0,261, asimismo, se puede entender que un nivel de confianza del 26,1%. El siguiente valor que se consideró fue el sig., bilateral donde el valor fue de 0,004, por ende, es < al p valor asignado de 0,05, procediendo a aceptarse la hipótesis alterna, la cual indica que existe una relación positiva entre las variables, por tanto, se procedió a rechazar la hipótesis nula.

Hipótesis específica 1

H₁: Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.

H₀: No existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima – 2022.

Tabla 5

Correlación de hipótesis de Spearman entre planeamiento estratégico y despliegue de recursos

			Planeamiento estratégico	Despliegue de recursos
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coeficiente de correlación	1,000	,019
		Sig. (bilateral)	.	,007
		N	40	40
	Despliegue de recursos	Coeficiente de correlación	,019	1,000
		Sig. (bilateral)	,007	.
		N	40	40

Nota. Datos de los instrumentos de investigación aplicados

En la tabla 5, de acuerdo a la hipótesis específica primera, se logró determinar que existe una relación entre el planeamiento estratégico y despliegue de recursos. Debido a que logró obtener una correlación de nivel positiva baja de 0,019, asimismo, se puede entender que un nivel de confianza del 19%. El siguiente valor que se consideró fue el sig., bilateral, donde el valor fue de 0,007, por ende, es < al p valor asignado de 0,05, procediendo a aceptarse la hipótesis alterna, la cual indica que existe una relación positiva entre la variable y la dimensión, por tanto, se procedió a rechazar la hipótesis nula.

Hipótesis específica 2

H₁: Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.

H₀: No existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.

Tabla 6

Correlación de hipótesis de Spearman entre planeamiento estratégico y expansión de mercado

			Planeamiento estratégico	Expansión de mercado
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,174
		Sig. (bilateral)	.	,042
		N	40	40
	Expansión de Mercado	Coefficiente de correlación	,174	1,000
		Sig. (bilateral)	,042	.
		N	40	40

Nota. Datos de los instrumentos de investigación aplicados

En la tabla 6, de acuerdo a la hipótesis específica segunda, se logró determinar que existe una relación entre el planeamiento estratégico y expansión de mercado. Debido a que logró obtener una correlación de nivel positiva baja de 0,174, asimismo, se puede entender que un nivel de confianza del 17,4%. El siguiente valor que se consideró fue el sig., bilateral donde el valor fue de 0,042, por ende, es < al p valor asignado de 0,05, procediendo a aceptarse la hipótesis alterna, la cual indica que existe una relación positiva entre la variable y la dimensión, por tanto, se procedió a rechazar la hipótesis nula.

Hipótesis específica 3

H₁: Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la diversificación en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.

H₀: No existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la diversificación en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.

Tabla 7

Correlación de hipótesis de Spearman entre planeamiento estratégico y diversificación

			Planeamiento o estratégico	Diversificació n
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coeficiente de correlación	1,000	,340*
		Sig. (bilateral)	.	,032
		N	40	40
	Diversificació n	Coeficiente de correlación	,340*	1,000
		Sig. (bilateral)	,032	.
		N	40	40

Nota. Datos de los instrumentos de investigación aplicados

En la tabla 7, de acuerdo a la hipótesis específica segunda, se logró determinar que existe una relación entre el planeamiento estratégico y la diversificación. Debido a que logró obtener una correlación de nivel positiva regular de 0,340, asimismo, se puede entender que un nivel de confianza del 34%. El siguiente valor que se consideró fue el sig., bilateral donde el valor fue de 0,032, por ende, es < al p valor asignado de 0,05, procediendo a aceptarse la hipótesis alterna, la cual indica que existe una relación positiva entre la variable y la dimensión, por tanto, se procedió a rechazar la hipótesis nula.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación se logró obtener los siguientes datos descriptivos, para la variable planeamiento estratégico el 7,5% indicó que tiene un nivel bajo, seguido del 90% presentó un nivel mediano y el 2,5% un nivel alto, por ende, se puede entender que dentro de la empresa Wirove Plast E.I.R.L., presentó una planeación estratégica mediana durante el año 2022 según la percepción de los trabajadores, para la variable crecimiento empresarial los siguientes promedios fueron el 27,5% menciona que se siente en proceso, el 72,5% indicó que tiene un nivel logrado, se entiende que dicha empresa ha obtenido un crecimiento adecuado, beneficiando al personal como a la parte de gerencia. Para los resultados inferenciales se aplicó la prueba de normalidad, haciendo uso de la prueba de Kolmogórov-Smirnov, la cual no indicó según los datos obtenidos, realizar la prueba estadística no paramétrica de Rho de Spearman, ya que, el p el valor obtenido fue de menos 0,05.

Según el objetivo general, que consistió en determinar el nivel de influencia entre planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial, los datos obtenidos a través de la prueba no paramétrica de Rho de Spearman fue de 0,261, indicado que existe un nivel de correlación positiva baja entre ambas variables, asimismo el sig. Bilateral fue de 0,004, siendo menor al p valor de 0,05 se aceptó la hipótesis del investigador, por tanto, se afirma que el planeamiento estratégico puede contribuir al crecimiento de la empresa, beneficiándose tanto en la parte económica, logística, expansión y los trabajadores puedan contar con una estabilidad laboral dentro de la empresa.

De acuerdo al estudio de Benavides (2021) el resultado obtenido de la prueba de Rho de Spearman fue de 0,829, del mismo modo el nivel de significancia fue de 0.000, motivo por el cual se admite la hipótesis alterna. Conforme a ello, la primera variable se conecta de manera eficiente en un 56.5% con la variable administración empresarial, estos resultados guardan relación con el presente trabajo de investigación, por lo que, se entiende que el planeamiento estratégico, permite que las empresas puedan tener un mayor crecimiento constante.

Para el primer objetivo específico, se propuso identificar el nivel de influencia que tiene el planeamiento estratégico en el despliegue de recursos, el promedio obtenido en la prueba estadística no paramétrica fue de 0,019, presentado una correlación de nivel baja, también se pudo confirmar que el sig. Bilateral fue de 0,007 inferiores al margen de error preestablecido para la investigación, procediendo a rechazar la hipótesis nula y aceptando la alterna, para los datos descriptivos se obtuvo que el 10% se ubica en un nivel de inicio, el 75% en proceso y solo el 15% ha logrado un despliegue de recursos, se puede entender que el personal de la empresa donde se realizó la investigación se encuentra en proceso de realizar un correcto despliegue de recursos que pueda beneficiar a la gerencia como al personal administrativo y trabajadores.

El estudio de Castro (2019) presenta similitud con los resultados obtenidos en la presente investigación, donde el 80% indica que las fuentes de financiamiento siempre inciden positivamente en el éxito de la entidad, el 6% indica que ello sucede casi siempre. Sánchez (2018) concluye que las empresas, respecto a la administración de calidad, casi siempre diseñan las metas y determinan elementos para introducir procedimientos, previa medición del nivel de eficacia, de manera que puedan ser evaluadas y se determinen mejoras a nivel administrativo.

El segundo objetivo específico, fue establecer el nivel de influencia del planeamiento estratégico en la expansión de mercado, se obtuvo el resultado del sig. Bilateral de 0,042, siendo menor al p valor de 0,05, se aceptó la hipótesis del investigador, la cual afirma que existe una influencia positiva entre la variable y la dimensión del objetivo, en cuanto al coeficiente de correlación el resultado del Rho de Spearman fue de 0,174 teniendo un nivel positivo bajo, por lo tanto, se afirma que la variable presenta una influencia para contar con una expansión de mercado por parte de la empresa Wirove Plast E.I.R.L., los datos descriptivos son que el 10% de la dimensión expansión de mercado se encuentra en un inicio, seguido del 57,5% que está en proceso y el 32,5% a logrado, la empresa tiene proyectos para abrir nuevas sucursales en la región de Lima.

El estudio de Canales y Huahualuque (2019) presenta resultados parejos con la investigación debido a que el resultado obtenido se afirmó que la conectividad entre las variables estudiadas, lo cual se determinó con el margen de error del

5%. Del mismo modo se evidencia que la empresa tiene dificultad en aplicar de manera adecuada la gestión empresarial en función a los procesos comerciales a largo y mediano plazo, esto se ve traducido en un nivel bajo de éxito empresarial.

El tercer objetivo específico, consistió en establecer el nivel de influencia del planeamiento estratégico en la diversificación de la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima, se aplicó la prueba estadística de Rho de Spearman donde la correlación fue de 0,340, lo cual indica que existe una correlación positiva de nivel regular, el siguiente valor considerado fue el sig, bilateral que fue de 0,032 permitiendo aceptar la hipótesis del investigador debido a que el p valor fue de 0,05, los resultados descriptivos son que el 20% está en un inicio, el 40% en proceso, el 50% ha logrado conseguir una diversificación, por lo tanto, dicha empresa presenta una diversificación de productos de esta manera lograr satisfacer los requerimientos de los clientes que concurren a la tienda.

Lara y Jumbo (2021) los resultados obtenidos en la investigación guardan relación con la presente investigación, ya que, el 70,8% de los usuarios considera estar muy satisfecho respecto al producto o atención prestada y el 29,2% tiene un nivel de satisfacción medio, 57,95% de encuestados está muy satisfecho con la calidad, 74,9% de los clientes ya ha recomendado la atención o servicio de la entidad.

VI. CONCLUSIONES

Primera: La influencia entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial de acuerdo al resultado estadístico de Rho de Spearman se obtuvo un promedio de 0,261 el cual indica que existe una correlación positiva de nivel baja entre ambas variables.

Segunda: La influencia entre planeamiento estratégico sobre la dimensión despliegue de recursos, de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0,019, afirmando que existe una relación positiva baja entre la variable y la dimensión.

Tercera: La influencia entre el planeamiento estratégico y la expansión de mercado, el coeficiente de correlación obtuvo un promedio de 0,174 teniendo nivel positivo bajo de relación entre el planeamiento estratégico y expansión del mercado dentro de las instalaciones de la empresa Wirove Plast E.I.R.L.

Cuarta: La influencia entre el planeamiento estratégico y la diversificación de acuerdo al resultado estadístico de Rho de Spearman se obtuvo un valor de 0,340, afirmando que existe una relación de nivel positiva regular entre la variable planeamiento estratégico y la diversificación.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda al gerente de la empresa Wirove Plast, considerar nuevas estrategias de planeamiento estratégico, conocer el entorno, establecer misión, visión, metas y objetivos, involucramiento del personal para lograr un crecimiento empresarial continuó, con la finalidad de alcanzar las metas propuestas a inicio de cada año establecidas por la mesa directiva.

Segunda: Se recomienda a la gerencia de la mencionada empresa realizar un correcto despliegue de recursos equitativo: adecuado manejo de recursos y presupuesto para que el personal se vea beneficiado con capacitaciones tanto virtuales como presenciales que mejoren y fortifique el conocimiento de las tareas que realizan y lograr un desempeño laboral óptimo.

Tercera: Se recomienda al gerente de la empresa Wirove Plast, considerar nuevas estrategias de diversificación: convenios, alianzas para conseguir que la empresa pueda aperturar nuevas sucursales en la ciudad de Lima y posteriormente abrir nuevas oficinas en el interior del país.

Cuarta: Se recomienda a la empresa Wirove Plast, obtener nuevos productos, con el objetivo de ofrecer diferentes tipos de servicios y opciones a los clientes y de esta manera ampliar la cantidad de ingresos.

Referencias

- Arias, J., Villasis, M., & Miranda, M. (2016). The research protocol III. Study population. *Revista Alergia México*, 201-206.
- Arias, V. (2022). *Las microfinanzas y el crecimiento empresarial en entidades educativas privadas del Distrito de Carabaylo*. Lima: UCV.
- Asadzadeh, A., Mohammadzadeh, Z., Fathifar, Z., Jahangiri, M., & Rezae, P. (2022). A framework for information technology-based management against COVID-19 in Ira. *BMC Public Health*, 40-418.
- Barcos, M., & Guelmes, E. (2016). Some considerations about the variables in educational researches. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000100021
- Barra, M., & Gomez, N. (2014). The Relationship Between Strategic Plan Inputs and Their. A Case Study for the State Chilean Universities. *Actualidades Investigativas en Educación*, 1409-4703.
- Benavides, E. (2021). *Planeamiento estratégico y su relación con la gestión empresarial en Campos Pollería - Chiclayo 2021*. Lima: Universidad Señor de Sipán.
- Calderon, M., Pasaca, M., & Gallardo, N. (2018). Gestão administrativa e sua influência no crescimento dos negócios de empresas. *Polo de conhecimento*, 261-283.
- Canales, M., & Huahualuque, W. (2019). *Gestión administrativa y su Influencia en el crecimiento empresarial de LLANMAXXIS DEL PERÚ SAC*. Lima: Universidad Peruana de las Américas.
- Carhuacho, I., Nolzco, F., Sicheri, L., & Guerrero, M. (2019). *Metodología para la investigación holística*. UIDE.
- Castro, D. (2019). *Las fuentes de financiamiento y su repercusión en el crecimiento empresarial de las Mypes en Lima Norte*. PIRHUA. Obtenido de <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4188>
- Cetys, A. (2020). Seguimiento y control de la estrategia empresarial. *CETYS*, 12-30. Obtenido de <https://www.cetys.mx/educon/seguimiento-y-control-de-la-estrategia-empresarial/>.

- Chang, R., & Villegas, J. (2020). El Planeamiento Estratégico para el crecimiento de las pequeñas empresas. Lima: Universidad Tecnológica del Perú.
- Chiavenato, I. (2016). Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones. México: McGraw- Hill.
- Content , R. (2021). Cuando la expansión de mercado significa crecimiento sustentable. Rockconet. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/expansion-de-mercado/>
- Correa, E. (2017). Impact of management by competencies in business growth. Research journal innova, 88-98.
- Diaz, F., Melgarejo, Z., & Vera, M. (2021). Relationship between innovation and growth of SME in the food and beverage industry of Bogota, Colombia. Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación.
- Diaz, H. (2020). Strategic plan for prevention and restoration of values for the improvement of educational quality. Revista San Gregorio. doi:<https://doi.org/10.36097/rsan.v1i39.1135>
- Duran, K. (2021). Strategic planning in the organizational development of a peruvian Municipality. Revista Científica Searching de ciencias humanas y sociales, 59-79.
- Dzul, M. (2015). Aplicación básica de los métodos científicos . Estado de Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Fajardo, C., & Alger, J. (2020). Implementation Research: characteristics and opportunities for its practice. Revisión bibliográfica, 1.5. Obtenido de <http://www.bvs.hn/RMH/pdf/2019/pdf/Vol87-2-2019-10.pdf>
- Florez, F. (2019). Epistemic Fundamentals of Qualitative and Quantitative Research: Consensus and Dissensus. Revista digital de investigación en docencia universitaria. Obtenido de <https://orcid.org/0000-0002-0144-9892>
- Hernández, R., Fenández, C., & Baptista, P. (2018). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. (2015). Maneras de crecer. Madrid: LID.
- Lama, P., Zubiran, M., & Garcia, A. (2022). The Instruments of Scientific Research. Towards a Theoretical Platform that Clarifies and Gratifies.

Horizonte de la ciencia, 189-202. doi:
<https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.22.1078>

- Lara, T., & Jumbo, A. (2021). Plan estratégico financiero para la empresa GEPGSA “Grupo Empresarial GUARUMAL S.A.” ubicada en el cantón Chimbo provincia de Bolívar para el periodo 2021-2026. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- León, J. (2019). Business entrepreneurship and economic growth in Perú. *Estudios Gerenciales*. doi:<https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3331>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Manchini, S. (2020). Plan estratégico en la gestión organización con capacitación en el liderazgo. Cordobba: Universidad siglo 21.
- Mendoza, S., Rios, R., & Diaz, M. (2020). Optimizando el despliegue de recursos en el ataque a un incendio forestal: Un caso exitoso de la Investigación de Operaciones. *ResearchGate*, 1-5.
- Ore, H., Olortegui, E., & Ponce, D. (2020). Strategic planning as a management tool in companies: Bibliographic review. *Revista Pakamarus*, 31-44.
- Ormaza, M., & Guerrero, M. (2021). Quality Management and Business Growth: Bibliometric Analysis. *Revista Venezolana de Gerencia*, 1-13. doi:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa>
- Ortiz, C., Jiménez, D., & Cruz, G. (2019). The impact of infrastructure on economic growth in Colombia: a Smithian approach. *Lecturas de Economía*. doi:<https://doi.org/10.17533/udea.le.n90a04>
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Harvard Business Review.
- Pulido, M. (2015). The scientific study of ceremonial and protocol, from a public relations perspective, should be addressed from the epistemological basis of the social sciences through the proper use of research methods and techniques. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 1137-1156.

- Ramos, R., Viña, R., & Gutiérrez, N. (2021). Applied research in times of COVID-19. *Revista de la OFIL*. doi:<https://dx.doi.org/10.4321/s1699-714x2020000200003>
- Rojas, I. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: Una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de educar*, 277-297.
- Sainz, V. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: ESIC editorial.
- Saldaña, R., Rodríguez, N., & Cairo, V. (2020). Public policies and strategic planning in Peru. *Quipukamayoc*, 101–111. doi:<https://doi.org/10.15381/quipu.v28i57.18636>
- Sánchez, J. (2019). *Las fuentes de financiamiento y su repercusión en el crecimiento empresarial de las Mypes*. Lima: Universidad de Piura.
- Sánchez, R. (2018). *Gestión de calidad con el uso del planeamiento estratégico en las micro y pequeñas empresas*.
- Santos, G. (1998). *Estrategias de crecimiento*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Sanz, C., Garcia, J., Prieto, J., & Paz, A. (abril de 2020). Lineamientos estratégicos para fortalecer. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(2). doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28064146011>
- Steiner, G. (1997). *Planeación Estratégica*. México: CECOSA.
- Vargas, J., Barrantes, G., & Wong, L. (2022). Políticas públicas y desarrollo agrario en el Perú: Un enfoque de planeamiento estratégico. *Revista Latinoamericana de Difusión Científic*, 85-98. doi:<https://doi.org/10.38186/difcie.47.07>

ANEXOS

Anexo 01: Cuadro de operacionalización de las variables

Título: Planeamiento estratégico y su influencia en el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima – 2022.				
Variables	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Planeamiento estratégico	la planificación estratégica como el proceso que indica las acciones a emprender para conseguir los fines, teniendo en cuenta la posición competitiva relativa, y las previsiones e hipótesis sobre el futuro (Barra & Gómez, 2014)	Lineamientos estratégicos	Acciones estratégicas	Escala de Likert
			Áreas de desarrollo	
			Mecanismos de articulación	
		Implementación	Planes generales	
			Planes específicos	
			Mapas estratégicos	
		Seguimiento y control	Objetivos	
			Retroalimentación	
			Metas y plazos.	
Crecimiento empresarial	Es el proceso que permite experimentar a una empresa en relación a rentabilidad, cantidad de clientes, calidad de producto y/o servicios, así como el posicionamiento de la marca (Arias, 2022)	Despliegue de recursos	Utilización de recursos	Escala de Likert
			Ampliación de servicio	
			Presupuesto	
		Expansión de mercado	Nuevas sedes	
			Estudio de mercado	
		Diversificación	Convenios	
			Alianza estratégica	
			Valor agregado	

Anexo 02: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			Acciones estratégicas	
¿Determinar la influencia entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022?	Determinar el nivel de influencia entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.	<p>H₁ Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.</p> <p>H₀ No existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.</p>	Planeamiento estratégico	Lineamientos estratégicos	Áreas de desarrollo	
					Mecanismos de articulación	
				Implementación	Planes generales	
					Planes específicos	
					Mapas estratégicos	
				Seguimiento y control	Objetivos	
			Retroalimentación			
			Metas y plazos.			
			Crecimiento económico	Despliegue de recursos	Utilización de recursos	
					Ampliación de servicio	
					Presupuesto	
				Expansión de mercado	Nuevas sedes	
					Estudio de mercado	
Diversificación	Convenios					
	Alianza estratégica					
	Valor agregado					
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas				
¿Cuál es la influencia del planeamiento estratégico en el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima	Identificar el nivel de influencia del planeamiento estratégico en el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima	H₁ Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.				

- 2022?	- 2022.	H₀ No existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y el despliegue de recursos en la entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima - 2022.				
¿Cómo influye el planeamiento estratégico en la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022?	Establecer el nivel de influencia del planeamiento estratégico en la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.	H₁ Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima - 2022. H₀ No existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la expansión de mercado en la entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima - 2022.				
¿Cómo influye el planeamiento estratégico en la diversificación de la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022?	Establecer el nivel de influencia del planeamiento estratégico en la diversificación de la entidad Wirove Plast E.I.R.L., Lima - 2022.	H₁ Existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la diversificación en la entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima - 2022. H₀ No existe influencia positiva entre el planeamiento estratégico y la diversificación en la				

		entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima - 2022.				
--	--	---	--	--	--	--

Instrumentos de Recolección de Datos: Cuestionario N° 1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Planeamiento estratégico y su influencia en el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima – 2022.

MEDICIÓN: Planeamiento estratégico

Instrucciones: Por favor, usuario interno expresar su percepción en cada una de las preguntas siguientes, se guardará absoluta reserva de su identidad y contribuirá a fortalecer la investigación para efectos académicos.

Marque sus respuestas con las alternativas:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO		1	2	3	4	5
Dimensión: lineamientos estratégicos						
01	¿Considera que la empresa Wirove Plast establece objetivos para cumplir los planes de acción?					
02	¿Considera que se planifica las tareas que son asignadas a cada trabajador?					
03	¿La empresa Wirove Plast cuenta con mecanismos de articulación que permita asegurar una adecuada producción?					
04	¿Considera que conoce las metas a corto y largo plazo de la empresa?					
05	¿La empresa Wirove Plast establece lineamientos estratégicos?					
Dimensión: implementación						
06	¿La empresa Wirove Plast ha establecido planes generales que ordene y sistematice la información?					
07	¿La empresa Wirove Plast toma en consideración los planes específicos como metas, presupuesto, etc.?					
08	¿La empresa Wirove Plast elabora mapas estratégicos para identificar las causas y efectos de las metas?					
09	¿Considera que se invierte económicamente en la implementación de nuevos procesos?					
10	¿Las implementaciones realizadas se basan en alguna norma?					
Dimensión: seguimiento y control						
11	¿Se realiza un seguimiento semanal a los objetivos establecidos por la empresa?					
12	¿En la empresa Wirove Plast se realizan capacitaciones para mejorar la producción?					
13	¿Dentro de la empresa Wirove Plast se cumple con las metas y plazos establecidos para la entrega de trabajos?					
14	¿Existe un control de calidad de los productos?					
15	¿Se realizan procesos de capacitación al personal?					

Instrumentos de Recolección de Datos: Cuestionario N.º 2



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Planeamiento estratégico y su influencia en el crecimiento empresarial en la entidad Wirove Plast E.I.R.L, Lima – 2022.

MEDICIÓN: crecimiento empresarial

Instrucciones: Por favor, usuario interno expresar su percepción en cada una de las preguntas siguientes, se guardará absoluta reserva de su identidad y contribuirá a fortalecer la investigación para efectos académicos.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

CRECIMIENTO EMPRESARIAL		1	2	3	4	5
Dimensión: despliegue de recursos						
01	¿Considera que la empresa Wirove Plast utiliza recursos económicos para crecer empresarialmente?					
02	¿La empresa Wirove Plast ofrece diversos horarios para atraer más clientes y por ende contar con mayores ingresos?					
03	¿La Wirove Plast cuenta con un presupuesto para gastos extras o imprevistos?					
04	¿La empresa invierte en el reclutamiento y selección de personal calificado?					
05	¿La administración de la empresa realiza un despliegue de recursos adecuadamente?					
Dimensión: expansión de mercado						
06	¿Considera que la empresa Wirove Plast ha establecido nuevas sedes?					
07	¿Para la apertura de una sucursal se ha realizado un estudio de mercado?					
08	¿El estudio de mercado, le permite visualizar las necesidades que tienen los clientes y por tanto ofrecer estos productos?					
09	¿Considera que es adecuado abrir una sucursal en otra región?					
10	¿La empresa Wirove Plast tiene planes de expansión?					
Dimensión: diversificación						
11	¿La empresa Wirove Plast, tiene convenio con instituciones públicas y privadas para vender sus productos?					
12	¿Considera que la empresa Wirove Plast debe establecer estrategias con otras empresas?					
13	¿Se debe ofrecer un valor agregado al servicio o producto que ofrece la empresa Wirove Plast?					
14	¿Considera que se deben vender otros productos?					
15	¿La empresa Wirove Plast tiene una diversificación correcta?					

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo 5: Escala de valoración del coeficiente de Alpha de Cronbach

Rangos	Confiabilidad
➤ 0, 90	Excelente
0,80 a 0,90	Alta
0,70 a 0,80	Moderada
0,60 a 0,70	Baja
0,50 a 0,60	Muy baja
<0,05	Inaceptable

Nota. La tabla de escala de Alfa de Cronbach.

Anexo 6: Alpha de Cronbach para la primera variable

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,748	15

Nota. La tabla indica el resultado de la primera variable.

Anexo 7: Alpha de Cronbach para la segunda variable

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,841	15

Nota. La tabla indica el resultado de la segunda variable.

Anexo 8: Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. La tabla de rangos de correlación de Spearman.

Anexo 9. Prueba de normalidad

Para la interpretación de resultados obtenidos, a través de la prueba de normalidad, se debe tomar en consideración lo siguiente:

- Cuando se tiene una muestra $>$ a 30 personas, se recomienda que se aplique el estadístico de prueba Kolmogorov – Smirnova.
- Para el caso de la muestra sea $<$ a 30 personas, se recomienda utilizar la prueba de Shapiro-Wilk.

La presente investigación tiene como muestra a 40 trabajadores, por tanto, con base en el resultado, se tomará la prueba de Kolmogorov – Smirnova, ya que, el valor de significancia bilateral obtenida se explicará en las siguientes líneas.

- Si el p-valor es $\geq \alpha = 0.05$ en consecuencia, se debe aceptar H_0 , todos los datos provienen de una distribución normal.
- Si el p-valor es $< \alpha = 0.05$, entonces se debe aceptar H_1 , es decir, los datos no provienen de una distribución normal.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CALANCHEZ URRIBARRI AFRICA DEL VALLE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Planeamiento estratégico y su influencia en el crecimiento empresarial en la entidad

Wirove Plast E.I.R.L, Lima – 2022", cuyos autores son TINTAYA ILLANES ESMERALDA, PICHIHUA QUISPE LISBETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 21 de Marzo del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CALANCHEZ URRIBARRI AFRICA DEL VALLE CARNET EXT.: 005774548 ORCID: 0000-0002-9246-9927	Firmado electrónicamente por: DCALANCHEZBR el 21-03-2023 11:19:45

Código documento Trilce: TRI - 0537642