



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

TESIS

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE CAMBIO EN LA EMPRESA
SG3 PERÚ, VILLA EL SALVADOR - 2020

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

JOSE LUIS IGNACIO CORAHUA HORNA
ORCID: 0000-0003-2885-0675

ASESOR

DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE
ORCID: 0000-0003-0128-0123

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

DIRECCIÓN DE ORGANIZACIONES Y PERSONAS

LIMA, PERÚ, DICIEMBRE DE 2022



CC BY-ND

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

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Referencia bibliográfica

Corahua Horna, J. L. I. (2022). *Planeamiento estratégico y gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Jose Luis Ignacio Corahua Horna
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74729632
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-2885-0675
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40612463
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0128-0123
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40612463
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Pablo Enrique Cabral Byrne
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10280491
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Fernando Pedro Ruiz Guevara
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09576008
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Planeamiento estratégico y gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Dirección de organizaciones y personas
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Lima, el Jurado de Sustentación de Tesis conformado por: DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE quien lo preside y los miembros del Jurado MAG. PABLO ENRIQUE CABRAL BRYNE y MAG. FERNANDO RUIZ GUEVARA, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE CAMBIO EN LA EMPRESA
SG3 PERÚ, VILLA EL SALVADOR - 2020**


Presentado por el bachiller:

1) JOSE LUIS IGNACIO CORAHUA HORNA

Para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado, acuerdan:

APROBAR POR UNANIMIDAD


En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 19 de diciembre del 2022.



PRÉSIDENTE
DR. LUIS ALBERTO MARCELO
QUISPE



SECRETARIO
MAG. PABLO ENRIQUE CABRAL
BRYNE



VOCAL
MAG. FERNANDO RUIZ
GUEVARA

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE docente de la Facultad de CIENCIAS DE GESTIÓN y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

**"PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE CAMBIO EN LA EMPRESA
SG3 PERÚ, VILLA EL SALVADOR - 2020"**

del (de la, los) estudiante(s) JOSE LUIS IGNACIO CORAHUA HORNA constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin que se adjunta.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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 Autónoma del Perú.

Lima, 3 de marzo de 2023



(Firma)

DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

DNI: 40612463

DEDICATORIA

A mi madre, que toda su vida me ha brindado su apoyo incondicional y aconsejado a continuar con este largo camino, aunque partió hace un par de meses siempre estará conmigo guiándome.

AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento para el Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe, por la dedicación y paciencia que tuvo en la elaboración de esta tesis, otorgando su sabiduría y conocimientos en la materia, que siempre dispuso en brindar observaciones pertinentes para la mejora del presente trabajo, así como ideas innovadoras para mejorar mi investigación. Asimismo, agradecer también a las personas que laboran en la empresa SG3 PERÚ, especialmente al jefe de operaciones José Rafael Corahua Quispe, por haberme otorgado el apoyo correspondiente para llevar a cabo la presente tesis y así poder agilizar los procedimientos que estas conllevan.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 Realidad problemática	14
1.2 Justificación e importancia de la investigación	20
1.3 Objetivos de la investigación: general y específico	21
1.4 Limitaciones de la investigación	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de estudios	24
2.2 Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado	28
2.3 Definición conceptual de la terminología empleada	52
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Tipo y diseño de investigación	56
3.2 Población y muestra	57
3.3 Hipótesis	58
3.4 Variables – Operacionalización	59
3.5 Métodos y técnicas de investigación	61
3.6 Descripción de los instrumentos utilizados	62
3.7 Análisis estadístico e interpretación de los datos	65
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	
4.1 Validación del instrumento	68
4.2 Resultados descriptivos de las variables	70
4.3 Resultados descriptivos de las dimensiones	72
4.4 Resultados descriptivos de las variables relacionadas	79
4.5 Prueba de normalidad para la variable de estudio	80
4.6 Procedimientos correlacionales	80
CAPÍTULO V. DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Discusiones	86
5.2 Conclusiones	88

5.3 Recomendaciones 89

REFERENCIAS

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Población de colaboradores de empresa SG3 Perú
Tabla 2	Operacionalización de la variable planeamiento estratégico
Tabla 3	Operacionalización la variable gestión de cambio
Tabla 4	Escala de alfa de Cronbach
Tabla 5	Escala de correlación R de Pearson
Tabla 6	Resultados de validación del cuestionario de planeamiento estratégico
Tabla 7	Resultados de validación del cuestionario de gestión de cambio
Tabla 8	Análisis de fiabilidad del instrumento de planeamiento estratégico
Tabla 9	Análisis de fiabilidad del instrumento de la variable gestión de cambio
Tabla 10	Análisis descriptivo de la variable planeamiento estratégico
Tabla 11	Análisis descriptivo de variable gestión de cambio
Tabla 12	Análisis descriptivo de la dimensión formulación de estrategias
Tabla 13	Análisis descriptivo de la dimensión ejecución de estrategias
Tabla 14	Análisis descriptivo de la dimensión evaluación de estrategias
Tabla 15	Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la tecnología
Tabla 16	Análisis descriptivo de la dimensión cambios en los procesos
Tabla 17	Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la estrategia y estructura
Tabla 18	Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la cultura
Tabla 19	Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio
Tabla 20	Resultado de la prueba de normalidad de la variable gestión de cambio
Tabla 21	Resultado de correlación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio
Tabla 22	Resultado de correlación entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio
Tabla 23	Resultado de correlación entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio
Tabla 24	Resultado de correlación entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Análisis descriptivo de la variable planeamiento estratégico
- Figura 2 Análisis descriptivo de la variable gestión de cambio
- Figura 3 Análisis descriptivo de la dimensión formulación de estrategias
- Figura 4 Análisis descriptivo de la dimensión ejecución de estrategias
- Figura 5 Análisis descriptivo de la dimensión evaluación de estrategias
- Figura 6 Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la tecnología
- Figura 7 Análisis descriptivo de la dimensión cambios en los procesos
- Figura 8 Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la estrategia y estructura
- Figura 9 Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la cultura
- Figura 10 Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio
- Figura 11 Gráfico de dispersión de la variable planeamiento estratégico y gestión del cambio

**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE CAMBIO EN LA EMPRESA
SG3 PERÚ, VILLA EL SALVADOR – 2020**

JOSE LUIS IGNACIO CORAHUA HORNA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue establecer la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020. El tipo de investigación fue básico, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 30 colaboradores que se encuentran laborando en la empresa SG3 Perú. Las variables fueron medidas mediante dos cuestionarios compuestos por 27 ítems para la prueba de planeamiento estratégico y 36 ítems para la prueba de gestión del cambio. El instrumento fue validado por criterio de jueces quienes indicaron que son aplicables; asimismo los resultados de confiabilidad fueron de 0.975 para la prueba de planeamiento estratégico y 0.943 para la prueba de gestión de cambio. Los resultados adquiridos fueron satisfactorios ya que se encontró una correlación positiva alta entre las variables de estudio, demostrando mediante un coeficiente de correlación R de Pearson de 0,848, a un nivel de significancia de 0,000. Asimismo, se encontraron correlaciones altas entre las dimensiones de planeamiento estratégico y gestión de cambio según las consideraciones de los colaboradores de la Empresa SG3 Perú, Villa El Salvador – 2020.

Palabras clave: planeamiento, estratégico, gestión, cambio.

**STRATEGIC PLANNING AND CHANGE MANAGEMENT IN THE COMPANY SG3
PERÚ, VILLA EL SALVADOR - 2020**

JOSE LUIS IGNACIO CORAHUA HORNA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The objective of this study was to establish the relationship that exists between strategic planning and change management in the company SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020. The type of research is basic, correlational level, quantitative approach, non-experimental design and cutting. cross. The sample consisted of 30 employees who are working in the company SG3 Peru. The variables were measured through two questionnaires made up of 27 items for the strategic planning test and 36 items for the change management test. The instrument was validated by the criteria of judges who indicated that they are applicable; Likewise, the reliability results were 0.975 for the strategic planning test and 0.943 for the change management test. The results obtained were satisfactory since a high positive correlation was found between the study variables, demonstrated by a Pearson R correlation coefficient of 0.848, at a significance level of 0.000. Likewise, high correlations were found between the dimensions of strategic planning and change management according to the considerations of the collaborators of the Company SG3 Peru, Villa El Salvador - 2020.

Keywords: planning, strategic, management, change.

INTRODUCCIÓN

La investigación titulada *Planeamiento estratégico y gestión de cambio en la Empresa SG3 Perú, Villa El Salvador – 2020*, analiza cómo situación problemática la deficiente gestión que realiza el directorio al ejecutar las estrategitas a corto y mediano plazo de una forma precipitada, generando errores en sus funciones diarias. En ese sentido, se tiene la necesidad de mejorar aquellos problemas que se generan en el directorio y crear soluciones que sirvan de ayuda para mejorar las oportunidades y servicios, logrando que los administrativos puedan cumplir con sus objetivos. De igual manera lograr incrementar la eficiencia en el servicio, ya que los errores no siempre se logran corregir del todo. Por otro lado, para mejorar los objetivos, un factor importante es implementar nuevas herramientas y técnicas para realizar un buen proceso administrativo donde todo suceda con rapidez y se pueda generar grandes cambios positivos.

El análisis de la problemática permitió formular el siguiente problema de investigación ¿Qué relación existe entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020?

Asimismo, el objetivo que persigue la investigación es establecer el nivel de relación que presenta el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la Empresa SG3 Perú, Villa El Salvador – 2020.

La hipótesis alterna esta formulada en sentido de la verificación de la relación existente entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

De acuerdo con los resultados de la investigación, se verifica que la hipótesis se comprobó puesto que se encontraron evidencias suficientes que demuestran

existe una relación altamente significativa entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

La información que comprende la investigación se presenta en 5 capítulos que permiten una lectura organizada por parte de los lectores que tengan la predisposición de revisar este estudio.

En el capítulo I, se desarrolló el planteamiento del problema que comprendió el análisis de la realidad problemática que permitió formular los problemas de investigación, luego se desarrolló la justificación y pertinencia del desarrollo del estudio, asimismo, se desarrollaron los objetivos que persigue el estudio y se culminó con las limitaciones que se presentaron en el desarrollo de la investigación.

En el capítulo II, se desarrolló el marco teórico que comprendió la revisión sistemática de los estudios a nivel internacional como nacional que hayan sido realizados previamente sobre las variables de estudio, luego se desarrollaron las explicaciones teóricas que fundamentaron el desarrollo de las variables de estudio y culminando con las definiciones conceptuales de los términos empleados.

En el capítulo III, se desarrolló el marco metodológico que comprende el tipo y diseño de investigación, luego se identificó la población y la muestra de estudio, asimismo, se formuló la hipótesis de investigación, las variables y su operacionalización, posteriormente se plantearon los métodos y técnicas de la investigación, así como la descripción de instrumentos utilizados, finalmente se explica el análisis estadístico e interpretación de los datos a seguir para la prueba de hipótesis.

En el capítulo IV, se desarrolló el análisis e interpretación de los datos que comprendieron la validación y análisis de confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos, luego se desarrollaron los resultados descriptivos de las variables

y dimensiones, asimismo, se desarrollaron la prueba de normalidad de las variables de estudio y finalmente, se desarrollaron las pruebas de contrastación de hipótesis.

En el capítulo V, se desarrollaron las discusiones de los resultados, las conclusiones y las recomendaciones que se plantean a través de los objetivos planteados en la investigación.

Finalmente, se evidencian las referencias bibliográficas que se han utilizado en el transcurso de la realización de la investigación, así como los anexos considerados en la investigación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática

El plan estratégico es una herramienta fundamental para alcanzar los objetivos de una organización, mediante una gestión actual y abierta a nuevas posibilidades de solucionar problemas e identificar sus causas, para poder superarlas a través de estrategias planteadas y así alinearse en caso suceda algún imprevisto.

En un escenario mundial, se entiende que el planeamiento estratégico brinda las herramientas necesarias para alcanzar los objetivos de una empresa de manera más creativa e innovadora. Es importante conocer a profundidad sobre sus bases para poder encontrar las ventajas competitivas y diferentes con la organización. Por esta razón se debe tener muy en cuenta la misión, visión y valores de la empresa, ya que permite ser la guía en el proceso de identificación. En ese sentido, es muy importante tener en cuenta que, los objetivos del plan estratégico deben ser medibles, específicos y certeros, para cada organización dependiendo del rubro; trayendo consigo un alto beneficio para la empresa, ya que de esta manera se obtendrán colaboradores inquebrantables, dirigiéndose a los objetivos, para poner en evidencia el trabajo en equipo.

En un contexto internacional se considera el caso de España, que utilizan muy seguido dos tipos de objetivos, las estrategias financieras y las no financieras. El primer objetivo es donde se evalúa el desempeño de la organización en números, como ingresos, ganancias, pérdidas, utilidades, etc. y en el segundo caso, se refiere en que evalúan las relaciones de la organización con el segmento al que se dirige, los proveedores, clientes, entre otros.

Un gran número de estudios concluyen que los intentos de llevar a cabo cambios innovadores en las organizaciones suelen terminar a menudo en el fracaso, según el estudio realizado por The Katzenbach Center (2016) indica que la empresa

que se dedica a brindar asesorías estratégicas a las empresas que están en riesgos, esta empresa tiende a identificar los problemas y aplicar instrumentos que le ayuden a mejorar. Los éxitos en las iniciativas de innovación pueden alcanzar un 44% según los casos favorables. Los errores de estos intentos de la gestión de cambio, no solamente supone un gasto económico y personal, sino que a la vez no produce ningún tipo de beneficio, también sientan el precedente de un cambio fallido. Esto genera en los trabajadores una predisposición negativa de adoptar cambios en el futuro.

También se observa en las empresas que triunfan, al aplicar un cambio estratégico y teniendo en cuenta muchos puntos parecidos, involucrando a los colaboradores para los procesos de proyección y empleando un análisis a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, conocida también como la matriz FODA y de esta forma analizar el entorno actual de la organización, las competencias, las dificultades de mayor importancia y la manera de ver que la organización sea distinta, generando un cambio en el ambiente y lograr el éxito que se desea. Un claro ejemplo es Motorola, General Electric y Nissan Renault, todos ellos son muy buenos casos de la gestión de cambio donde plantearon estrategias minuciosas y tuvieron el éxito que hoy en día tienen.

La planificación estratégica, se considera un instrumento primordial e imprescindible en las empresas, para llegar a medir las metas y parámetros establecidos, donde se permitirá hallar los puntos críticos, para desarrollar una estrategia sustentable, donde se pueda cumplir con los objetivos planteados en el tiempo establecido.

A nivel de América latina, se puede mencionar el caso de México, que es el país donde los temas de importancia como tener a un departamento encargado de

monitorear cualquier falla en el planeamiento, no tiene mucha consideración. En este contexto es muy difícil implantar un sistema innovador, ya que implica modificar la misión y visión, lo que implicaría un tiempo en adaptarse, pero de funcionar traería consigo beneficios a gran escala para la empresa. Llegando a la conclusión que el secreto para que se cumpla con los objetivos trazados, es que la organización, en específico los encargados de supervisar el plan estratégico, estén en constante comunicación con todas las áreas y darle la autoridad e importancia, de esa manera se cumplan con los parámetros establecidos.

En un estudio realizado por Kronos (2019) se indica que, en México solo el 31% de las empresas crean un departamento que se encargue de supervisar, y el 8% comienza el proyecto sin dar hincapié a tomar medidas de precaución, asimismo, menciona que las empresas ponen en marcha cualquier estrategia innovadora sin pensar en un departamento que supervise y controle el cumplimiento de los objetivos. En una organización donde se ponen en claro las metas y el planeamiento; es necesario una persona capacitada para controlar o supervisar que se cumpla lo formulado, esto contribuye a evaluar mejor las decisiones de los administrativos.

En ese sentido, en México, se detectó que la causa principal, por el que no se cumple los objetivos, es que los encargados que controlan y supervisan los avances de la aplicación de estrategias planteadas, no le dan la debida importancia y valoran muy poco, si se llegan a cumplir con lo proyectado. Por ende, dejan estancados las tareas generando que estos se acumulen, creando en la organización retrasos con respecto a los procesos estancados, por consecuencia crea deficiencia y más aún, al no dar el valor meritorio a los procesos que se van estacando.

Por otro lado, en Argentina, en las empresas donde constantemente se realiza un planeamiento estratégico, con una gestión de cambio se dio a conocer que esta

herramienta es cambiante y en estos tiempos a una velocidad exorbitante, generando consigo gran influencia en las empresas, la economía, los productos, los servicios, los grupos de interés, las manías sociales, los contrincantes; nada es estático, y lo que se resiste al cambio, está destinado a perecer; Por ello, las organizaciones se ven con el deber de modificar su sistemas y estrategias para de esta manera aumentar su capacidad y rendimiento en el mercado.

La gran mayoría de personas por naturaleza reacciona con preocupación a las situaciones de innovación en las empresas, por consecuente, muchas veces llegan a resistirse a ello y dar un paso al costado. Ya que muchas veces lo que se desconoce genera desconfianza, miedo, dudas, relaciones que impiden realizar innovaciones o cambios; generando daños de forma irreversibles y puedan retrasar los progresos en el planeamiento. Es por esa razón, que el recurso humano es fundamental en la gestión de cambio, ya que, si se resisten al mismo, hará más lento su aplicación y como resultado hará que no se cumplan con las metas fijadas.

En el contexto nacional, se observa que las organizaciones presentan muchos cambios y planificaciones continuas, que dependen muchas veces de las acciones y procesos corporativos, que no suelen adaptarse a lo planteado, quiere decir que se crean muchos atrasos con los proyectos de la empresa que muchas veces tienden al fracaso. Los cambios se reflejan en el comportamiento de la organización y en los resultados se observan los beneficios o pérdidas que pueda obtener.

En la actualidad la gestión de cambio está muy relacionado por la corriente tecnológica, los poderosos se han envuelto con los avances tecnológicos, porque son muy importantes hoy en día, la conformación económica, la evolución de los mercados domésticos y la transformación de algunas culturas al capitalismo, han traído consigo abajo a la economía. Tanto a las grandes empresas como a las pymes,

creando más aspectos negativos; las organizaciones en la actualidad pasan por distintas transformaciones en todos sus departamentos para dar un mayor beneficio.

Todos los trabajos rigurosos que la empresa realiza constantemente, mediante la supervisión y otros aspectos para tener en cuenta, logran detectar y brindar la importancia que amerita la gestión del planeamiento y que va de la mano con la gestión de cambio. De no ser así se seguirían cometiendo constantemente muchos errores y los procesos administrativos se seguirían acumulando sin dar una mejora continua, para poder hallar un desarrollo sostenible que vayan acorde con la gestión que dirige la empresa.

A nivel local, la investigación se realiza en la empresa SG3 Perú, que se dedica al rubro de seguridad y vigilancia, según el análisis realizado se pudo detectar el problema de una gestión deficiente, que con lleva a ejecutar equívocamente la planificación estratégica de parte de algunas áreas administrativas; que en esta investigación se dará a conocer explícitamente más adelante. A continuación, las dimensiones de las variables de estudio.

Respecto a la formulación de estrategias, se puede observar en la empresa, que los administrativos que normalmente establecen parámetros de gestión y planificación, en el proceso de estas (al transcurrir de los días), algunas decisiones son modificadas o cambiadas en su totalidad, por algunas áreas que no respetaron los acuerdos tomados inicialmente, por tal motivo se puede definir que está faltando la formulación de estrategias que tienen que estar bien establecidas.

Respecto a la ejecución de estrategias, se encuentran algunas jefaturas que no cumplen con lo proyectado, llegando a ejecutar otras opciones que no está dentro de lo establecido, generando problemas con los colaboradores de la empresa, de esta forma existe deficiencia en la correcta ejecución de estrategias.

Respecto a la evaluación de estrategias, los administrativos muchas veces no evalúan los diferentes escenarios que se les puede presentar en el futuro, si no que plantean objetivos, pero no evalúan los diversos escenarios que les pueda tomar por sorpresa.

Respecto a los cambios en la tecnología, se puede percibir que pocos de los colaboradores del área operativa encargada de manejar la tecnología, no dominan del todo los nuevos conocimientos tecnológicos (o desconocen de ellos), por lo cual comenten errores frecuentemente pero que con el tiempo se están acoplando a la era tecnológica.

Respecto a los cambios en los procesos, de productos y servicios se puede observar que, en la empresa, los clientes son muy exigentes constantemente, por el cual el personal tiene que adaptarse al cambio brusco, donde algunas veces fracasan por lo que se toman medidas drásticas como respuesta.

Respecto a los cambios en la estrategia y estructura, se puede percibir que los supervisores de la empresa constantemente cambian su manera de dirigir al personal, pero no logran dirigir a todos los miembros al rumbo de los objetivos propuestos. En cambio, a estructura generalmente siempre es la misma, aunque en ocasiones suele haber variaciones para el bienestar de la organización.

Respecto a los cambios en la cultura, se considera que es muy importante ya que permite un buen funcionamiento dentro de la organización, pero no muchos de los colaboradores están aportando a fortalecer la cultura definida por la empresa.

Finalmente, esta investigación que evalúa el planeamiento estratégico y la gestión de cambio tiene como propósito identificar los diferentes problemas o errores que se puedan visualizar en las distintas áreas de la empresa y poder identificarlas para idear estrategias que puedan solucionarlas, buscando también mejoras

constantes para un buen funcionamiento de la empresa.

Problema general

¿Qué relación existe entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020?

Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020?

¿Qué relación existe entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020?

¿Qué relación existe entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020?

1.2. Justificación e importancia de la investigación

La investigación es importante porque se observa algunas carencias en relación a la gestión deficiente que existe en algunas áreas de la organización, teniendo en cuenta que el planeamiento de la empresa es fundamental, porque son los proyectos a largo plazo donde los directivos toman decisiones del rumbo de la empresa; en ese sentido es importante un planeamiento estratégico porque permite analizar, plantear y ejecutar un cambio positivo en la empresa, causando un efecto de motivación, inspiración y mejora continua de las capacidades de los colaboradores; además la empresa va a desarrollarse abismalmente con buenos resultados, ganándose una buena reputación, así como captar nuevos clientes y socios que le darán a la empresa un posicionamiento estable en el mercado. Por otra parte, el presente trabajo investigación está justificado por las siguientes razones:

Justificación teórica. La investigación realizada, busca brindar información autentica, acerca del planeamiento estratégico y gestión de cambio, en ese sentido,

se pretende presentar una propuesta teórica que sirva de base para el desarrollo de futuras investigaciones. Por otro lado, la variable planeamiento estratégico se desarrolló con la teoría del plan estratégico según Guanilo (2007) y la variable la gestión de cambio considera los aportes teóricos de Rivera (2007).

Justificación práctica. La investigación contribuye de una manera clara y consistente para un correcto uso de los recursos financieros y humanos, para brindar la posibilidad de que los procesos se realicen en un pequeño periodo, porque existe una necesidad de mejorar el crecimiento de la empresa y redirigirla a través de estrategias previstas constantemente, de esta manera lograr que existan directores con eficacia en las áreas administrativas de SG3 Perú, viéndose reflejado en los clientes que buscan que el servicio tenga en su totalidad una mejora constante y eficiente.

Justificación metodológica. La investigación cuenta con diferentes metodologías para poder alcanzar el objetivo principal, contando con los procesos de verificación y confiabilidad de los instrumentos, con el fin de poder encontrar la relación entre las variables. Los cuestionarios utilizados pasaron por procesos de validez y confiabilidad poniéndose a consideración de futuras investigaciones que consideren las variables de estudio.

1.3. Objetivos de la investigación: general y específicos

Objetivo general

Establecer la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020.

Objetivos específicos

Establecer la relación entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020.

Establecer la relación entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020.

Establecer la relación entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020.

1.4. Limitaciones de la investigación

Durante el desarrollo de la investigación se encontraron limitaciones relacionadas a las bases teóricas que comprenden específicamente la variable gestión de cambio, sin embargo, las asesorías y la predisposición del investigador hicieron posible el normal desarrollo del estudio.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

Antecedentes internacionales

Suarez et al. (2020) en su artículo de investigación titulado “La gestión de cambio organizacional: variables asociadas para una implementación exitosa” explica la importancia del entorno actual que obliga a las organizaciones implementar cambios dentro de sus políticas organizacionales. En ese sentido, este artículo explica que las empresas actualmente tienen la necesidad de buscar estrategias innovadoras que les permita adaptarse, lograr y mantener un cambio positivo que se convierta en una ventaja competitiva para las empresas. En sus resultados se indica que las variables asociadas a un éxito en el cambio organizacional son la planeación o planificación, el liderazgo, la cultura organizacional, la resistencia al cambio. En ese sentido, en este artículo se concluye que una gestión adecuada de cambio debe alinear los factores explicados con las estrategias organizacionales que permita aumentar las posibilidades de éxito efectivo de la empresa.

Contreras (2018) en su tesis *Gestión del cambio organizacional como herramienta para promover la eficiencia del capital humano en las pequeñas empresas caso de estudio de una pequeña empresa de la ciudad de Bogotá-Colombia, 2015-2017*, desarrollado con el objetivo de fundamentar y analizar muchos aspectos que tienen relación con el cambio empresarial en las pymes en Colombia. Esta investigación se desarrolló mediante la aplicación del método hipotético deductivo y analítico considerando para su desarrollo una muestra de 13 colaboradores. En sus resultados se demostró que las gestiones del cambio organizacional en las pymes requieren ser implementadas de acuerdo con los objetivos y metas planteadas de cada organización, para poder alcanzarlos a largo plazo. Por otro lado, los principales factores para poder instaurar un proceso de

cambio son la comunicación positiva, honesta y limpia en todo el proceso, ya que los cambios siempre van a causar temor en los colaboradores de la organización, debido a que se generan problemáticas de poder, cognición y habilidades. Sin embargo, es de vital importancia crear un ambiente óptimo, para informar a los colaboradores del plan que se desea implantar y siempre buscar el mayor beneficio, tanto para los trabajadores como para la empresa misma. Asimismo, la gestión transformacional corporativa en las microempresas tiene muchos componentes dominantes, por lo cuales destacan como más sobresalientes realizando prácticas de valores, como el respeto entre compañeros de trabajo y los que lo dirigen.

Martínez et al. (2018) en su artículo científico “Propuesta metodológica para implementar la primera fase del modelo de gestión del cambio organizacional de Lewin” propone la aplicación de una metodología que permite la implementación de la primera fase del modelo de gestión de cambio denominado descongelamiento, la finalidad del estudio consiste en identificar los factores mínimos que permita aplicar de forma exitosa los planes de acción para el descongelamiento de prejuicios. La importancia de considerar este estudio consiste en identificar los factores que permitan romper esquemas o que permita a los colaboradores de su zona de confort para que se atrevan a asumir nuevos retos mediante capacitaciones e investigaciones sobre lo que la empresa u organización desee lograr y de acuerdo con su visión de desarrollo y posicionamiento en el mercado.

Cardona (2018) en su artículo científico “Gestión de cambio en las organizaciones” tiene como objetivo la presentación de un modelo de gestión de cambio organizativo que permita brindar herramientas y orientaciones a los directivos y líderes de las empresas que desarrollan procesos que generen cambios positivos en las organizaciones. En este artículo se explica que la etapa inicial de una gestión

de cambios busca organizar a los colaboradores para inducirlos a perder el miedo al cambio y que busquen nuevos retos y comportamientos organizacionales. En ese sentido, los procesos que se consideran para desarrollar esta gestión de cambio son el diagnóstico que permita la participación, la comunicación que permita la transito fluido de la información y preparación hacia el cambio que permita romper esquemas tradicionales y desarrollar una visión de aventura y desarrollo positivo de la organización basado en capacitaciones, integraciones e inducción orientados a los objetivos de la organización.

Antecedentes nacionales

Duarte (2020) en su tesis *Gestión del cambio organizacional*, desarrollado con el objetivo de realizar un estado del arte sobre la gestión de cambio que se desarrollan en las empresas públicas. Respecto a la metodología esta investigación es de tipo cualitativa con un diseño basado en revisión sistemática de modelos. En sus conclusiones se indica que la gestión de cambio es un campo multidisciplinario en la que interactúan diferentes disciplinas profesionales como la sociología, la antropología, la economía, la teoría general de sistemas, el diseño de la cultura entre otros. Los hallazgos más importantes indican que la gestión de cambio depende de factores tanto internos como externos que son los que impulsan el cambio, por ejemplo, la globalización, la masificación de la información, la aplicación de la tecnología, así como la crisis economías y los cambios de los modelos de mercado. Esta investigación es importante porque permite explicar y fundamentar la teoría, pues explica al detalle todos los modelos de gestión de cambio, así como los factores de afectan su aplicación.

Pacheco y Marcelo (2018) en su tesis *Análisis de la gestión estratégica y su relación con el cambio organizacional en la Municipalidad Provincial de Pasco – 2016*,

desarrollada con la finalidad de establecer un nivel de relación entre la gestión estratégica y la gestión basada en el cambio organizacional. La investigación es de diseño no experimental y nivel correlacional considerando una muestra de 112 colaboradores. En sus conclusiones se evidencia una relación significativa entre la gestión estratégica y el cambio organizacional demostrado mediante un T calculado de $27.53 > T_t = 1.98$. Asimismo, se observan relaciones significativas entre la política organizacional y la gestión de cambio, demostrado mediante un valor T calculado de $44.37 > T_t = 1.97$; asimismo, se observan relaciones significativas entre la administración de recursos humanos y la gestión de cambio, demostrado mediante un valor T calculado de $26.53 > T_t = 1.97$. Estos resultados son importantes para justificar que la planificación estrategias es fundamental para la gestión de cambio que se realiza en las empresas con la visión de desarrollo sostenible en el tiempo.

Zevallos (2018) en su tesis *Planeamiento estratégico y gestión del cambio, según trabajadores administrativos de la dirección de redes integradas de Lima Centro 2018*, desarrollada con la finalidad de hallar una relación entre la planificación estratégica y la gestión de cambio. La investigación es de diseño no experimental, nivel correlacional, corte transversal y considera una muestra de 97 colaboradores. En sus resultados se demuestra que la planificación estratégica se relaciona de manera positiva moderada con la gestión de cambio ($r=0.424$; Sig.=0.000), por otro lado, se encontraron relaciones positivas moderadas entre la formulación de estrategias con la gestión de cambio ($r=0.477$; Sig.=0.000), entre la ejecución de estrategias con la gestión de cambio ($r=0.428$; Sig.=0.000), entre la evaluación de estrategias con la gestión de cambio ($r=0.328$; Sig.=0.000). Estos resultados no hacen más que demostrar que una buena planificación estratégica en las organizaciones permite gestión el cambio que les permita su desarrollar y su posicionamiento en el

mercado.

Ramírez (2017) en su tesis *Planificación estratégica en la Dirección estratégica en un organismo superior de contrataciones del Estado, Lima 2017*, desarrollado con la finalidad de hallar la influencia de la planificación estratégica en la dirección estratégica en un órgano controlador de contratos. Esta investigación presenta un diseño no experimental correlacional. Entre sus principales conclusiones se indica que los altos mandos de la organización como directores, gerentes y jefes deben tener en cuenta la importancia y que beneficios pueden llegar a elevar en una empresa, ya que busca mejorar continuamente, la planificación con el control estratégico. También indica que el plan estratégico, brinda soporte a la hora de tomar decisiones y nos sirve como una herramienta de gestión, logrando hacer que los colaboradores estén más comprometidos. El aporte de esta investigación es que, los altos mandos como los directivos, tiene la responsabilidad de ejecutar el plan estratégico y tomar las decisiones, para poder solucionar algún problema por el bienestar de la empresa y sus colaboradores.

2.2. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado

2.2.1. Bases teóricas de planeamiento estratégico

2.2.1.1. Definiciones de planeamiento estratégico.

Martínez (2013) explica que, cuando el entorno de la globalización y rivalidades que suceden constantemente en la actualidad; un planteamiento estratégico elaborado y diseñado correctamente se torna muy efectiva para determinar cómo explotar los materiales y la gestión corporativa, la cual se obtiene tras reconocer claramente las pruebas y otorgar los productos necesarios a ello y los recursos justos para obtenerlos, disminuyendo la serenidad ante las adversidades que se pueda presentar en las organizaciones al no cumplir con los parámetros establecidos.

El planeamiento es de vital importancia en una empresa, porque permite determinar e identificar las diversas dificultades. Para que esta herramienta pueda hacer efecto se tiene que respetar los procesos y parámetros establecidos, dentro de la organización con una supervisión eficaz y constante que eviten deficiencias.

Choque (2016) sostiene: “Un Procedimiento intelectual buscan cumplir con los objetivos trazados, con la capacidad de anticiparnos a escenarios no deseados y conceptualizar hacia donde apunta la organización, encaminado con lo planteado correctamente estandarizados” (p. 20).

Un plan debidamente estratificado, es un procedimiento en el que se indaga las deficiencias que tiene la organización y pone en marcha, estrategias resaltadas hacia las metas, que la empresa se propone, monitoreado con indicadores y personal que mantendrá comunicación constante con el cumplimiento de lo planificado.

Por otro lado, Andía (2017) definió:

La planificación estratégica es el procedimiento organizado y elaborado, las pruebas exhaustivas a través de parámetros, por el cual se genera cierta información y a través de estrategias a largo plazo se pondrá en marcha con el fin de beneficiar a todos los miembros y los dueños. (p. 74)

El planeamiento estratégico son secuencias que ayudan a desarrollar estrategias a largo del proceso, donde se analizara primero las deficiencias y de los que carece la organización, de esta manera poder establecer objetivos, que todos los miembros de la organización compartan para poder llevarlas a cabo.

2.2.1.2. Importancia del planeamiento estratégico.

Fernández (2013) afirma:

Disminuye las deficiencias y las transforma en oportunidades. La empresa está obligada a proyectarse a futuro y tiene ideas no reales de cómo le ira

corporativamente. El plan permite hallar la manera más fácil de acercarse a lo proyectado, ya que como toda proyección se puede fracasar y no cumplir con los parámetros, como también se puede lograr los éxitos deseados llegando a explotar todos los recursos al máximo. Se observa con atención todos los objetivos trazados, si de alguna, manera no se llega a cumplir ciertos puntos, se optará por cambiar el plan ya que de esa manera todos estarán alineados respectivamente. También nos permite que, al estar paramétrico al límite, todos los colaboradores comprometidos y alineados con los objetivos, generara disminuir los costos de la organización, como llevarlo a su punto máximo. Facilitar a los gestores de dirección a estar constantemente enfocados a los cumplimientos de las metas establecidas. (pp. 46-47)

La planificación acorde a lo que indica el autor brinda cuatro razones por las que es importante, como las siguientes:

- Permite detectar en qué punto, no se está cumpliendo con lo proyectado para poder analizar y corregir los errores o deficiencias que no permitan el cumplimiento de los objetivos.
- Para que no se estén estancando los procedimientos y dar soluciones inmediatamente.
- Evitar deficiencias futuras, ya que la empresa es como un domino y al no funcionar una pieza todo se desploma.
- Todos los miembros de la empresa tienen que estar alineados es por ello que se tiene que capacitar constantemente a los colaboradores.

2.2.1.3. Características del planeamiento estratégico.

Guanilo (2007) explica que para determinar las características del planeamiento estratégico se debe tomar en cuenta ciertos puntos, como:

Los valores y determinar la misión y visión de la organización, el diagnóstico de los parámetros del plan, ambiente y el análisis FODA, el orden de las metas trazadas y estandarizadas el cumplimiento y el análisis de las reglas establecidas a través de las acciones efectuadas en la empresa. (p. 49)

En la actualidad hay muchos modelos que influyen en las empresas para implementar una herramienta que vaya de acuerdo con el rubro donde seguirán ciertos procedimientos que la empresa debe regir con sapiencia y direccionar ese plan hacia arriba, obteniendo los beneficios planteados de acuerdo con los objetivos que toda organización desea alcanzar.

2.2.1.4. Fases del proceso del planeamiento estratégico.

Andía (2017) sostuvo que los procedimientos del plan estratégico se aplican en estas fases:

- Análisis prospectivo. Se puede moldear un patrón intelectual para entender el territorio, de tendencias, se eligen las variables, se arman las medidas a tomar en caso de que en el futuro no resulte positivo, para el planeamiento.
- Análisis estratégico. Es necesario crear las tablas donde se formulará una serie de principios, que la empresa tiene que infundir en su personal para que se puedan cumplir con el planeamiento estratégico.
- Análisis empresarial. Es parte del plan en donde se definen los objetivos, que se desean alcanzar durante el largo periodo de adaptación, al plan que tienen que estar conjuntamente paramétrico y alineados quienes la conforman.
- Análisis de seguimiento. Es la realización continua de revisión y control con respecto a la aplicación del planeamiento, en donde todos estén alineados, en caso haya puntos que no se cumplan por ineficiencia, se optara con medidas drásticas ya que representa una caída y pérdida para la organización.

Lo más resaltante, es que debemos plasmar muy bien el planeamiento y de esta forma cumplir con los proyectos, así como analizar y encaminar las metas propuestas dentro del plan, que la organización pone en marcha a través de un periodo de largo plazo.

2.2.1.5. Aspectos teóricos del plan estratégico según Guanilo.

Guanilo (2007) al respecto explica:

El mundo de la administración y las empresas todo es cambiante más aun con un mundo globalizado y con la tecnología que avanza rápidamente se crean nuevas estrategias, nuevos mercados, nuevos clientes, nuevos proveedores en donde, no siempre las cosas resultaran favorables, es por esa razón que el planeamiento estratégico es una herramienta idónea para identificar problemas y sus causas, dándole las soluciones correspondientes para superarlas. (p. 45)

El mismo autor, Guanilo (2007) menciona:

En las organizaciones las metas que se plantean no siempre resultan como uno quiere por diversos factores, es por esa razón que el autor nos indica que hay tener un plan de contingencia que nos ayude a resolver los problemas que se puedan presentar en el camino, dando un rumbo positivo para la organización. (p. 45)

Toda empresa siempre tiene un plan de contingencia, ya que muchas veces las cosas no resultan como se tenía en planificado es por esta razón que alistan varios supuestos, la empresa siempre tiene que proyectarse y apuntar a que todo tiene que resultar como lo previsto, pero la realidad es otra de acuerdo con este mundo cambiante y globalizado pueden surgir dificultades en donde se pondrán en marcha el plan de contingencia.

Se recomienda implementar el plan de contingencia como parte de su sistema

de gestión para repeler situaciones negativas, y de presentarse en el proceso un problema no deseado, el plan se activa automáticamente dándole una solución eficaz en el menor tiempo posible y superar el problema, es por todo lo mencionado que se tiene que revisar todos los puntos en contra, cuantos más puntos críticos se contemple en el plan más efectivo se tornara.

Lo que se puede destacar del autor es que, hay que identificar todas las probabilidades negativas que se puedan presentar y que afecten el normal proceso y no esperar que sucedan problemas dentro de la organización para poder llevar a cabo un plan de contingencia, porque cuando se detecta un déficit dentro de la compañía, el plan ejecutado se vuelve más efectivo que cuando el problema ha evolucionado y se vuelve más difícil de poder manejar, así como también darle una solución.

2.2.1.6. Dimensiones del planeamiento estratégico.

A. Formulación de estrategias.

David (2013) explica:

Los estrategas deben tomar la decisión de elegir qué alternativas de solución se podrán aplicar para poder beneficiar a la organización conjuntamente con su planificación. Estratégicamente se pueden optar por desarrollar los planes a largo del proceso, para que la organización siempre tome un rumbo. Los que dirigen la organización son los que tienen la difícil tarea de elegir el rumbo a tomar. Son comúnmente la cabeza que decide por cuál de todos los planes se va a llevar cabo, en consecuencia, es una decisión muy importante porque se decidirá por el bienestar de la empresa, por lo tanto, es imprescindible aplicar dicha estrategia para salir beneficiada. (p. 6)

Para formular estrategias en toda empresa, se tendrá que tomar decisiones que se encuentren de acuerdo con un planeamiento enfocado en sus recursos,

competencias y perspectivas que estén encaminados a un determinado plazo, teniendo como consecuencia, lograr elegir las mejores estrategias o alternativas para implementar mediante una acción eficaz.

Guanillo (2007) sostuvo: “Los que tienen la difícil tarea de dirigir la organización siempre deben adelantarse a los cambios venideros y planear estrategias que ayuden a cumplir con los objetivos previstos de la organización para obtener un máximo rendimiento” (p. 147).

Dentro de las empresas la responsabilidad es lo primordial y de vital importancia, porque permite que todos los departamentos de una organización se alineen con los objetivos de la organización, para obtener un máximo rendimiento y buscar nuevos métodos, en este mundo globalizado el cual es muy cambiante y generando dificultades a los directores de las empresas.

A continuación, analizaremos tres clases de estrategias fundamentales que se deben tomar en cuenta para la formulación de estrategias que son las estrategias competitivas, con base en la industria y en las del desarrollo. Todas tienen como finalidad de emprender acciones de ofensiva o defensiva dependiendo del caso o la situación que se presente, para crear una posición defendible, de tal manera enfrentarnos con éxito las cinco fuerzas de Porter y obtener así un rendimiento rentable y sostenible.

Estrategias competitivas.

Guanillo (2007) afirma: “Esta estrategia se puede lograr una ventaja competitiva en costos, quiere decir, obtener unos costos inferiores a los de sus competidores para conseguir un producto o servicio similar o semejante en calidad” (p. 162).

Por otro lado, David (2013) indica que para lograr un liderazgo en los costos

es indispensable elaborar un alto volumen de productos, esto permitirá a la empresa favorecerse del efecto experiencia. Por lo tanto, existe toda una serie de factores que permiten a la empresa obtener ese liderazgo, entre ellos resaltan los siguientes:

- Las economías de escala. Representa que el aumento en la escala de producción produce una disminución de los costos totales unitarios. Ello es debido a que los gastos fijos de estructura no evolucionan al mismo ritmo que los costos variables, porque pueden ser diluidos en un mayor número de unidades; a la vez evolucionan a un ritmo similar que los ingresos.
- El efecto experiencia. Permite reducir los costos, pero la principal fuente de reducción de costo está basada en la experiencia, ya que es el efecto aprendizaje, que es el resultado del establecimiento y perfeccionamiento de las rutinas organizativas.
- Una nueva tecnología beneficiosa. Cada vez más, los procesos de innovación son acogidos rápidamente por los competidores, para poderse mantener como líder en costos, la organización debe de estar frecuentemente seguir en el proceso de innovación.
- Acceso a la materia prima. Si se cuenta con un fácil acceso a las materias primas permite conseguir mejores resultados con esta estrategia.
- Relaciones con clientes o proveedores. Si se establece una mutua participación con ellos, ayuda al liderazgo para ambas empresas.

Estrategias con base en la industria.

Guanillo (2007) menciona los sectores industriales que nacen son generalmente sectores industriales nuevos o reformados que surgen por innovaciones tecnológicas, por cambios en los costes relativos, por la aparición de nuevas necesidades del consumidor, o por otros cambios económicos o tecnológicos

que elevan el nuevo problema o servicio, al nivel de una oportunidad comercial potencialmente viable.

En ese sentido, David (2013) afirma que existen ciertos factores estructurales que parecen caracterizar a sectores diferentes en esta etapa de desarrollo. La gran mayoría de estas empresas se relacionan con la ausencia de bases determinadas para la competencia o a las otras reglas de juego, o también con el pequeño tamaño inicial y la novedad del sector industrial.

Estas características estructurales, que pueden ser un problema para la empresa de reciente creación, se pueden sintetizar en los siguientes factores:

- Incertidumbre estratégica. Hay una amplia variedad de enfoques estratégicos que guardan relación con la incertidumbre tecnológica, pero no se puede decidir con exactitud qué estrategia poner en práctica, ya que las empresas tienden a tener poca información sobre los competidores.
- Costes iniciales elevados. La cantidad de baja producción y la novedad, con frecuencia se unen para elaborar costos elevados en la empresa que emerge con relación a lo que la organización puede obtener potencialmente.
- Incertidumbre tecnológica. Con frecuencia, suele haber mucha duda con respecto a la tecnología en una empresa nueva o que recién comienza.
- Compradores de primera vez. Los clientes del producto o servicio de una nueva organización que sobresale son esenciales compradores de primera vez. La misión comercial se convierte así en la de encaminar la sustitución o hacer que el cliente pueda obtener el nuevo producto o servicio.

Estrategias de desarrollo.

Guanillo (2007) afirma: “La diversificación presume adicionar nuevas actividades diferentes a las ya existentes en una empresa. Son empresas con

múltiples actividades, relacionadas o no relacionadas entre sí” (p. 180).

David (2013) sostiene que parte fundamental en las estrategias de desarrollo es la diversificación porque supone tomar la decisión de participar en una nueva actividad y por lo tanto de adquirir y desarrollar un conjunto de competencias específicas para dicha actividad. Por ende, una empresa no deberá aventurarse en una actividad donde no cuente por lo menos con alguna de las competencias necesarias.

- La gran mayoría de empresas diversifican sus estrategias cuando no logran alcanzar sus objetivos dentro del ámbito producto-mercado del crecimiento.
- Siempre que las oportunidades de diversificación puedan prometer mayor rentabilidad que las oportunidades existentes.
- Si es que el disponible retenido desborda todas las necesidades de expansión, ya que la sostenibilidad que se puede lograr de los recursos líquidos frecuentemente es más baja que la de operaciones.
- Siempre que la información disponible no sea lo suficientemente confiable para realizar una comparación concluyente.
- Esto sucede con mucha frecuencia, ya que las empresas normalmente cuentan con mucha más información respecto a los proyectos de expansión que al vasto campo de la diversificación.

B. Ejecución de estrategias.

Andía (2017) sostiene que la creación de la estrategia necesita establecer estrategias que adopten a la forma de pensar de la empresa teniendo siempre en cuenta su clima organización y su cultura se son las raíces de toda empresa. Entonces podemos decir para ejecutar y poner en marcha las estrategias tenemos que seguir un proceso para el correcto encaminamiento de los parámetros establecidos.

También se establecieron tres actividades básicas para la ejecución de las estrategias.

Fijación de metas.

Para ejecutar exitosamente las estrategias de una empresa primero se debe fijar los objetivos generales de todas las áreas. En las empresas grandes, casi siempre se fijan metas por niveles como los empresariales, de división y funcionales, estas deben lograrse en el corto plazo si es que se desea cumplir con los objetivos a largo plazo.

Fijación de políticas.

Son instrumentos para ejecutar estrategias, se fijan límites, fronteras y restricciones con las acciones en la empresa que deben tomarse para compensar o sancionar el comportamiento, explican lo que se puede o no realizar para lograr los objetivos y metas organizacionales.

Asignación de recursos.

En esta actividad se debe realizar de acuerdo con prioridades establecidas y aprobadas por la organización. La falta de asignación de recursos corresponde a las metas fijas pueden ser de grandes prejuicios para el proceso del planeamiento estratégico.

Siempre se toma en cuenta las actitudes de los colaboradores de parte de los jefes directos ya que son ellos que optan por las decisiones o también en qué momento se ejecutara cada estrategia. Para la implementación de las estrategias que se le conoce como la etapa de acción, que significa estar en constante movimiento de parte de los colaboradores ya que la gran parte del trabajo lo hacen ellos por no decir todos, ya que solo los jefes se encargan de que se ejecuten correctamente. Los administrativos motivan a sus colaboradores, para que las ejecuciones de a favor de

la empresa ya que depende de ellos de que el plan sea un éxito y de rentabilidad, como puede que se el otro lado de la moneda y perjudique a la empre en todo caso los directores tendrán q supervisar constantemente para que se cumplan los objetivos (Díaz, 2010).

Si se desea poner en marcha la ejecución de plan estratégico siempre se debe tener en cuenta que depende mucho de los colaboradores ya que son quienes hacen que se logren los objetivos, como que presenten problemas, raros casos los problemas son externos. En síntesis, se puede decir que para que se pueda aplicar el plan de acción los administrativos tienen que estar al pendiente de sus subordinados para que estos responder eficientemente.

Andía (2017) menciona: “Las acciones engloba las actividades básicas donde se concentran la aplicación de las estrategias dentro de la organización, tiene que ver mucho con explotar tu recurso humano para rinda con lo planificado” (p. 107).

Las actividades realizadas en la ejecución del plan tienen mucha relación con el recurso humano, ya que es mediante ellos donde se reflejará si en plan está funcionando o está fracasando, por consecuente se tiene que enfatizar en tener motivado y comprometido al personal.

C. Evaluación de estrategias.

David (2013) explica que es la etapa donde culmina la planeación estratégica, los administrativos analizan exhaustivamente si se llegó a lo esperado, teniendo en cuenta los factores como los objetivos puestos en marcha y se logró superar el margen de beneficios adquiridos. Existen tres acciones importantes se presentan a continuación:

- Analizar los índices externos e internos.
- Realizar la medición de desempeño.

- Hacer las acciones correctivas.

Valorar las estrategias que es mediante ellas que se llegaran al éxito en el futuro si se llegan a concreta lo proyectado y planteado en el plan que los directivos le indica al personal constantemente.

La mayoría de las actividades serán evaluadas dependiendo si los beneficios superan a las pérdidas, es en este caso en que volverá a tomar dicha estrategia como también mejorarla, esa decisión de parte de los administrativos que analizarán un próximo plan estratégico.

Fernández (2013) sostuvo: “Los índices específicamente permiten contabilizar como se está cumpliendo con el planteamiento de objetivos y si se está dando el plan que se ha establecido con ciertos parámetros a tener en cuenta” (p. 108).

Por otro lado, Andía (2011) afirma que el proceso a traves el cual la empresa analiza las diversas opciones estratégicas que tienen como objetivo escoger la mejor de todas. Esta evaluación corresponde a la etapa final del planeamiento estratégico, cuyo principal objetivo es analizar las estrategias para posterior a ello elegir una. Para evaluar las distintas posibles alternativas estratégicas y elegir finalmente una de ellas, la empresa tiene que elaborar un análisis exhaustivo que se divide en tres puntos.

Análisis de la oportunidad o ajuste estratégico.

En la empresa se selecciona aquellas posibles estratégicas que se adecuen a las condiciones de su diagnóstico estratégico (mediante el FODA) y a los objetivos (misión y objetivos generales) planteados por la organización.

Análisis de la aceptabilidad.

Entre las alternativas más convenientes, la empresa elige aquellas que se puedan ejecutar por los grupos de interés de la empresa en función del rendimiento y de los riesgos asociados a la estrategia. El análisis de los grupos de interés ayuda

para conocer los apoyos o las contradicciones con las que se va a encontrar la empresa a la hora de implementarla.

Análisis de la factibilidad.

A través de las alternativas que se aceptan, la empresa elige aquella factible se adecue con el rubro, quiere decir, aquella estrategia que pueda ser implementada por la empresa para disponer eficientemente de los recursos y capacidades. Es importante tomar en cuenta, en el momento de analizar la posibilidad de ejecutar la estrategia, no solo los recursos y capacidades actuales, sino también los recursos y capacidades potenciales, se puede decir, aquellos no se poseen en el momento, se pueden obtener en un futuro a largo o mediano plazo.

Las organizaciones interiormente siempre están regidas índices donde cada colaborador es medido y analizado para observar si se rige a los parámetros propuestos, ya que estamos en mundo globalizado todo es competencia y si no se llega a lo acordado se generará pérdidas por lo que se optará por tomas decisiones drásticas.

2.2.2. Bases teóricas de la gestión de cambio

2.2.2.1. Definiciones de la gestión de cambio.

El cambio es una señal de que las organizaciones tienen que adaptarse a los nuevos tiempos y aplicar nuevas formas de afrontar a sus competencias de manera estratégica mediante una gestión transformacional que permitirá que todos los miembros de la empresa puedan mejorar paulatinamente.

Sánchez (2015) sostuvo:

En un ámbito empresarial en el que el cambio te empuja abruptamente lo quiera o no, en el momento en el que tu menos lo esperes, abarcando un contexto mundial las empresas se han visto en vueltas en cambios

desafortunados como en el caso de países que se han vuelto capitalista afectando así a la economía, dando por consecuencia grandes pérdidas en las pequeñas empresas. (p. 412)

En las organizaciones el cambio es inesperado e inevitable, es por esa razón que las empresas tienen que adaptarse o perecer ya que necesitan aplicar las nuevas herramientas que ayudaran a que las empresas se puedan adaptar con normalidad siempre en cuando haya un plan de por medio para las organizaciones no opten por terminar en bancarrota como le sucedió en el caso de kodak quien fue un grande en su momento y no lo supo aprovechar y mantener

Fernández (2013) define:

En los años venideros de 1990 países europeos como Suiza, Alemania, Inglaterra y algunos países de Sudamérica realizaron una serie de cambios en las empresas de los países mencionados adaptándose a lo que sería un año tecnológico al transcurrir de los años modernizando y mejorando la tecnología a nivel global. También se realizó una amplia discusión con el gobierno en aplicar gestiones que se mejoren continuamente para el bien del país, pero muchos decidieron optar por adaptarse y otros por perecer al quedarse en monotonía o aplicar una mala gestión. (p. 7)

Al transcurrir del tiempo se ha demostrado que el cambio te arroja si la empresa no está lista es por esa que muchos países en los años 90 empezaron a aplicar una gestión cámbiate beneficiosa para los años venideros, ya que no querían estancarse y poder crecer.

2.2.2.2. Importancia de la gestión de cambio.

López (2007) explica que: “Afecta la estrategia de operaciones, en puntos críticos como lo es el tiempo de respuesta que exigen los usuarios y la cantidad de

inversión de capital que se necesita para las distintas variaciones de los recursos que se puedan” (p. 226).

Estas preguntas son muy frecuentemente dentro de la organización por la que muchas veces no logran definir o identificar las respuestas idóneas, por lo que al aplicar las estrategias para el cambio no resultará positivo por lo que generará una inversión herrada que los más perjudicados serán los colaboradores y los clientes.

- En el proceso de innovación se busca generar competitividad para obtener mejores resultados y optimizar los recursos actuales, por esta razón deben partir de un objetivo claro teniendo un análisis del entorno y sus necesidades.
- Identifica las partes de los procesos y de qué forma impactan en la organización, como también si se puede lograr optimizar los beneficios de la empresa al máximo.
- Conceptualizar ideas, evaluarlas para priorizar esfuerzos y diseñar prototipos para validarlos y calificar si se procederá a ejecutarlo posteriormente.
- Brindar la posibilidad de convertir la información accionable para tomar alternativas certeras. De tal manera la gestión del cambio se adecue a las características de la organización y optimizar la selección de decisiones.

2.2.2.3. Teoría U de gestión de cambio según Rivera.

Rivera (2007) indica:

El campo de la gestión del cambio organizacional ha tenido un gran desarrollo al transcurrir de los años, pero siempre se ha caracterizado por la diversidad de perspectivas teóricas y por la riqueza de contribuciones relacionadas con herramientas y formas de solucionar problemas con el fin de facilitar el trabajo. Por cual sistematizando todo nos quiere decir que las empresas siempre tienen objetivos colectivos de toda la organización y objetivos específicos de cada

departamento, entonces la teoría nos da a entender que en los departamentos no todos trabajan al mismo ritmo, ya que siempre existen los que sobresalen y otros que se estancan y generan retrasos es por eso que mediante esta teoría trata de alinear a todos los miembros, para poder cumplir con los objetivos generales que es lo que busca toda organización con ideas o estrategias que al implementar generen rentabilidad. (p. 142)

Lo más importante en esta teoría es que se puede ir mejorando al transcurrir del tiempo, es más nos ayuda a superarnos a nosotros mismos ya que sirve para superar parámetros ir más allá de los que hoy se pudo lograr, dando a entender que en las empresas nos pueden exigir y si todos nos vamos al mismo ritmo generaremos retrasos o también llamado cuello de botella donde se verán estancados varios procesos de sin con los objetivos

En las organizaciones ayuda a permitir y detectar al cuello de botella y poder potenciar a cada colaborador que no siga al mismo ritmo, se le capacitará o dará un incentivo para todos estar alineados. También generar una competencia sana en todas las áreas ya que ninguna querrá ser un cuello de botella o que tengan algún miembro que pueda presentar algún retraso a los objetivos de la organización.

2.2.2.4. Dimensiones de la gestión del cambio.

A. Cambios en la tecnología.

Martínez (2013) sostiene:

El cambio es muy importante en la actualidad ya que en un mundo globalizado donde la tecnología y los sistemas avanzan a gran velocidad se debe tener en cuenta que los procesos también tienden a actualizarse o en este caso a cambiar porque no puedes aplicar una misma estrategia siempre ya que no resulta, porque las necesidades van cambiando. (p. 36)

Es muy común que por ejemplo si la tecnología avanza abismalmente, ya que uno puede tener la mejor computadora en estos días, pero de aquí a un año tu maquina quedara obsoleta ya que se saldrán sistemas y cosas más novedosas, es igual en el mundo administrativos tienes que estar innovando constantemente tus estrategias porque se volverá obsoletas con el pasar del tiempo.

David (2013) explica:

La tecnología avanza abismalmente y cada vez tienen segmentos donde no pensaba llegar, la tecnología se ha expandido en lugares que no se podían imaginar y aún siguen creciendo los puntos de compra, es por esa razón que los cambios tecnológicos han dado la vuelta al mundo y han revelado que todo es cambiante y tienen que adaptarse y sacarle provecho a este monstruo que es la tecnología ya la burocracia está quedando en el pasado. (p. 94)

La tecnología que avanza a pasos agigantados generalmente nos da a entender que, así como la tecnología las empresas tienen que seguirle el ritmo y estar reinventándose constantemente a las nuevas necesidades que se depara para las empresas y la tecnología juega un papel muy importante ya que todo se hace a través de ella desde los inventarios hasta el marketing.

Fernández (2013) afirma:

Es una necesidad la que actualmente tenemos por permanecer conectados a un cambio constante en nuestras vidas y en la de las empresas. La tecnología en las organizaciones se ha convertido en un factor primordial y estas se ven obligadas a replantear sus modelos de negocio. Para aplicar el cambio en la tecnología se debe tener en cuenta de manera transversal tres fases. (p. 49)

Fase 1. Gestión del cambio tecnológico.

En la primera fase, los agentes involucrados deben ser conscientes del cambio

al que tienen que enfrentar. Para poder lograrlo pueden contar con terceros para que ayuden en la implementación y aplicación de las nuevas tecnologías obtenidas. Estas nuevas tecnologías se pueden necesitar nuevos puestos de trabajo, especialmente para los altos cargos para adaptarse al nuevo mundo.

Fase 2. Definición de la estrategia de transformación digital.

Es la implementación y medición de las nuevas novedades que se quieren implementar. Para poder lograrlo es indispensable recurrir a las oportunidades que nos brinda las diferentes herramientas de marketing. Aunque permitan mecanizar varios de los procesos, esto quiere decir, que se puede optar por dedicarle más tiempo a otras áreas deficientes.

Fase 3. Integración de la tecnología en empresas y su evolución.

En este último proceso de cambio digital. La fusión de todas las estrategias y la forma en que se distribuye es muy importante. El cambio digital se tiene que entender como una revolución y no como una fuerza de cambio, aunque cada empresa tiene un proceso de adaptarse muy diferente. Este cambio influye en los cambios del diseño de los flujos de trabajo, los soportes, la comunicación y las otras áreas de la empresa.

B. Cambios en los procesos

Martínez (2013) sostiene:

La mayoría de las ocasiones cuando una empresa un producto trata de darle una buena imagen y brindarle un buen servicio, ahora en la actualidad las empresas ya no buscan solo dar buen servicio sino buscar que la expectativa sea más placentera es por esa razón que muchas empresas en la actualidad cambian constantemente desde el empaque hasta los sabores, entendiéndose por ello que ahora nada es estático. (p. 130)

Los que el autor indica es que en la actualidad las empresas tratan de brindar algo novedoso cambiando constantemente sus estrategias y dándonos a entender que si la competencia no hace nada por innovar se queda en el olvido, por esa se trata de aplicar nuevas estrategias a medida que pasa el tiempo para no quedarse atrás.

Chiavenato (2014) define: “Para los nuevos productos existen, nuevos, clientes, nuevas necesidades y estrategias” (p. 276). Es decir, en una organización que empieza no quiere decir que, por ser nueva está en lo último, por el contrario, puede que aplique una buena estrategia y se quede en número uno en el rubro como por ejemplo si se aplica una estrategia que va de acorde con la temporada y llega a volverse de moda nadie lo para como es el caso de Globo, Tambo Uber, etc., que ahora en la actualidad supieron identificar ciertas necesidades.

Fernández (2013) afirma que en un enfoque más fácil de entender el cambio como un proceso es dividirlo en elementos diferentes y entendibles. Existen tres estados de cambio que proporcionan mejores resultados dentro de las organizaciones.

- El estado actual. Es como se suelen hacer las cosas hoy en día, quiere decir, el conjunto de comportamientos, herramientas, tecnología y estructuras organizacionales que constituyen la realización del trabajo. El estado actual define como es la organización en la actualidad. Puede que no funcione como se tenía en mente, pero es familiar porque ya se conoce que va a suceder. El estado actual también nos ayuda a identificar donde hemos logrado el éxito y como se mide y evalúa el rendimiento de la empresa.
- El estado de transición. Es considerado como un movimiento contante, porque a menudo está lleno de emociones, que van desde la desesperación, ansiedad,

angustia, ira, miedo y hasta la esperanza. Durante el estado de transición, la productividad baja considerablemente de manera predecible. También requiere de aceptar de nuevas perspectivas y aceptar nuevas maneras de comportamiento.

- El estado futuro. Es donde se quiere llegar, muy a menudo no está totalmente definido, y se puede cambiar durante el transcurso. Asumiendo que el estado futuro traerá consigo beneficios con el que actualmente no se cuenta, a menudo puede que sea preocupante y puede no terminar con nuestros objetivos generales. También existe la posibilidad de que no se tenga éxito por lo que en este estado es incierto y depende, mucho de una buena gestión.

C. Cambios en la estrategia y estructura.

Chiavenato (2014) sostuvo:

Cuando se estructura las estrategias, tiene que estar correctamente planteada para que de esa forma no presente deficiencias a hora de aplicar alguna estrategia para adaptarse algún cambio de temporada, es por eso que se recomienda bastante comunicación en una empresa para que quien no está bien informado este a la par y pueda alinear y cumplir con los objetivos de la empresa. De esta manera obtener mayor rentabilidad a la empresa y aprovechando el clímax del cambio, es poner al cambio que se avecina a favor tuyo y maximizándolo con alguna estrategia que se pueda aplicar. (p. 270)

El cambio que lleva a cabo una organización tiene que proyectarlo los colaboradores, ya que a través de ellos donde la empresa puede dar a conocer si pudo adaptarse al cambio o al fenómeno que se avecino y una de las claves es ponerlo a favor tuyo por ejemplo si se acerca el mundial o un evento de gran magnitud impulsar tu empresa con esos acontecimientos.

Martínez (2013) sostiene que, para realizar cambios en las estrategias, se tiene algunas cuestiones que deben ser tomadas en consideración. Los administrativos deben tomar una estrategia que pueda solucionar y encaminar a la organización, definiendo en primera instancia las metas e indicadores que se puedan medir. Se deben tener en cuenta las estrategias que a continuación se mostrara.

- Alinear los cambios con los objetivos. Es de suma importancia pensar dos veces esta alineación, la idea de mejorar los procesos empresariales será constantemente va a moldear, cortar, eliminar y agregar. Los cambios precisan mantener una relación con los objetivos. Los cambios deben llevar el negocio en la dirección con los objetivos alineados de forma estratégica, táctica y financieramente.
- Acompañar los impactos. Comprender que cada cambio afecta de manera distinta a los miembros de la organización, evaluar los efectos y cómo influyen a través de las áreas, crear una lista con datos que ayuden a conocer mejor las opiniones y sugerencia de mejora para alinear las expectativas, para después, construir un plan de acción que permita evaluar y dar soluciones de gran impacto.
- Renovar la comunicación. Se sabe que hoy en día, todo cambio son jornadas a mediano o largo plazo, entonces explorar varios medios de comunicación ayuda a adaptarse rápidamente a ellas. Se tiene que identificar la comunicación más efectiva e implementarla para recortar los tiempos de adaptación, pero hay que recordar que planificar la línea de tiempos y canales, así como los medios para que todos en la empresa conozcan los cambios y poder absolver las dudas que se puedan presentar.
- Compartir conocimiento. Es de gran importancia compartir información para

nutrir a todos los miembros de la organización. Las implantaciones de cambio involucran pequeños aprendizajes, para ellos se tiene que compartir conocimiento a través de canales virtuales o físicos, con la intención de prevenir dificultades que puedan presentarse.

- Estructura de soporte. Es la intención de ayudar a los colaboradores, la supervisión de mentores es una herramienta muy útil por especialista para ayudar en la solución de problemas venideros. Esa estructura es importante para preparar a los individuos emocionalmente con relación a la solución de problemas.
- Se aplican estrategias muy volubles en el punto de estructurar eficientemente la estrategia y para saber si funcionara establecer parámetros y a través de los subordinados ver si funciona sino cambiarlo y mejorarlo; o tal vez implantar una nueva estructura que vaya de acorde a la estrategia.

Las empresas tienen muy en claro que si algo no te funciona se cambia automáticamente, para evita cambios incongruentes siempre es bueno mejorar lo que ya tenías para evitar comenzar de cero con una nueva implementación de la alguna estrategia y también presentar dificultad a la hora de asimilar la nueva estrategia.

D. Cambios en la cultura.

Martínez (2013) sostiene que una organización sana ofrece a sus colaboradores confianza y trata de apoyar en lo posible con un clima de bienvenida, de conceso y sabe escuchar las opiniones, por esa razón y todos participan.

Para llevar un cambio organizacional eficiente es necesario entender los siguientes puntos:

- Compromiso claro de las metas, tener conciencia clara del cambio y del camino que la empresa decida tomar. Ellos son los primeros que debe tener en claro

los valores propios y alinearse con la organización y sus cambios.

- Tener muy bien definido el objetivo, se necesita saber que es lo primordial para la organización. Pensar como contribuir a mejorar la situación actual de la organización para que brinde una solidez con la definición de los objetivos.
- Consensuar y saber medir el rendimiento del cambio, para establecer indicadores claros de mejora continua, claridad y transparencia con los criterios que intervienen.
- Dar importancia a la formación de aspectos relacionados, creando un modelo de aprendizaje constante, para el desarrollo de nuevas competencias que vayan acorde con el nuevo objetivo cultural.
- Involucrar a todos los miembros de la organización, que están relacionadas directa o indirectamente con los procesos que se quieren ejecutar en el cambio cultural.
- Dar reconocimiento y recompensar a los colaboradores que trabajan con relación a los objetivos culturales planteados.
- Finalmente dar una revisión constante para establecer un diagnóstico anual de seguimiento.

Los empleadores y los subordinados necesitan evolucionar para optar los cambios que se puedan presentar en el futuro y esta abiertos a miles de posibilidades, ya que en un mundo globalizado y versátil todo puede pasar y hay que rendir para que la empresa llegue a cumplir las metas planteadas, así como también adaptarse al cambio de una cultura que es un poco tedioso asimilarlo en poco tiempo.

Los administrativos constantemente y en conjunto con sus subordinados tienen que cumplir con ciertos estándares que la empresa pueda imponer y estar abierto a miles de cambio que pueda sufrir la organización, como por ejemplo cambiar la cultura

sería muy duro de asimilar porque uno está acostumbrado a algo y que te lo cambien de chasquido es muy tedioso, pero con el trabajo en equipo nos podemos dar cuenta que si se puede.

Chiavenato (2014) afirma:

La organización lo que la diferencia de las demás es su cultura y todos los que la integran tiene que contar con ella, ya que es como la firma de la empresa, su estilo de vida que son autóctonos cada empresa de su propia cultura. Existen organizaciones son de la cultura es fundamental para que te mantengas dentro de la organización por eso es fundamental que uno comparta la misma cultura que tiene la organización para cumplir con ese estándar impuesta por la empresa. (p. 273)

Las empresas todas tienen su firma implantada en sus colaboradores, que vendría hacer la cultura organizacional, pero que pasaría si se cambia afectaría de cierta manera a aquellos que están acostumbrado a ciertos aspectos único, pero si es por un bien mejor se tendrá que hacer y todos tendrán que someterse a esta nueva cultura para cumplir con los parámetros que la empresa exige.

2.3. Definición conceptual de la terminología empleada

Cambio

La palabra cambio denota la acción o transición de un estado inicial a otro diferente, según se refiera a un individuo, objeto o situación. También se puede referir a la acción de sustituir o reemplazar algo con el fin de obtener mejores resultados.

Complementariedad

La complementariedad es el resultado que se da por combinar los principios clásicos o ambiguos de economía de división del trabajo y ventaja comparativa. También se entiende como un conjunto de rasgos o características.

Estratégico

La palabra estratégico es un adjetivo que significa tener la habilidad. Para evaluar un panorama e idear soluciones eficientes, pero empresarialmente quiere decir evaluar una situación y la meta a conseguir y optar por la solución más idónea para adaptarse a cualquier tipo de cambio empresarial.

Gestión

Es una palabra muy utilizada en el mundo empresarial que se refiere a la acción y el efecto de gestionar y administrar, de manera más específica una se podría entender como una diligencia o un trámite necesario para solucionar un asunto como también conseguir algo de carácter administrativo.

Innovación

La innovación es una palabra bastante utilizada en las empresas que consiste en utilizar conocimiento para construir un nuevo camino que conlleve a cumplir con un objetivo porque con el pasar de los tiempos todo se tiene que innovar para poder adaptarse a las nuevas necesidades.

Integración

Se entiende que es la acción y efecto de integrar o integrarse a algo y también se comprende por completar un todo con las partes que hacían falta.

Parámetro

Es un dato o información que se tiene en cuenta como indispensable y esta orientativo para lograr evaluar o valorar una determinada situación, para analizar dependiendo de los resultados.

Planeamiento

Se determina como planeamiento al proceso metodológico que se diseña con el fin de cumplir un objetivo, en términos más fácil quiere decir que el planeamiento

implica la elaboración de un plan que permita llegar a la conclusión de un fin planteado.

Prospectivo

Se le conoce como el conjunto de estudios que se llevan a cabo sobre un tema en particular, a modo de determinar lo que ocurrirá de manera prevista.

Volubles

Se tiene conocido comúnmente como el adjetivo que se emplea para identificar a una persona cuyo carácter es inconstante y cambia de opinión, gusto o estado de ánimo rápidamente.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación es básica porque basa su análisis en la revisión de una teoría para brindar explicaciones mejor sustentadas sobre las variables que se analizan, por otro lado, los resultados de estas investigaciones son las que sirven para las investigaciones del tipo aplicado. Al respecto, Ñaupas et al. (2018) menciona: “Es fundamental porque sirve de base para la investigación aplicada, y básica porque es esencial para el avance de la ciencia” (p. 134).

El nivel de investigación es descriptivo correlacional, porque su finalidad es evaluar el grado de relación que presenta el planeamiento estratégico y la gestión de cambio dentro de una organización.

Bernal (2010) afirma:

La investigación correlacional es examinar relaciones entre variables y sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea la causa de la otra. En otras palabras, la correlación examina asociaciones, pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro. (p. 114)

El enfoque de la investigación es cuantitativo, porque la recolección de datos es a través de un instrumento medible y posterior a ello se procederá a realizar un análisis estadístico, para describir los resultados obtenidos. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018) explican: “Se utiliza la recolección de información a través del instrumento que mide para luego realizar la estadística descriptiva e inferir y al final tomar una decisión con respecto a la hipótesis” (p. 7).

Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, porque en el desarrollo del

estudio no se realizó ninguna manipulación de las variables, es decir, se analizan las circunstancias a investigar y se pronostican soluciones de las variables con características existentes. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018) explican: “La investigación de diseño no experimental se da cuando no se manipula ninguna de las variables, sino que se pueden observar circunstancias existentes no provocadas con intención en la investigación por quienes lo realiza” (p. 152).

Asimismo, la investigación se realizó mediante el corte transversal, porque de acuerdo con los momentos de aplicación en la recopilación de datos, el instrumento se ejecutó en un momento único. Al respecto, Bernal (2010) indica: “La investigación seccional o transversal es aquella en la cual se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra) una única vez en un momento dado” (p. 123).

3.2. Población y muestra

Población

En la investigación la población está conformada por 30 colaboradores entre hombres y mujeres, que pertenecen a la empresa de seguridad y vigilancia SG3 Perú, que se encuentran laborando en el periodo 2020.

Tabla 1

Población de colaboradores de empresa SG3 Perú

Áreas	Número de colaboradores	%
Administrativos	9	30
Operarios y agentes	21	70
Total	30	100

Hernández y Mendoza (2018) indican: “La población es un grupo de individuos que cuentan con cualidades semejantes adentro del entorno donde presenta la circunstancia en problema” (p. 174).

El criterio de inclusión es un grupo de propiedades cuyo cumplimiento identifica

a un individuo que pertenece a la población en estudio. Tiene como finalidad delimitar a la población. En ese sentido, se delimitó la población enfocándonos al personal administrativo de la empresa SG3 Perú para realizar un análisis global en cuanto a la gestión que manejan.

Muestra

Bernal (2010) acerca de la muestra menciona: “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p. 161).

Respecto a la muestra, es preciso mencionar que en la investigación no se considera muestra, considerando que la población es un número pequeño de unidades de análisis, por otro lado, estos sujetos mostraron su predisposición por participar en la investigación; es decir, los colaboradores estaban al alcance del investigador.

3.3. Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación significativa entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Hipótesis específicas

Existe relación significativa entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Existe relación significativa entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Existe relación significativa entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

3.4. Variables – Operacionalización

Definición conceptual del planeamiento estratégico

Guanilo (2007) sostuvo que el planeamiento estratégico: “Es la pieza ideal donde se establece la conexión de los problemas encontrados y sus motivos, las metas previstas se tienen que superar y las apuestas estratégicas que se establece una actividad para poder cumplir con la meta establecida” (p. 45).

Definición operacional de planeamiento estratégico

El planeamiento estratégico es una variable que se midió considerando las tres dimensiones que indican los teóricos como son la formulación de estrategias, ejecución de estrategias, y evaluación de estrategias, asimismo, estas dimensiones se desagregaron en 9 indicadores que permitieron construir un cuestionario de 27 ítems que permite medir el planeamiento estratégico.

Tabla 2

Operacionalización de la variable planeamiento estratégico

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Formulación de estrategias	- Planteamiento - Diseño de planes - Estructuras flexibles - Políticas	1 al 9	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto [97-135] Medio [42-97> Bajo [26-42>
Ejecución de Estrategias	- Implementación de estrategias - Programación - Evaluación de	10 al 18		
Evaluación de estrategias	Resultados - Toma de medidas correctivas - Eficiencia	19 al 27		

Definición conceptual de gestión de cambio

Daft (2011) menciona:

El cambio en la gestión se impulsa por las fuerzas del ámbito, estas efímeras fuerzas agrupadas con la tecnología de punta, las inclusiones económicas nacionales, la aceptación de los mercados caseros, y el capitalismo en constante cambio en las zona regionales ante los comunistas, han atraído consigo una economía global que perjudica a todas las organizaciones tanto las grandes como las pequeñas empresas, trayendo más amenazas y oportunidades, las actuales organizaciones pasaron por el asombroso cambio en todos los departamentos operacionales. (p. 412)

Definición operacional de gestión de cambio

La gestión de cambio es una variable que se mide en cuatro dimensiones como son los cambios en la tecnología, cambios en los procesos, cambios en la estrategia y estructura y cambios en la cultura, asimismo, estas dimensiones se desagregan en 12 indicadores que se expresaron en términos de 30 ítems que permiten medir la gestión de cambio en la organización.

Tabla 3*Operacionalización la variable gestión de cambio*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Cambios en la tecnología	- Procesos de producción - Conocimiento técnico - Sistemas tecnológicos	1 al 9		
Cambios en los procesos	- Adaptabilidad - Mejora continua - Desarrollo novedoso	10 al 18	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto [157 - 178] Medio [99 - 157>
Cambios en la estrategia y estructura	- Supervisión - Administración de la organización - Control	19 al 27		Bajo [44 - 99>
Cambios en la cultura	- Ambiente laboral - Actitud - Conducta	28 al 36		

3.5. Métodos y técnicas de investigación

Métodos de investigación

En esta investigación se utilizó el método hipotético deductivo, porque permite probar las hipótesis formuladas, mediante la deducción de la información o comprobación de hipótesis; es decir, analizando el problema desde un punto de vista general para llegar a conclusiones específicas. En ese sentido, Bernal (2010) menciona: “El siguiente método se da cuando se elabora una investigación con un análisis cuantitativo, donde se comienza por la observación, después se proponen posibles respuestas, se realizarán la constatación de ellas y al final toma una decisión al respecto” (p. 80).

Respecto al método hipotético deductivo, Bernal (2010) sostiene:

En el método hipotético-deductivo (o de contrastación de hipótesis) se trata de establecer la verdad o falsedad de las hipótesis (que no podemos comprobar directamente, por su carácter de enunciados generales, o sea leyes, que incluyen términos teóricos), a partir de la verdad o falsedad de las consecuencias observacionales, unos enunciados que se refieren a objetos y propiedades observables, que se obtienen deduciéndolos de las hipótesis y, cuya verdad o falsedad estamos en condiciones de establecer directamente.

(p. 40)

Técnica

En la investigación se utilizó la técnica de la encuesta que permitió recoger los datos de las unidades de análisis, por otro lado, es preciso mencionar que la encuesta es una técnica propia de las investigaciones cuantitativas. Al respecto, Arias (2012) explica: “La encuesta es una técnica para la recolección de información aplicándolo a un grupo determinado que han sido seleccionados a través de un muestreo” (p. 85).

Arias (2012) sostuvo: “La recolección de la información es una manera escrita de un formato pueden ser en hojas o por las páginas de internet, dichos cuestionarios se aplican a la muestra de manera directa y completados sin ser alterados” (p. 85).

3.6. Descripción de instrumentos utilizados

La recopilación de los datos se realizó mediante la aplicación de dos instrumentos que midieron de manera autónoma las variables de estudio, para después presentar la correlación y si se pueden asociar estadísticamente. En primera instancia se utilizó el cuestionario para poder medir el planeamiento estratégico y después el otro cuestionario ayudó a medir la gestión de cambio. Por otro lado, es importante mencionar que toda herramienta que ayuda a recabar información tiene dos requisitos importantes: confiabilidad y validez. Entendiendo estos procedimientos,

en esta investigación se usó instrumentos confiables y validados. Sin embargo, van pasando nuevamente por el proceso de confiabilidad y validez ambos instrumentos.

Respecto a la validación de un cuestionario, Hernández y Mendoza (2018) indican: “Consiste en preguntar a expertos reconocidos sobre la correlación, oportunidad y transparencia de cada cuestionario de las variables de investigación” (p. 142). Por otro lado, respecto a la confiabilidad de un cuestionario, Hernández y Mendoza (2018) indican: “La confiabilidad es el grado donde un instrumento afirma que los resultados son coherentes, es decir, aplicarlo a una muestra en sucesión producirá resultados similares” (p. 143).

Instrumento I. Ficha técnica del cuestionario de planeamiento estratégico

Nombre : Cuestionario de planeamiento estratégico

Autor : José Luis Ignacio Corahua Horna

Procedencia : Perú

Administración : Individual

Duración : 20 minutos

Aplicación : colaboradores de la empresa SG3 PERÚ

Descripción

El planeamiento estratégico es una variable que se midió en función de tres dimensiones como la formulación de estrategias, ejecución de estrategias, y evaluación de estrategias, 9 indicadores que permitieron formular 27 ítems que constituye el instrumento y dejaron medir la percepción de los colaboradores respecto al planeamiento estratégico.

Normas de aplicación

La forma en que fue aplicada es de manera unipersonal, los trabajadores seleccionados tuvieron que valorar y responder cada ítem pertinente, resaltando los

resultados del instrumento que serán evaluados bajo los siguientes criterios: Siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2) y nunca (1).

Normas de calificación

Al instante de obtener la información del cuestionario, se deben sumar los puntos establecidos por cada dimensión, como también el total de los ítems desarrollados del instrumento, para después ubicarlos en la tabla y determinar el planeamiento estratégico y sus dimensiones.

Instrumento II. Ficha técnica del cuestionario de gestión de cambio

Nombre	: Cuestionario de gestión de cambio
Autor	: José Luis Ignacio Corahua Horna
Procedencia	: Perú
Administración	: Individual
Duración	: 20 minutos
Aplicación	: colaboradores de la empresa SG3 PERÚ

Descripción

La gestión de cambio, esta variable se mide en cuatro dimensiones como los cambios en la tecnología, cambios en los procesos, cambios en la estrategia y estructura y cambios en la cultura, 12 indicadores que se expresaron en términos de 36 ítems que constituye el instrumento y que permitirán medir la percepción de los colaboradores respecto a la variable.

Normas de aplicación

El cuestionario fue medida de forma personal a cada trabajador de la empresa, estos tuvieron que valorar y responder cada ítem de forma responsable, resaltando los resultados del instrumento que serán evaluados bajo los siguientes criterios: Siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2) y nunca (1).

Normas de calificación

La calificación del cuestionario consiste en sumar los puntos establecidos por cada dimensión, como también el total de los ítems desarrollados del instrumento, para después ubicarlos en la tablade puntuaciones para determinar la gestión del cambio y sus dimensiones.

3.7. Análisis estadístico e interpretación de los datos

La información recolectada sirvió de estudio, para que mediante un software que cuenta con un sistema estadístico e informático que se llama SPSS en la versión 22. Con la finalidad un resultado para que se analizado y tabulado, también conocer datos estadísticos como la frecuencia, moda desviación, entre otros datos pertinentes.

Está presente investigación se realizó mediante el programa SPSS y para la obtención de los resultados se elaboró una prueba piloto que consistió en una muestra más reducida que contribuyo a verificar la viabilidad de las respuestas obtenidas.

Después de eso, se realizó un análisis de fiabilidad con la muestra para obtener las calificaciones, esta prueba de analisis de consistencia interna se desarrolló mediante el alfa de Cronbach, y de acuerdo con la siguiente escala:

Tabla 4

Escala de alfa de Cronbach

Rangos	Grados
0,53 a menos	Nula confiabilidad
0,54 a 0,59	Baja confiabilidad
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1.00	Perfecta confiabilidad

Nota: Naupas et al., 2018. p. 134.

Luego se realizaron los análisis descriptivos de las variables como de sus dimensiones, estos resultados fueron evidenciados en la investigación mediante

tablas de frecuencias y gráficos de barras estadísticas.

Posteriormente se desarrolló la prueba de normalidad para identificar si rechaza o no se rechaza la hipótesis nula, se utilizó Shapiro-Wilk para la prueba de normalidad porque la muestra es menor a 50 unidades.

También, se realizó una contrastación de hipótesis para elegir que hipótesis se adecua a la variable problema que es la gestión de cambio para ver si se mantiene o rechaza la hipótesis.

Tabla 5

Escala de correlación R de Pearson

Rango	Relación
+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: Naupas et al., 2018. p. 142.

Por último, se analizan todos los resultados obtenidos por cada variable y dimensión, y poder llegar a realizar las discusiones, conclusiones y recomendaciones que se enfoquen a los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS

RESULTADOS

4.1. Validación del instrumento

Validez del instrumento planeamiento estratégico

La validez de contenido del instrumento de planeamiento estratégico se definió a través de criterios de los jueces expertos que tienen conocimiento del tema desarrollado, teniendo en consideración la experiencia temática, metodológica y estadística, los cuales definen la autenticidad y pertinencia del contenido del instrumento. En consecuencia, los resultados de los jueces tienen el calificativo de aplicabilidad.

Tabla 6

Resultados de validación del cuestionario de planeamiento estratégico

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe	Aplicable
Mag. Gilberth Pesantes Calderón	Aplicable
Ing. Antero Otoniel Ortiz Chaves	Aplicable

Validez del instrumento gestión de cambio

La validez de contenido del instrumento de gestión de cambio se definió a través de ciertos criterios de los jueces, maestros que tienen conocimiento en la temática desarrollada siendo considerado para esta prueba los patrones temático, metodológico y estadístico, los cuales definen la autenticidad y pertinencia de los ítems considerados. En consecuencia, los resultados de los jueces tienen el calificativo de aplicabilidad.

Tabla 7

Resultados de validación del cuestionario de gestión de cambio

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe	Aplicable
Mag. Gilberth Pesantes Calderón	Aplicable
Ing. Antero Otoniel Ortiz Chaves	Aplicable

4.1.1. Análisis de fiabilidad

Fiabilidad del instrumento planeamiento estratégico.

El análisis de consistencia interna de la prueba de planeamiento estratégico fue desarrollado mediante la aplicación del estadígrafo alfa de Cronbach, considerando que el cuestionario presenta una escala de Likert con cinco alternativas.

Tabla 8

Análisis de fiabilidad del instrumento de planeamiento estratégico

Alfa de Cronbach	N de elementos
,975	27

Conforme se puede observar en la tabla 8, al ejecutar el estadístico alfa de Cronbach se obtuvo un resultado de 0.975, el cual es mayor a 0.9, de tal forma que el instrumento tiene una confiabilidad excelente por dar en el intervalo de 0.9 a 0.99 obteniendo como consecuencia que el instrumento es aplicable para la recolección de datos.

Fiabilidad del instrumento gestión de cambio.

El análisis de consistencia interna de la prueba de gestión de cambio fue desarrollado mediante la aplicación del estadístico alfa de Cronbach, puesto que el cuestionario presenta una escala de Likert con cinco alternativas.

Tabla 9

Análisis de fiabilidad del instrumento de la variable gestión de cambio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,943	36

Conforme se puede observar en la tabla 9, al ejecutar el estadístico alfa de Cronbach se obtuvo un resultado de 0.943, de tal forma que el instrumento tiene una confiabilidad excelente, por lo tanto, el cuestionario es aplicable para la recolección de datos.

4.2. Resultados descriptivos de las variables

Resultados descriptivos de la variable planeamiento estratégico

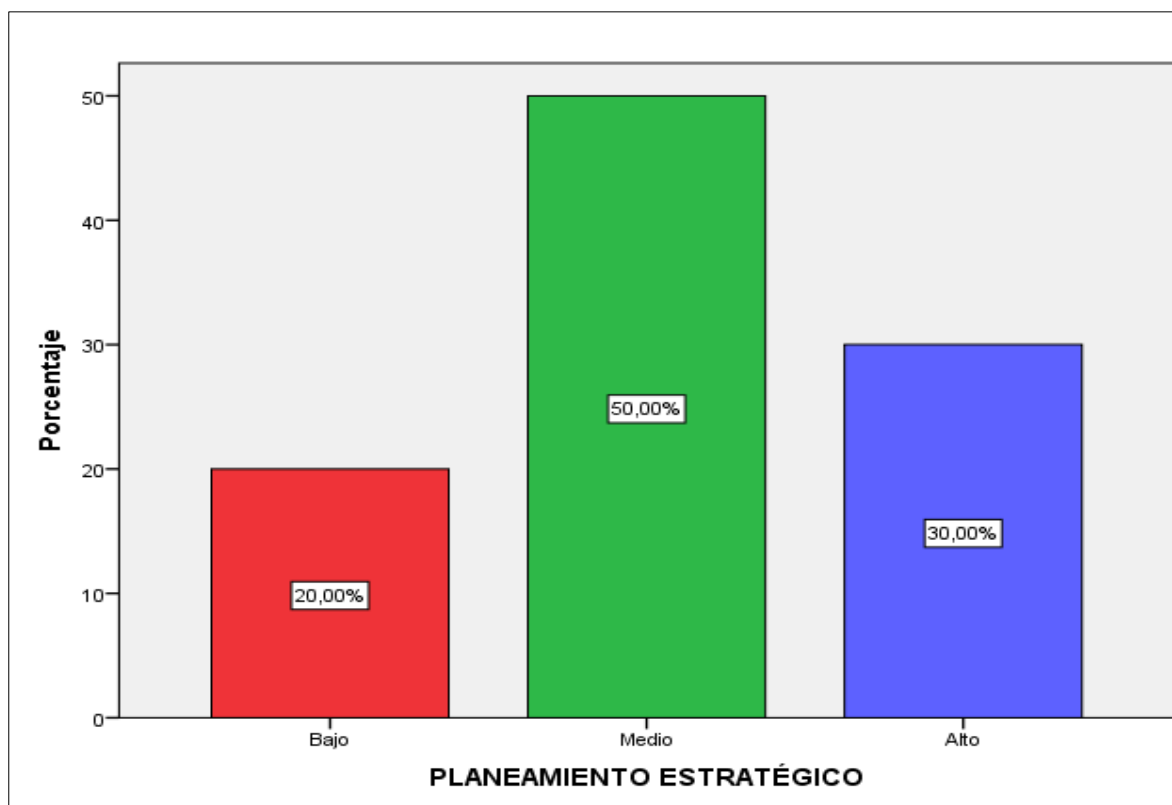
Tabla 10

Análisis descriptivo de la variable planeamiento estratégico

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	6	20,0
Medio	15	50,0
Alto	9	30,0
Total	30	100,0

Figura 1

Análisis descriptivo de la variable planeamiento estratégico



Se puede observar en la figura 1 que 15 colaboradores que representan un 50% que estiman al planeamiento estratégico en un nivel medio, 9 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 30% que estiman en un nivel alto y por último 6 colaboradores que representan al 20% lo estiman en un nivel bajo. Por ende, se tiene la certeza que hay una notable incertidumbre en la mayoría de los colaboradores

porque no tienen claro o desconocen los planes estratégicos de la empresa.

Resultados descriptivos de la variable gestión de cambio

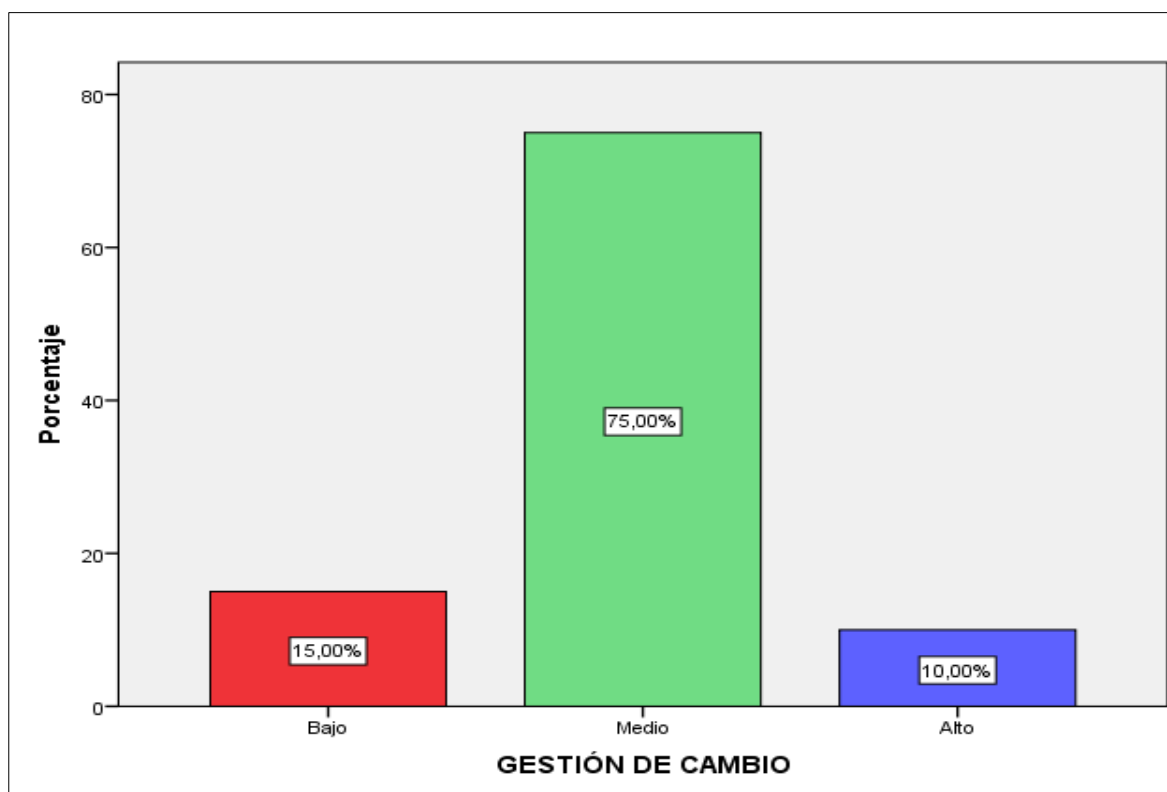
Tabla 11

Análisis descriptivo de variable gestión de cambio

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	5	15,0
Medio	22	75,0
Alto	3	10,0
Total	30	100,0

Figura 2

Análisis descriptivo de la variable gestión de cambio



Se puede observar en la figura 2 que 22 colaboradores que representan un 75% estiman a la gestión de cambio en un nivel medio, 5 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 15% que refleja un nivel bajo y por último 3 colaboradores que representan al 10% lo que estiman un nivel alto. Según los resultados tenemos evidencia que hay un problema relevante, ya que los

colaboradores indican que no se aplica a profundidad y eficiencia la gestión del cambio.

4.3. Resultados descriptivos de las dimensiones

Resultados descriptivos de las dimensiones planeamiento estratégico

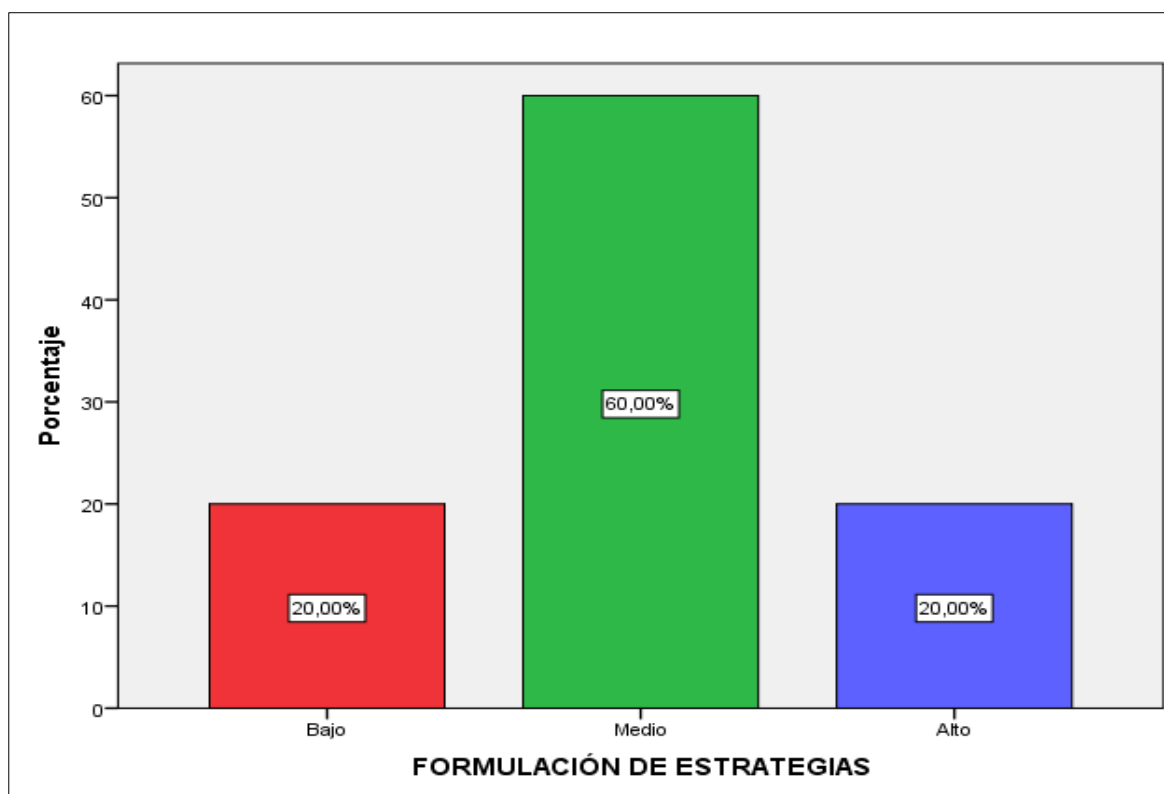
Tabla 12

Análisis descriptivo de la dimensión formulación de estrategias

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	6	20,0
Medio	18	60,0
Alto	6	20,0
Total	30	100,0

Figura 3

Análisis descriptivo de la dimensión formulación de estrategias



En la figura 3 se puede observar que 18 colaboradores que representan un 60% que estiman a la dimensión formulación de estrategias en un nivel medio, 6 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 20% que refleja un nivel alto y

por último 6 colaboradores que representan al 20% lo que estiman un nivel bajo. Según los resultados obtenidos tenemos evidencia que hay un problema importante, ya que existe un bajo porcentaje de trabajadores que indican que son pocas las veces que formulan estrategias y el resto saben poco o desconocen de ellas.

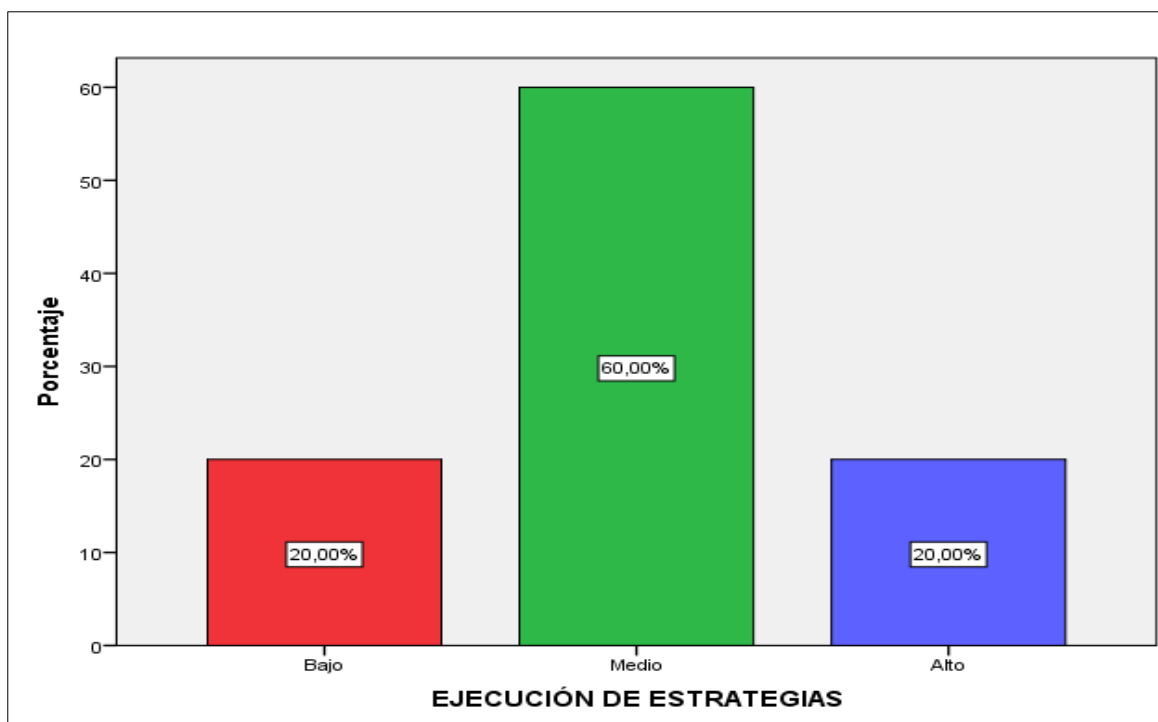
Tabla 13

Análisis descriptivo de la dimensión ejecución de estrategias

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	6	20,0
Medio	18	60,0
Alto	6	20,0
Total	30	100,0

Figura 4

Análisis descriptivo de la dimensión ejecución de estrategias



Se puede visualizar en la figura 4 que 18 colaboradores que representan un 60% estiman a la dimensión ejecución de estrategias en un nivel medio, 6 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 20% que refleja un nivel alto y por último 6 colaboradores que representan al 20% lo que estiman un nivel bajo. Estos

resultados obtenidos permiten evidenciar que hay una dificultad notable, porque la ejecución de estrategias no se ejecuta como se tenían formuladas o falta de conocimiento de ellas.

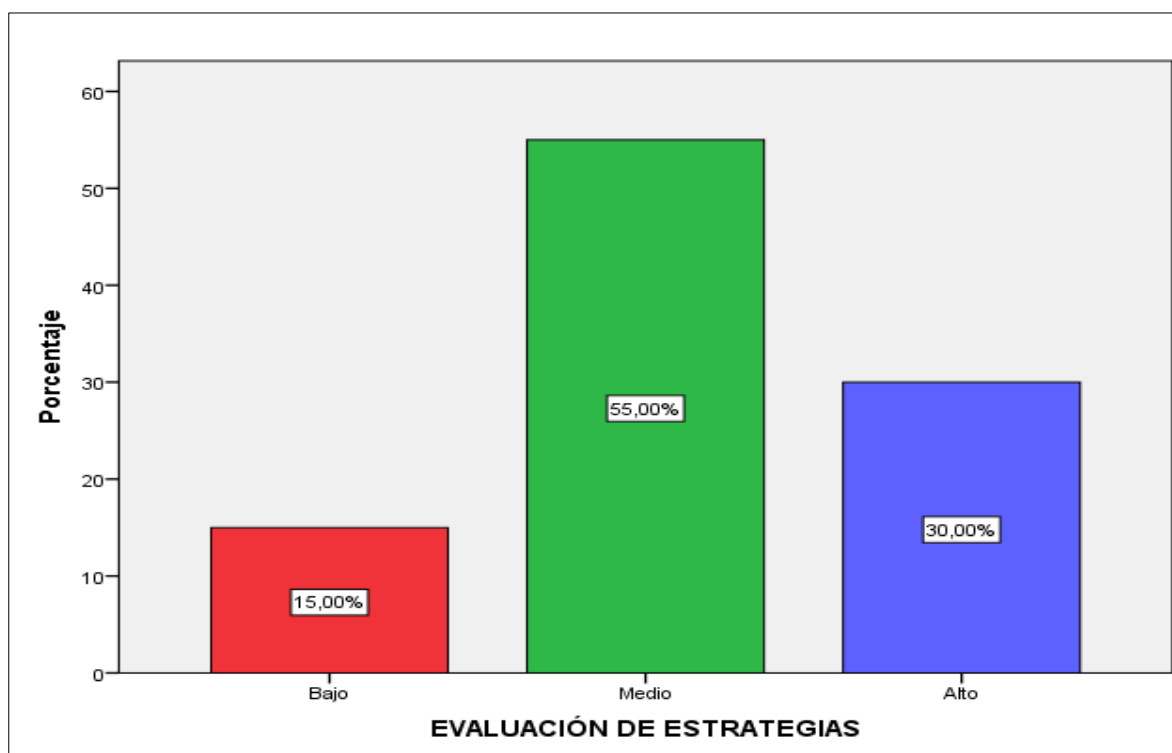
Tabla 14

Análisis descriptivo de la dimensión evaluación de estrategias

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	5	15,0
Medio	16	55,0
Alto	9	30,0
Total	30	100,0

Figura 5

Análisis descriptivo de la dimensión evaluación de estrategias



En la figura 5 se puede observar que 16 colaboradores que representan un 55% estiman a la dimensión evaluación de estrategias en un nivel medio, 9 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 30% que refleja un nivel alto y por último 5 colaboradores que representan al 15% lo que estiman un nivel bajo. Estos

resultados permiten evidenciar que hay un problema crucial, porque los colaboradores indican que son pocas las veces que evalúan las estrategias por ende no resulta favorable al aplicarlas en la empresa.

Resultados descriptivos de las dimensiones gestión de cambio

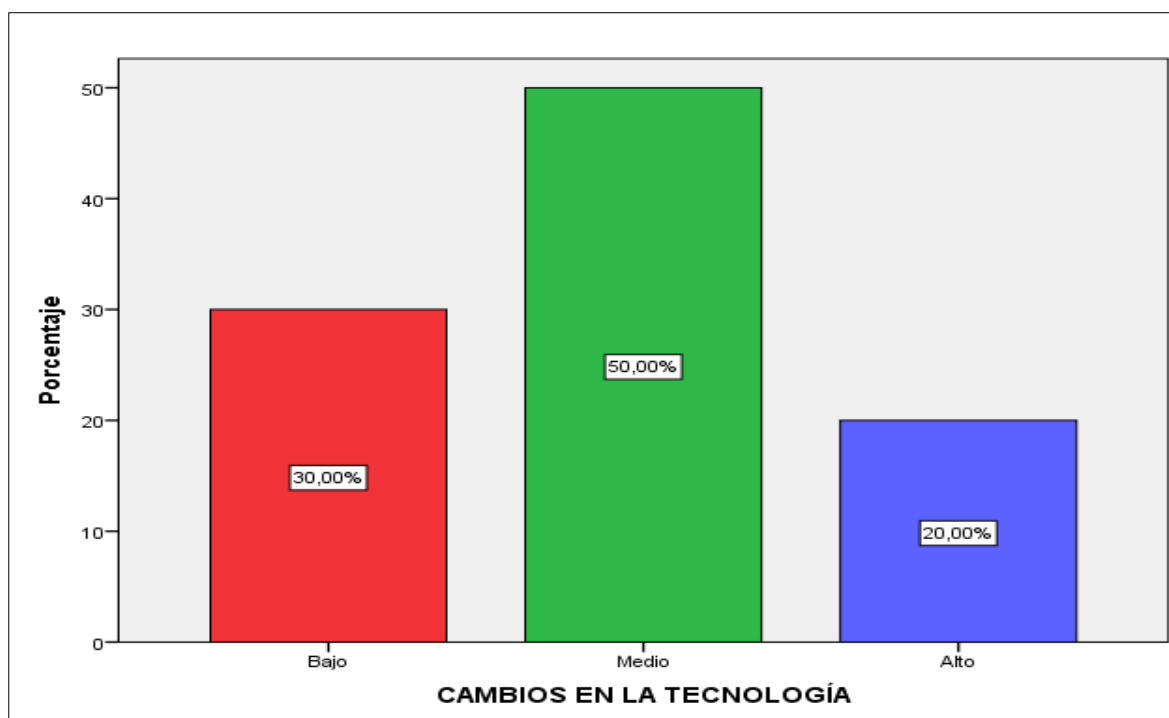
Tabla 15

Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la tecnología

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	9	30,0
Medio	15	50,0
Alto	6	20,0
Total	30	100,0

Figura 6

Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la tecnología



En la figura 6 se puede observar que 15 colaboradores que representan un 50% estiman a la dimensión cambios en la tecnología en un nivel medio, 9 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 30% que refleja un nivel bajo y por último 6 colaboradores que representan al 20% lo que estiman un nivel alto. Los

resultados obtenidos indica que hay una deficiencia muy común, porque los colaboradores indican que son pocas las veces en que se pone en marcha los cambios en la tecnología.

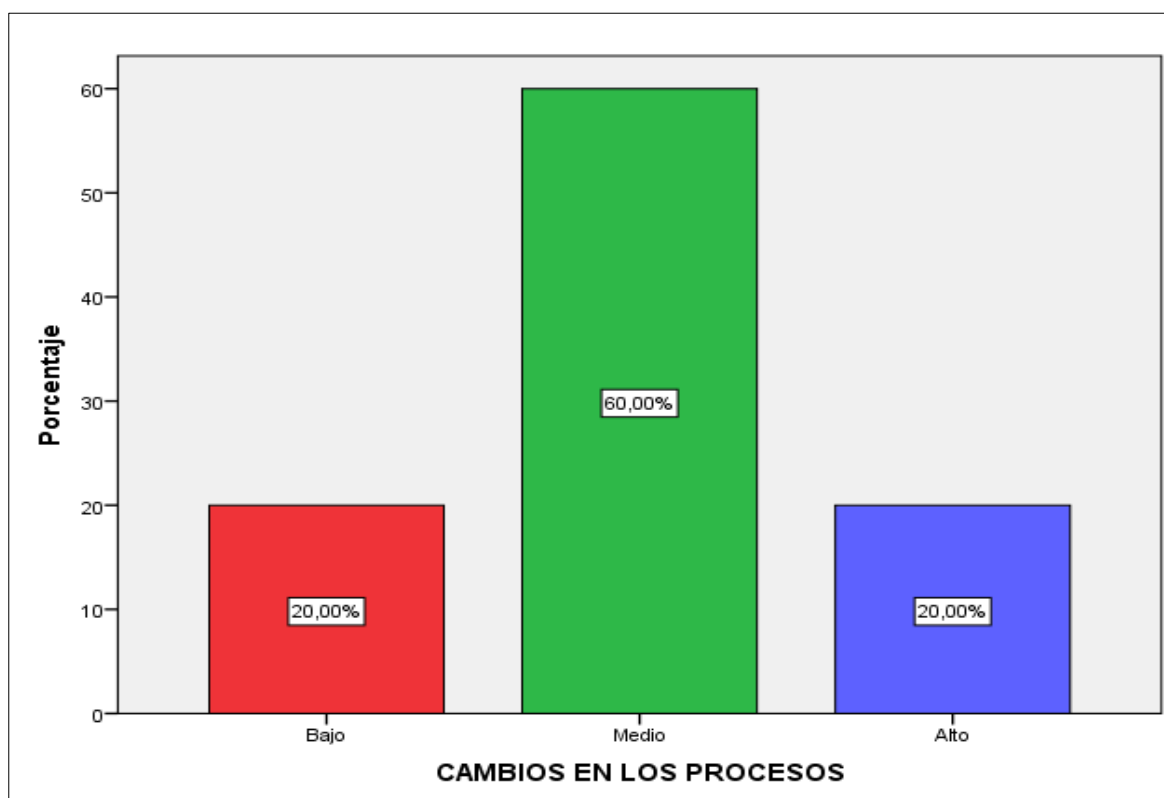
Tabla 16

Análisis descriptivo de la dimensión cambios en los procesos

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	6	20,0
Medio	18	60,0
Alto	6	20,0
Total	30	100,0

Figura 7

Análisis descriptivo de la dimensión cambios en los procesos



En la figura 7 se puede observar que 18 colaboradores que representan un 60% estiman a la dimensión cambios en los procesos en un nivel medio, 6 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 20% que refleja un nivel alto y por último 6 colaboradores que representan al 20% lo que estiman un nivel bajo. Los

resultados obtenidos evidencian que hay un problema en los cambios de los procesos ya que mucho de colaboradores no tienen el conocimiento necesario para adaptarse ante la incorporación de ellos.

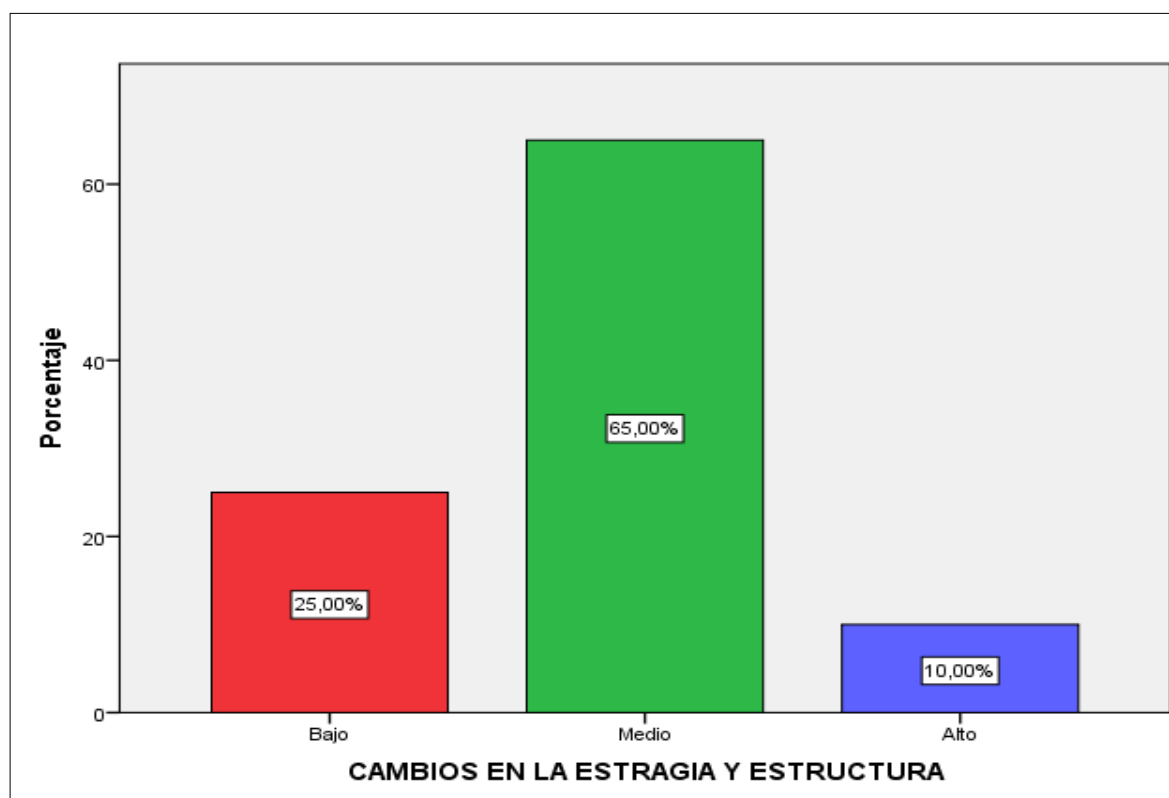
Tabla 17

Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la estrategia y estructura

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	8	25,0
Medio	19	65,0
Alto	3	10,0
Total	30	100,0

Figura 8

Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la estrategia y estructura



En la figura 8 se puede observar que 19 colaboradores que representan un 65% estiman a la dimensión cambios en la estrategia y estructura en un nivel medio, 8 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 25% que refleja un nivel bajo y por último 3 colaboradores que representan al 10% lo que estiman un nivel alto. Los

resultados obtenidos evidencian que hay un problema con respecto a los cambios de en la estrategia y estructura, ya que al implementar una nueva estructura estratégica no se ejecuta eficazmente, ya que no cumple con las expectativas previstas según los colaboradores de la empresa.

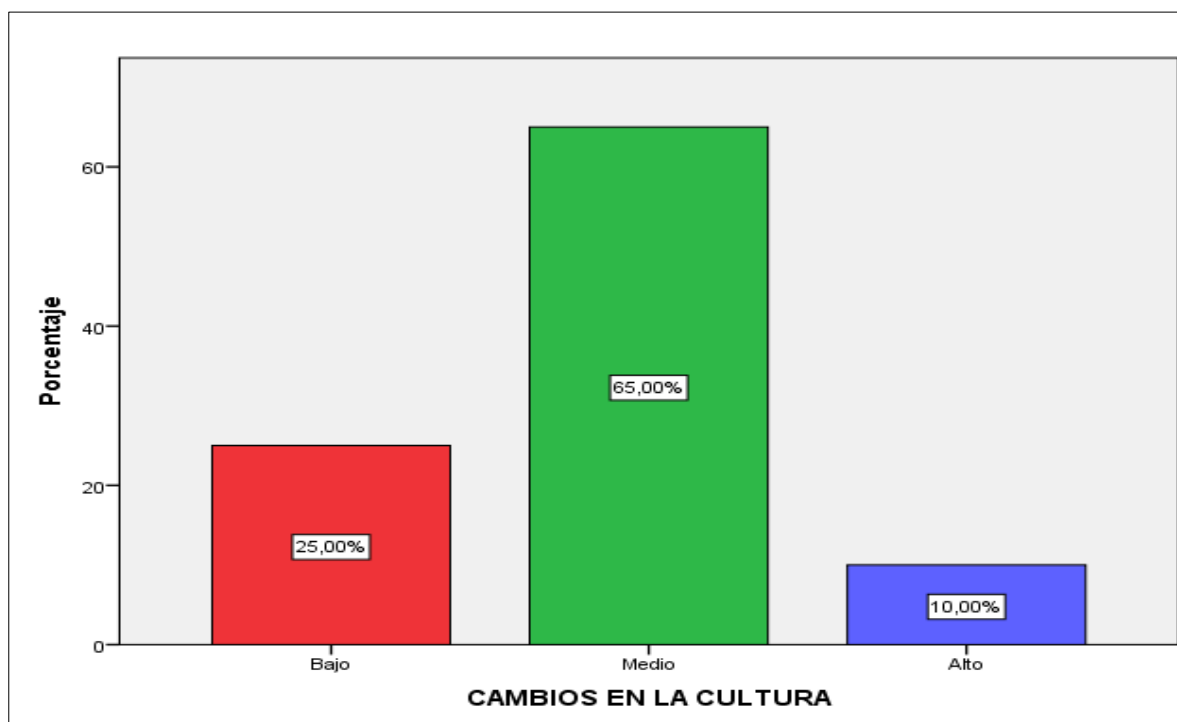
Tabla 18

Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la cultura

	Colaboradores	Porcentaje
Bajo	8	25,0
Medio	19	65,0
Alto	3	10,0
Total	30	100,0

Figura 9

Análisis descriptivo de la dimensión cambios en la cultura



En la figura 9 se puede observar que 19 colaboradores que representan un 65% estiman a la dimensión cambios en la cultura en un nivel medio, 8 colaboradores que se encuestaron tuvieron afinidad al 25% que refleja un nivel bajo y por último 3 colaboradores que representan al 10% lo que estiman un nivel alto. Según los

resultados obtenidos se puede decir que existe un problema con respecto a la difusión de la cultura, ya que los colaboradores indican que desconocen sus modificaciones o cambios que realiza la organización.

4.4. Resultados descriptivos de las variables relacionadas

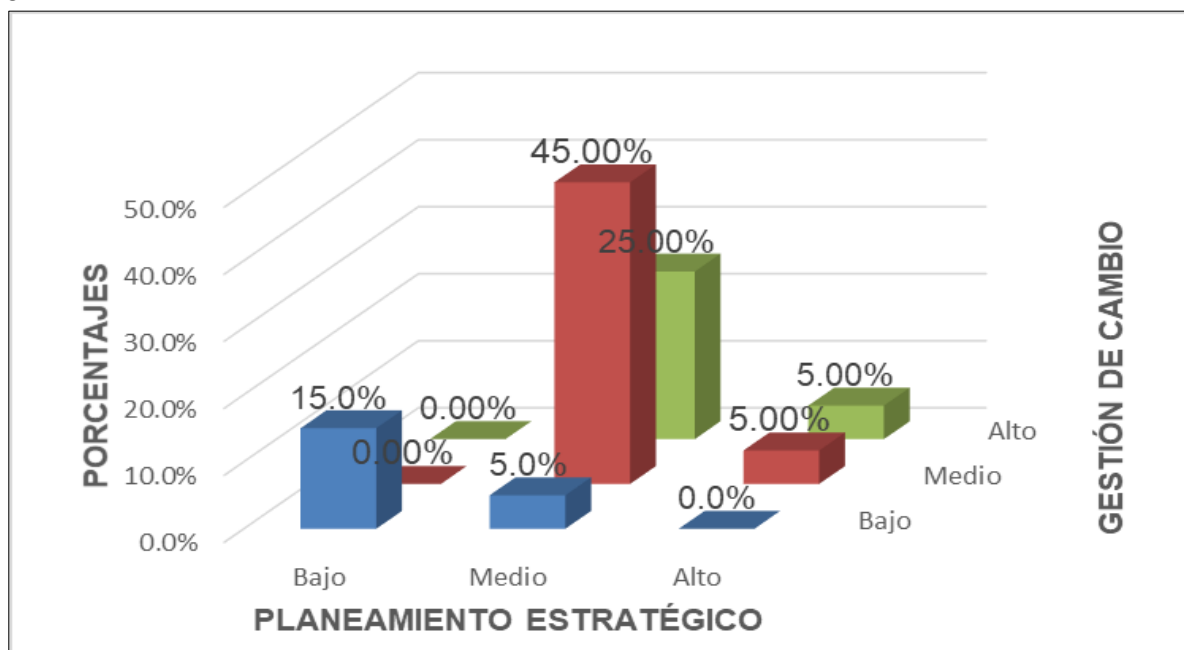
Tabla 19

Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio

Planeamiento Estratégico	Gestión de cambio						Total	
	Bajo		Medio		Alto		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%		
Bajo	5	15.0%	3	5.0%	0	0.0%	6	20.0%
Medio	0	0.0%	10	45.0%	2	5.0%	15	50.0%
Alto	0	0.0%	8	25.0%	2	5.0%	9	30.0%
Total	5	15.0%	21	75.0%	4	10.0%	30	100.0%

Figura 10

Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio



Se puede observar en la tabla 19 y figura 10 la descripción relacionada a las variables de estudio, donde se puede apreciar que el 15,0% de encuestados

contemplan la relación entre las variables de estudio como bajo. Asimismo, el 45% de los encuestados consideran esta relación como medio, de igual forma el 5.0% de los encuestados afirman que la relación es alta; probando así que hay una relación positiva y directa con las variables planeamiento estratégico y gestión de cambio, de tal manera que se pueda validar con la prueba de hipótesis.

4.5. Prueba de la normalidad para la variable de estudio

H₀. La variable gestión de cambio presenta una distribución normal.

H_a. La variable gestión de cambio difiere una distribución normal.

Tabla 20

Resultado de la prueba de normalidad de la variable gestión de cambio

	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de cambio	,913	20	,072

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se observa en la tabla 20 los resultados de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk a la variable gestión del cambio donde se percibe que la mayoría de los datos se aproximan a una distribución de contraste normal en la variable gestión de cambio, ya que el coeficiente adquirido es significativo es 0.072; por consecuencia del resultado se opta por aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna, de manera que la prueba de estadística a utilizar debe ser paramétrica, en el caso de la investigación las pruebas estadísticas inferenciales se empleó la R de Pearson.

4.6. Procedimientos correlacionales

Contraste de la hipótesis general

H₀. No existe relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

H_a. Existe relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Tabla 21

Resultado de correlación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio

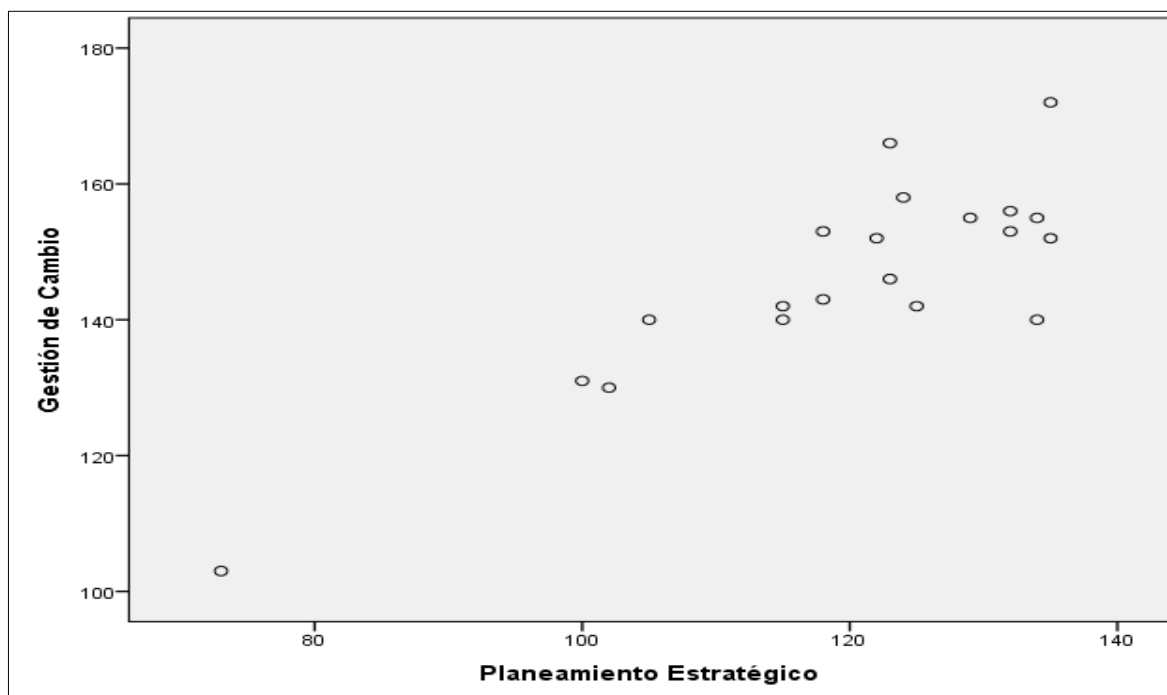
		Gestión de cambio
	Correlación de Pearson	,848**
Planeamiento estratégico	Sig. (bilateral)	,000
	N	20

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 21 se puede apreciar los resultados de la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio, mediante el estadístico R de Pearson que asciende a 0.848 con un nivel de significancia de 0,000 que es menor a 0,05 por consiguiente, se puede decir que existe una correlación positiva alta respecto a las variables, lo cual rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, estableciendo que existe una correlación positiva alta entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Figura 11

Gráfico de dispersión de la variable planeamiento estratégico y gestión del cambio



Se puede observar en la figura 11 los resultados del gráfico de dispersión, en donde muestra que existe una relación positiva directa entre las variables

planeamiento estratégico y gestión de cambio, en otras palabras, se evidencia que mientras más altos salgan los puntajes de la variable planeamiento estratégico, mayores serán los puntajes de la variable gestión de cambio.

Contrastación de hipótesis específica 1

H₀. No existe relación entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

H₁. Existe relación entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Tabla 22

Resultado de correlación entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio

		Gestión de cambio
Formulación de estrategias	Correlación de Pearson	,817**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	20

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)

En la tabla 22 se visualiza los resultados de correlación entre la dimensión formulación de estrategias y la variable gestión de cambio con un estadístico R de Pearson que asciende a 0,817, con un nivel de significancia de 0,000 siendo este menor al 0,05 es por ello, que se puede decir que existe una correlación positiva alta entre la dimensión y la variable, lo cual la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alterna es la aceptada, determinando así que existe una correlación positiva alta entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Contrastación de hipótesis específica 2

H₀. No existe relación entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

H₂. Existe relación entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la

empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Tabla 23

Resultado de correlación entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio

		Gestión de cambio
	Correlación de Pearson	,795**
Ejecución de estrategias	Sig. (bilateral)	,000
	N	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)

En la tabla 23 se visualiza los resultados de correlación entre la dimensión ejecución de estrategias y la variable gestión de cambio con un estadístico R de Pearson que asciende a 0,795 con un nivel de significancia de 0,000 siendo este menor al 0,05 es por ello, que se puede decir que existe una correlación positiva alta entre la dimensión y la variable, lo cual la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alterna es la aceptada, determinando así que existe una correlación positiva alta entre al ejecución de estrategias y la variable gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Contrastación de hipótesis específica 3

H₀. No existe relación entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

H₃. Existe relación entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

Tabla 24

Resultado de correlación entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio

		Gestión del cambio
	Correlación de Pearson	,848**
Evaluación de estrategias	Sig. (bilateral)	,000
	N	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)

En la tabla 24 se visualiza los resultados de correlación entre la dimensión evaluación de estrategias y la variable gestión de cambio con un estadístico R de Pearson que asciende a 0,848 con un nivel de significancia de 0,000 siendo este menor al 0,05 es por ello, que se puede decir que existe una correlación positiva alta entre la dimensión y la variable, lo cual la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alterna es la aceptada, determinando así que existe una correlación positiva alta entre la evaluación de las estrategias y la variable gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.

CAPÍTULO V
DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

5.1. Discusiones

De acuerdo con los instrumentos aplicados que se utilizaron para la recolección de datos, siendo sometidos bajo un criterio de validez de contenido y confiabilidad, dando como resultado niveles excelentes de confiabilidad. Respecto al cuestionario de planeamiento estratégico presenta un alfa de Cronbach de 0,975 y respecto al cuestionario de gestión de cambio un resultado alfa de Cronbach de 0,943 siendo mayor al 0,90, demostrando que ambos instrumentos son satisfactoriamente confiables para el recojo de información de la muestra.

Respecto con los resultados obtenidos en el contraste de la hipótesis general por medio del estadístico de correlación R de Pearson se obtuvo el resultado de 0,848 a un nivel de significancia de 0,000, eso quiere decir que existe una correlación positiva alta entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio. Dichos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Zevallos (2018) en su tesis *Planeamiento estratégico y gestión del cambio según trabajadores administrativos de la Dirección de Redes Integradas Lima Centro, 2018*, donde se encontró que las variables de estudio de planeamiento estratégico y gestión del cambio en los colaboradores administrativos de la dirección de redes integradas en Lima tienden a relacionarse y se puede concluir que existe una relación directa y significativa entre ambas variables lo que esto se demuestra con el estadísticos de Spearman (sig. bilateral = .000 < 0.05, Rho = 0,424). Estos resultados permiten indicar que existe deficiencia en los conocimientos y habilidades de los colaboradores que les impide llevar a cabo con éxito los planeamientos estratégicos planteados por los directivos, donde inciden de manera positiva moderada con la gestión de cambios favorables, ya que si ese emplea de manera positiva y beneficiosa permitiría a los colaboradores estar más preparados e involucrados para conseguir mayores conocimientos de los

diversos proyectos de la empresa, lo que a su vez generara que los colaboradores estén satisfechos y motivados en sus puestos de trabajo.

Respecto a los resultados obtenidos en la comprobación de la hipótesis específica 1 mediante el estadístico se obtuvo un resultado de R de Pearson que asciende a 0,817 a un nivel de significancia $p=0,000$ siendo menor al 0,05 por tal motivo, se puede decir que existe una correlación positiva alta entre la dimensión formulación de estrategias y gestión de cambio. Estos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Pacheco y Marcelo (2018) en su tesis *Análisis de la gestión estratégica y su relación con el cambio organizacional en la Municipalidad Provincial de Pasco – 2016*, quienes concluyen que existen relaciones significativas entre las políticas organizacionales y la gestión de cambio (T calculado de $44.37 > T_t = 1.97$). Estos resultados indican que es importante implementar políticas organizacionales orientadas al cambio con la finalidad de que el cambio forme parte de la cultura de la empresa y que a la vez fomente la estabilidad, posicionamiento y el crecimiento futuro de la empresa.

Respecto a los resultados obtenidos en la comprobación de la hipótesis específica 2 mediante el estadístico se obtuvo un resultado de R de Pearson que asciende a 0,795 a un nivel de significancia de 0.000 es decir que existe una correlación positiva alta entre la ejecución de estrategia y la gestión de cambio. Dichos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Zevallos (2018) en su tesis *Planeamiento estratégico y gestión del cambio, según trabajadores administrativos de la Dirección de Redes Integradas de Lima Centro 2018*, quien demuestra que la ejecución de estrategias se relaciona a nivel moderado con la gestión de cambio ($r=0.428$; $\text{Sig.}=0.000$). Estos resultados permiten indicar que la ejecución de estrategias debe permitir a las empresas mantener un estado de constante evolución,

manteniendo a los colaboradores motivados y productivos mediante la aplicación de tecnología de punta y con procedimientos sofisticados.

Respecto a los resultados obtenidos en la comprobación de la hipótesis específica 3 mediante el estadístico se obtuvo un resultado de R de Pearson que asciende a 0,848 con un nivel de significancia de 0.000 es decir que existe una correlación positiva alta en la dimensión evaluación de estrategias y la gestión de cambio. Dichos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Zevallos (2018) en su tesis *Planeamiento estratégico y gestión del cambio, según trabajadores administrativos de la Dirección de Redes Integradas de Lima Centro 2018*, quien demuestra que la evaluación de estrategias se relaciona con el nivel moderado la gestión de cambio ($r=0.328$; $\text{Sig.}=0.000$). Estos resultados permiten mencionar que la aplicación de los procesos del planeamiento estratégico debe ser evaluados de forma constante pues los colaboradores necesitan adaptarse a las nuevas realidades de cambio, asimismo se debe evaluar la asignación de recursos y la modificación de los procesos de transición. Ambas investigaciones tienen mucha relevancia y similitud en cuanto a la proposición de considerar al planeamiento estratégico como un instrumento eficaz e indispensable en la gestión pública, porque permite que la empresa piense en futuro, por ende, en crecer y todas las partes involucradas salgan beneficiadas.

5.2. Conclusiones

Primero. Existe correlación positiva alta entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020 con un valor de significancia de 0.000. Se concluye que si se conocen y analizan exhaustivamente más lo que plantean los administrativos y se difunde con todos en la organización, habrá más mejoras en las capacidades cognitivas y se desarrollará más el capital

humano en lo que respecta a la gestión de cambio.

Segundo. Existe correlación positiva alta entre la dimensión formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020 con un valor de significancia de 0.000. Se concluye que la información que tienen los directivos para poder idear estrategias no siempre es analizada minuciosamente, por lo que una gestión innovadora analizando todos los parámetros por todas las áreas de la empresa y estas involucradas a todos en la organización, aportaría en gran parte a obtener mejores resultados.

Tercero. Existe correlación positiva alta entre la dimensión ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú en Villa El Salvador, 2020 con un valor de significancia de 0.000. Se concluye que al ejecutar una estrategia de manera incompleta o simplemente no seguirlas, conlleva a tomar decisiones desesperadas de parte de los directivos, realizando una gestión nueva y apresurada para afrontar los resultados desfavorables, perjudicando muchas veces a los trabajadores de la empresa.

Cuarto. Existe correlación positiva alta entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020 con un valor de significancia de 0.000. Se concluye que, al evaluar correctamente las estrategias que desean implementar los directivos contribuirán a tener una gestión innovadora muy beneficiosa, para eso se tiene analizar todos los escenarios posibles y si es que sucede algún imprevisto adelantarse a solucionarlas.

5.3. Recomendaciones

Respecto al objetivo general, se recomienda a los directivos de la empresa innovar la gestión que actualmente se utiliza mediante un plan de acción con un análisis y evaluación minuciosa para así alcanzar los objetivos organizacionales, el

cual ayuden al crecimiento de la empresa, ya que se ha demostrado que existe relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio. Las actividades propuestas son:

- Se recomienda a los directivos el crear e implementar un área de control de calidad que tenga todo el respaldo de la alta gerencia, quien será la encargada de supervisar, controlar y auditar la gestión y los procesos de las distintas áreas de la organización, a fin de lograr que se respeten y se cumplan los acuerdos establecidos en el directorio y las distintas gerencias, al establecer las mejoras que requiere la empresa para lograr la estabilidad organizacional a corto y/o mediano plazo.
- Se recomienda a los directivos que tiene la responsabilidad de planificar las estrategias de las distintas áreas de la empresa y se reúnan constantemente para buscar oportunidades de mejora de tal forma que al tomar una decisión en conjunto sea para el beneficio de todos en la empresa.
- Capacitar al personal de vigilancia dándoles a conocer los proyectos que la organización plantea, para poder involucrarlos y comprometerlos con los planes futuros de la organización.
- Se debe innovar la gestión cuando sea necesarios en el momento que no se cumplan con los objetivos y de tal forma poder lograr una eficiencia en los colaboradores de la Empresa SG3 Perú.
- Mejorar la comunicación entre el jefe y subordinado a través de un feedback y briefing con fines conocer los problemas que ocurrieron y ocurren con respecto a la empresa o al cliente para que en un corto plazo poder tener una mejora continua.
- Comprometer a la gerencia de operaciones y al personal de vigilancia a

participar de las reuniones de reforzamiento trimestral, donde se le brinde alcances de casuísticas del servicio que brindan en las instalaciones del cliente y al mismo tiempo ambas partes puedan interactuar constantemente.

En relación con el primer objetivo específico, se recomienda que en la dimensión formulación de estrategias se analicen y compartan con todos los miembros del directorio la información, de tal forma tomar decisiones en conjunto para gestionar eficiente los planes a futuro.

- Se deberán establecer objetivos a corto y mediano plazo por cada departamento y compartir la información con todos los departamentos de la organización.
- Verificar si los colaboradores realmente conocen y entienden sus funciones mediante exámenes o pruebas semanalmente para corroborar su comprensión.

En relación con el segundo objetivo específico, se recomienda que en la dimensión de ejecución de estrategias se debe realizar una prueba piloto para verificar si al ejecutar las estrategias de cada área serán beneficiosas o perjudiciales para la empresa.

- El área de control de calidad deberá de rendir un reporte semanal a la gerencia general del desempeño de las distintas áreas supervisadas según su planificación.
- Se sugiere al directorio encomendar al área de control de calidad como parte de su función el implementar una sección de reclamos y/o de sugerencias para la participación de todo el personal de la empresa.

En relación con el tercer objetivo específico, se recomienda que en la dimensión evaluación de estrategias, realizar una evaluación constante tanto antes,

durante y después que se implementa alguna estrategia y poder gestionarla de manera que se requiera.

- Se requiere que el área de control de calidad (encargada de reflotar el buen funcionamiento organizacional) ponga en constante conocimiento a los directivos de la empresa los avances logrados mensualmente o según su planificación) con medidores de control, indicadores y resultados estadísticos (con información verídica y real), que pongan en evidencia el buen desempeño de la organización.
- Se sugiere una comunicación constante con el cliente para saber qué tan a gusto se siente con el servicio que la empresa brinda al ejecutar nuevas estrategias.

REFERENCIAS

- Andía, W. (2011). *Planeamiento estratégico en el sector público*. Arte y Pluma.
- Andía, W. (2017). *Manual de gestión pública*. Arte y Pluma.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Pearson.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: Administración* (3ª ed.). Pearson.
- Cardona, L. (2018). Gestión de cambio en las organizaciones. *Laboreal*, 12(2), 1-36.
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría de la administración*, McGraw-Hill.
- Choque, R. (2016). *Planeamiento estratégico*. Macro.
- Contreras, J. (2018). *Gestión del cambio organizacional como herramienta para promover la eficiencia del capital humano en las pequeñas empresas caso de estudio de una pequeña empresa de la ciudad de Bogotá-Colombia, 2015-2017* [Tesis de maestría, Universidad de Buenos Aires]. Repositorio Institucional UBA. http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0946_ContrerasSanchezJ.pdf
- Daft, R. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. Morata.
- David, F. (2013). Gestión del cambio: una propuesta metodológica desde el proceso estratégico. *Revista digital PUC*, 15(49), 103-124. <http://www.revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/14870>
- Díaz, F. (2010). *Conceptos de la administración estratégica* (10ª ed.). Pearson.
- Duarte, M. (2020). *Gestión del cambio organizacional* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Cayetano Heredia]. Repositorio Institucional UPCH. <https://repositorio.upch.edu.pe/handle/20.500.12866/8962>
- Fernández, E. (2013). *Plan estratégico en la gestión de las comisiones en los administrativos de Institución prestadora de Servicios de Salud* [Tesis de maestría no publicada]. Universidad de Las Américas.
- Guanilo, C. (2007). *Planeamiento Estratégico*. Fondo Editorial de la UIGV.

- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018) *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixtas*. McGraw-Hill.
- Kronos, J. (2019). *La gestión del cambio en las organizaciones*. Pirámide.
- López, N. (2007). *Como gestionar la innovación en las pymes*. Netbiblo.
- Martínez, E., Carrasco, C. y Bull, M. (2018). Propuesta metodológica para implementar la primera fase del modelo de gestión del cambio organizacional de Lewin. *EG. Estudios Generales*, 34(146), 88-98.
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v34n146/0123-5923-eg-34-146-00088.pdf>
- Martínez, Y. (2013). *La gestión empresarial equilibrando objetivos y valores*. Díaz de Santos
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de tesis (5ª ed.)*. Ediciones de la U.
- Pacheco, S. y Marcelo, A. (2018). *Análisis de la gestión estratégica y su relación con el cambio organizacional en la Municipalidad Provincial de Pasco – 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. Repositorio Institucional UNDAC. <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/775>
- Ramírez, J. (2017). *Planificación estratégica en la dirección estratégica en un organismo superior de contrataciones del Estado, Lima 2017* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/6899>
- Rivera, R. (2007). *Gestión del cambio: una propuesta metodológica desde el proceso estratégico* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/14870>

- Sánchez, S. (2015). *Gestión de las comisiones y la calidad de atención en el hospital de la base naval. Callao* [Tesis de maestría no publicada]. Universidad San Martín de Porres.
- Suarez, M., Álvarez, M. y Vásquez, M. (2020). La gestión de cambio organizacional: variables asociadas para una implementación exitosa. *Ciencia, economía y negocios*, 4(1), 2-15.
<https://revistas.intec.edu.do/index.php/ciene/article/view/1793/2321>
- The Katzenbach Center. (2016, febrero). *10 principios de la cultura organizacional*. Strategy & Business. <https://www.strategy-business.com/feature/10-Principles-of-Organizational-Culture>
- Zevallos, F. (2018) *Planeamiento estratégico y gestión del cambio según trabajadores administrativos de la Dirección de Redes Integradas Lima Centro, 2018* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23370>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Planeamiento estratégico y gestión de cambio del personal administrativo de la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador-2020

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			
Problema general ¿Qué relación existe entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 PERÚ, Villa El Salvador - 2020? Problemas específicos ¿Qué relación existe entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 PERÚ, Villa El Salvador - 2020? ¿Qué relación existe	Objetivo general Establecer la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020. Objetivos específicos Establecer la relación entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020.	Hipótesis general Existe relación significativa entre el planeamiento estratégico y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020. Hipótesis específicas Existe relación significativa entre la formulación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.	Variable 1: Planeamiento estratégico			
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos
			Formulación de estrategias	- Planteamiento - Diseño de planes - Estructuras flexibles	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto [97-135] Medio [42-97] Bajo [26-42]
			Ejecución de Estrategias	- Políticas - Implementación de estrategias - Programación		
			Evaluación de estrategias	- Evaluación de Resultados - Toma de medidas correctivas - Eficiencia		
			Variable 2: Gestión de cambio			
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos
Cambios	- Procesos de	1. Nunca	Alto			

entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 PERÚ, Villa El Salvador - 2020? ¿Qué relación existe entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 PERÚ, Villa El Salvador - 2020?	Establecer la relación entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020. Establecer la relación entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, 2020.	Existe relación significativa entre la ejecución de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020. Existe relación significativa entre la evaluación de estrategias y la gestión de cambio en la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador - 2020.	en la tecnología	producción - Conocimiento técnico - Sistemas tecnológicos	2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	[157 - 178] Medio [99 - 157> Bajo [44 - 99>
			Cambios en los procesos	- Adaptabilidad - Mejora continua - Desarrollo novedoso		
			Cambios en la estrategia y estructura	- Supervisión - Administración de la organización - Control		
			Cambios en la cultura	- Ambiente laboral - Actitud - Conducta		
Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadísticos utilizados			
Tipo: Básica Nivel: Correlacional Enfoque:	Población: 30 colaboradores de la empresa SG3 Perú. Muestra:	Variable 1: Planeamiento estratégico Técnicas: La encuesta Instrumentos: Cuestionario de planeamiento estratégico.	Estadísticos descriptivos - Tablas estadísticas. - Gráficos estadísticos. Estadísticos inferenciales - R de Pearson			

Cuantitativo Diseño: No experimental Corte: Transversal	No se considera muestra	Variable 2: Gestión del cambio Técnicas: La encuesta Instrumentos: Cuestionario de gestión de cambio	
---	-------------------------	--	--

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

INSTRUMENTO SOBRE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Edad:

Sexo:

Cargo/ocupación:

Años de servicio:

Instrucciones. Este cuestionario contiene unas frases relativamente cortas, que permite hacer una descripción de cómo percibes el planeamiento estratégico. Para ello debes responder con la mayor sinceridad posible a cada uno de los ítems que aparecen a continuación, de acuerdo como pienses o actúes. Tu colaboración será muy apreciada y contribuirá a una mejor comprensión de la vida laboral.

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

		Puntajes				
		1	2	3	4	5
FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS						
1	Se diseñan programas importantes en relación con los objetivos.	1	2	3	4	5
2	Los administrativos se reúnen constantemente para coordinar las actividades.	1	2	3	4	5
3	Los trabajadores se sienten comprometidos con el trabajo encomendado.	1	2	3	4	5
4	Se aplican proyectos fundamentales en logro de los objetivos planteados.	1	2	3	4	5
5	Considera que las ideas tácticas solucionan los problemas de mayor prioridad.	1	2	3	4	5
6	Los trabajadores logran conocer los objetivos a través de la visión, misión establecida.	1	2	3	4	5
7	Le brindan la flexibilidad necesaria en tu trabajo	1	2	3	4	5
8	Dentro de una estructura flexible se logra un trabajo integrador.	1	2	3	4	5
9	Toman en cuenta sus ideas y sugerencias.	1	2	3	4	5
EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS						

10	Las políticas son tomadas como mecanismos de acción en los procesos.	1	2	3	4	5
11	La ejecución de las estrategias ayuda con los objetivos.	1	2	3	4	5
12	Tiene en claro todas las normas o guías de la organización.	1	2	3	4	5
13	Las implementaciones de estrategias permiten alcanzar los objetivos.	1	2	3	4	5
14	Las metas que se obtienen ayudan a dar soluciones a las necesidades institucionales.	1	2	3	4	5
15	Los proyectos planteados conllevan a un proceso de cambio rentable.	1	2	3	4	5
16	Cumple con las actividades programadas.	1	2	3	4	5
17	Le brindan los instrumentos necesarios para cumplir con su trabajo.	1	2	3	4	5
18	Se cumple con los programas asignados de acuerdo a las necesidades institucionales.	1	2	3	4	5
EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS						
19	Los errores permiten conocer las deficiencias en el cumplimiento de un resultado.	1	2	3	4	5
20	La solidez y el compromiso ayudan a conseguir resultados óptimos.	1	2	3	4	5
21	Es importante evaluar los resultados para conseguir las metas.	1	2	3	4	5
22	La evaluación de las estrategias se realiza en forma cuantitativa.	1	2	3	4	5
23	La toma de medidas correctivas es un mecanismo para corregir deficiencias.	1	2	3	4	5
24	Las medidas correctivas sirven para encaminar con las metas trazadas.	1	2	3	4	5
25	Los méritos de acción permiten conseguir determinación y competencia sana. .	1	2	3	4	5
26	El excelente servicio que brinda, le permite tener la consideración de su jefe	1	2	3	4	5
27	Las medidas correctivas son justas y necesarias.	1	2	3	4	5

INSTRUMENTO SOBRE GESTIÓN DE CAMBIO

Edad:

Sexo:

Cargo/ocupación:

Años de servicio:

Instrucciones. Este cuestionario contiene unas frases relativamente cortas, que permite hacer una descripción de cómo percibes la gestión de cambio. Para ello debes responder con la mayor sinceridad posible a cada uno de los ítems que aparecen a continuación, de acuerdo como pienses o actúes. Tu colaboración será muy apreciada y contribuirá a una mejor comprensión de la vida laboral

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

		Puntajes				
		1	2	3	4	5
CAMBIOS EN LA TECNOLOGÍA						
1	Las novedades en la tecnología se aplican dentro del desarrollo operativo.	1	2	3	4	5
2	La tecnología es muy utilizada y fundamental dentro de la empresa.	1	2	3	4	5
3	Los cambios tecnológicos en el desarrollo de la empresa son competitivos.	1	2	3	4	5
4	Se adapta con facilidad a los cambios tecnológicos que se implementan.	1	2	3	4	5
5	El conocimiento técnico es fundamental para el logro de las metas.	1	2	3	4	5
6	Aplica sus habilidades para el cumplimiento de sus actividades.	1	2	3	4	5
7	Los sistemas constantemente se van actualizando.	1	2	3	4	5
8	En la empresa se realiza implementación con equipos tecnológicos.	1	2	3	4	5
9	La empresa para innovando de acuerdo a los avances tecnológicos.	1	2	3	4	5
CAMBIOS EN LOS PROCESOS						
10	Posee la capacidad de adaptarse a los cambios laborales.	1	2	3	4	5

11	Un producto nuevo sirve para la alcanzar mejoras continuas.	1	2	3	4	5
12	Los constantes cambios en el que vivimos ayudan a ser más competitivos.	1	2	3	4	5
13	La retroalimentación permite alcanzar nuevos conocimientos.	1	2	3	4	5
14	Aplica la innovación en sus actividades cotidianas.	1	2	3	4	5
15	La prestación de un servicio con calidad ayuda a ser más competitivo.	1	2	3	4	5
16	Los cambios constantes permitirán alcanzar una mejora continua.	1	2	3	4	5
17	El servicio continuamente va mejorando.	1	2	3	4	5
18	El cambio tanto en el producto o servicio se da de manera positiva.	1	2	3	4	5
CAMBIOS EN LA ESTRATEGIA Y ESTRUCTURA						
19	Las políticas influyen en la búsqueda de una mejor supervisión.	1	2	3	4	5
20	Considera que el monitoreo continuo permite realizar correcciones.	1	2	3	4	5
21	La institución llega a innovar sus procesos administrativos.	1	2	3	4	5
22	El ambiente de trabajo que se ejercen en la empresa es la idónea.	1	2	3	4	5
23	Los trabajadores son considerados como un ente indispensable.	1	2	3	4	5
24	Aplica sus habilidades para conseguir la creatividad.	1	2	3	4	5
25	Necesitan contantemente que te vigilen.	1	2	3	4	5
26	El control ayuda con los objetivos de la organización.	1	2	3	4	5
27	Un buen control organizacional consigue un servicio de calidad.	1	2	3	4	5
CAMBIOS EN LA CULTURA						
28	Posee valores que buscan el cambio para transformar una realidad.	1	2	3	4	5
29	Aplica la transformación de sus valores para conseguir una mejor comunicación.	1	2	3	4	5
30	La transformación de valores permite tener una mejor visión.	1	2	3	4	5
31	Los cambios surgen cuando se adoptan nuevas actitudes.	1	2	3	4	5
32	Los cambios en la conducta logran conseguir integración con los demás.	1	2	3	4	5
33	Un cambio positivo en las actitudes ayuda a trabajar en equipo.	1	2	3	4	5

34	El comportamiento de tus compañeros influye mucho en ti.	1	2	3	4	5
35	Das a conocer tus ideas para mejorar el clima y el bienestar de tus compañeros.	1	2	3	4	5
36	Es importante la imagen que das a conocer en la empresa.	1	2	3	4	5

Anexo 3. Ficha de validación de los instrumentos

Validación del instrumento: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador.

Mg/Lic./Ing.: DR. WIS MARCELO QUISPE

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico Estadístico []

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Validación del instrumento: GESTIÓN DE LA ICAMBIO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador.

Mg/Lic./Ing.: DR. WIS MARCELO QUISPE

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico Estadístico []

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Validación del instrumento: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Observaciones (precisar si hay suficiencia: *SI HAY SUFICIENCIA*)

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador.


Mg/Lic./Ing.: *GILBERTH PESANTES CALDERÓN*

DNI: *18163042*

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Validación del instrumento: GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *SI HAY SUFICIENCIA
CAMBIO*

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador.

Mg/Lic./Ing.: *GILBERTH PESANTES CALDERÓN*

DNI:

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Validación del instrumento: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador.

Mg/Lic./Ing.: ANTERO OTONIEL ORTIZ CHAVEZ

DNI: 25491060

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Validación del instrumento: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL CAMBIO

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador.

Mg/Lic./Ing.: ANTERO OTONIEL ORTIZ CHAVEZ

DNI: 25491060

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Anexo 4. Informe de índice de coincidencias.

The screenshot displays the Feedback Studio interface. The main document content is as follows:

EMPRESAS

TESIS
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE CAMBIO EN LA EMPRESA
SG3 PERÚ, VILLA EL SALVADOR - 2020

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR
JOSE LUIS IGNACIO CORAHUA HORNA
ORCID: 0000-0003-2885-0675

ASESOR
DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE
ORCID: 0000-0003-0128-0123


The right sidebar shows a 'Resumen de coincidencias' (Summary of coincidences) with a total of 14% and a list of sources:

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.autonoma.e... Fuente de Internet	5 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	4 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
5	Mario A Antonio Burgu... Publicación	<1 %
6	Tendencias en la Inves... Publicación	<1 %
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %

At the bottom, the status bar indicates: 'Página: 1 de 119', 'Número de palabras: 23348', 'Versión solo texto del informe', 'Alta resolución', 'Activado', and the system tray shows '22°C Soleado' and the date '09:20 3/03/2023'.

Anexo 5. Constancia emitida por la institución que acredite la realización del estudio in situ

"Año de la universalización de la salud"


VILLA EL SALVADOR, 15 de Junio de 2020.

Ing.
HAROLD YVANHOE JARAMILLO CHIRINOS
GERENTE GENERAL

Presente. –

Ref.: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA SG3 PERÚ EN VILLA EL SALVADOR – 2020.

De nuestra consideración:


Por medio de la presente se da constancia que, la empresa SG3 Perú ha otorgado un permiso especial al estudiante Sr. **JOSÉ LUIS IGNACIO CORAHUA HORNA**, identificado con DNI N° 74729632, estudiante de la carrera de ADMINISTRACION en la Universidad AUTONOMA DEL PERÚ, para realizar la aplicación del desarrollo de la investigación de la tesis sobre "PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA SG3 PERÚ EN VILLA EL SALVADOR – 2020".

Por tal motivo, se le otorga también los permisos para realizar sus encuestas y entrevistas a cuanto personal operativo y/o administrativo crea conveniente abordar de las distintas áreas y/o unidades donde la empresa SG3 Perú presta Servicios de Seguridad y Vigilancia Privada, siendo **NECESARIO** y **FAVORABLE** la colaboración de todos.




El estudiante ha contado con todos los elementos necesarios y requeridos por la empresa para el análisis de una muestra poblacional, identificando los problemas y circunstancias que tiene determinada área, identificación de factores y aplicaciones necesarias para el desarrollo de su investigación.

Sin otro particular, me despido no sin antes expresarle los sentimientos de mi más alta consideración y estima personal.

Atentamente,



Harold Y. Jaramillo Chirinos
Gerente General


BANCALANCA S.A. SUCURSAL

CORPORACIONES Y ASOCIADOS


Anexo 7. Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA EMPRESA

SG3 PERÚ, VILLA EL SALVADOR - 2020

7.1. Presentación

En el presente plan de acción se mencionarán las estrategias realizadas durante nuestra investigación como investigador en la carrera de administración de empresas, en la investigación se establecerá un plan de acción para reducir los problemas que existen en los administrativos de la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador.

Estas acciones han sido elaboradas con el fin de implementar actividades de desarrollo que se adecuen con las necesidades de áreas administrativas en la empresa SG3 Perú en Villa El Salvador y que ayude a contribuir a la mejora continua.

Asimismo, los objetivos planteados se tomarán en cuenta para realizar las estrategias para cada dimensión que fue realizada en nuestra investigación de estudio. Tenemos la absoluta confianza que los criterios que tomaremos en cuenta ayudaran al logro de una mejor gestión de cambio, permitiendo a los administrativos de la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador, cumplir efectivamente un adecuado uso del factor humano.

Finalmente, el plan de acción permitirá una implementación de actividades adecuadas a las necesidades de las áreas de la empresa SG3 Perú, Villa El Salvador y de esta forma ayudará a un mejor rendimiento en la gestión.

7.2. Base legal

- a) Políticas de la empresa SG3 Perú SAC.
- b) Reglamento de la empresa SG3 Perú SAC.
- c) Normas de la SUCAMEC.

7.3. Misión

Brindar a nuestros clientes soluciones rápidas a sus necesidades, con personal eficiente y motivado, permitiendo su tranquilidad, satisfacción, confianza y calidad en el servicio.

7.4. Visión

Ser identificado como la empresa más confiable en servicios de seguridad privada y asesorar en base a principios de protección, ofreciendo soluciones integrales a nuestros clientes.

7.5. Finalidad del planeamiento estratégico en los administrativos

El plan de acción del planeamiento estratégico en las áreas de la empresa SG3 PERÚ en Villa El Salvador, ha sido elaborado por las conclusiones que se han realizado en la investigación donde se busca entre otros realizar actividades sobre el planeamiento estratégico que influirán en la gestión de cambio.

7.6. Acciones en el planeamiento estratégico y la gestión de cambio

Se recomienda a los directivos el crear e implementar un área de control de calidad que tenga todo el respaldo de la alta gerencia, quien será la encargada de supervisar, controlar y auditar la gestión y los procesos de las distintas áreas de la organización, a fin de lograr que se respeten y se cumplan los acuerdos establecidos en el directorio y las distintas gerencias, al establecer las mejoras que requiere la empresa para lograr la estabilidad organizacional a corto y/o mediano plazo.

- Se recomienda a los directivos que tiene la responsabilidad de planificar las estrategias de las distintas áreas de la empresa y se reúnan constantemente para buscar oportunidades de mejora de tal forma que al tomar una decisión en conjunto sea para el beneficio de todos en la empresa.
- Capacitar al personal de vigilancia dándoles a conocer los proyectos que la

organización plantea, para poder involucrarlos y comprometerlos con los planes futuros de la organización.

- Se debe innovar la gestión cuando sea necesarios en el momento que no se cumplan con los objetivos y de tal forma poder lograr una eficiencia en los colaboradores de la Empresa SG3 Perú.
- Mejorar la comunicación entre el jefe y subordinado a través de un feedback y briefing con fines conocer los problemas que ocurrieron y ocurren con respecto a la empresa o al cliente para que en un corto plazo poder tener una mejora continua.
- Comprometer a la gerencia de operaciones y al personal de vigilancia a participar de las reuniones de reforzamiento trimestral, donde se le brinde alcances de casuísticas del servicio que brindan en las instalaciones del cliente y al mismo tiempo ambas partes puedan interactuar constantemente.

En relación con el primer objetivo específico, se recomienda que en la dimensión formulación de estrategias se analicen y compartan con todos los miembros del directorio la información, de tal forma tomar decisiones en conjunto para gestionar eficiente los planes a futuro.

- Se deberán establecer objetivos a corto y mediano plazo por cada departamento y compartir la información con todos los departamentos de la organización.
- verificar si los colaboradores realmente conocen y entienden sus funciones mediante exámenes o pruebas semanalmente para corroborar su comprensión.

En relación con el segundo objetivo específico, se recomienda que en la dimensión de ejecución de estrategias se debe realizar una prueba piloto para

verificar si al ejecutar las estrategias de cada área serán beneficiosas o perjudiciales para la empresa.

- El área de control de calidad deberá de rendir un reporte semanal a la gerencia general del desempeño de las distintas áreas supervisadas según su planificación.
- Se sugiere al directorio encomendar al área de control de calidad como parte de su función el implementar una sección de reclamos y/o de sugerencias para la participación de todo el personal de la empresa.

En relación con el tercer objetivo específico, se recomienda que en la dimensión evaluación de estrategias, realizar una evaluación constante tanto antes, durante y después que se implementa alguna estrategia y poder gestionarla de manera que se requiera.

- Se requiere que el área de control de calidad (encargada de reflotar el buen funcionamiento organizacional) ponga en constante conocimiento a los directivos de la empresa los avances logrados mensualmente o según su planificación) con medidores de control, indicadores y resultados estadísticos (con información verídica y real), que pongan en evidencia el buen desempeño de la organización.
- Se sugiere una comunicación constante con el cliente para saber qué tan a gusto se siente con el servicio que la empresa brinda al ejecutar nuevas estrategias.

7.7. FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Valores bien definidos de parte de todos los colaboradores de la empresa.- Atención personalizada con las exigencias del cliente.	<ul style="list-style-type: none">- Nuevas licitaciones con empresas de renombre.- Adquisición de nuevas certificaciones ISO.- Oportunidad de generar nuevos conocimientos en el rubro.
DEBILIDAD	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Miedo y resistencia al cambio- Limitación en cuanto a las opiniones de cada trabajador.- Falta de conocimientos sobre el plan organizacional.- Trámites burocráticos.- Capacitaciones infrecuentes.- Percepción negativa de los colaboradores sobre sus jefes.- Falta de comunicación entre las áreas de trabajo.	<ul style="list-style-type: none">- Dificultad de retener al personal, ante las nuevas ideas.- Incertidumbre del personal ante las nuevas políticas.- Despidos masivos- Reincidir del servicio por parte de los clientes.

Después de ejecutar el análisis FODA, se puede concluir lo siguiente:

Al analizar la problemática la empresa SG3 Perú se utilizó una herramienta estratégica de los cuales nos ayuda a comprender y poder resumir nuestro plan de acción, y aclarar mejor como es el estado actual de la empresa lo cual nos beneficia mucho para nuestra investigación.

PLAN DE ACCIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

	Que	Como	Con que	Cuando	Quien
Acción 1: “Planeamiento estratégico y gestión de cambio”	Implementar el área de control de calidad encargada de controlar, supervisar y medir el rendimiento de las distintas áreas.	Encomendar la función de esta importante área a personal propio o externo dependiendo de la liquidez de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Personal con competencias. - Personal de confianza. - Tecnología - Control - Conocimientos 	<p>Primera etapa Del 2 de enero al 2 de abril del 2021.</p> <p>Segunda etapa Del 3 de abril al 3 de octubre del 2021.</p>	Directorio y alta gerencia.
Acción 2: Formulación	Se deberán establecer objetivos a corto y mediano plazo por cada departamento y compartir la información con todos los departamentos de la organización.	Solicitar reuniones mensuales con todas las áreas o de acuerdo con programación establecida por el área de control de calidad de la empresa SG3 PERÚ.	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología - Control - Conocimientos - Operaciones 	<p>Primera etapa Del 2 de enero al 2 de abril del 2021.</p> <p>Segunda etapa Del 3 de abril al 3 de octubre del 2021.</p>	Todas las áreas involucradas de la empresa SG3 Perú
Acción 3: Ejecución	El área de control de calidad deberá de rendir un reporte semanal a la gerencia general del desempeño de las distintas áreas supervisadas según su	<ul style="list-style-type: none"> - Mediante indicadores. - Mediante informes estadísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Control - Sistema - Financiero - Materiales 	<p>Primera etapa Del 2 de enero al 2 de abril del 2021.</p> <p>Segunda etapa Del 3 de abril al 3 de octubre del 2021.</p>	Alta gerencia de la empresa SG3 Perú.

	planificación.				
Acción 4: Evaluación	Se requiere que el área de control de calidad ponga en constante conocimiento a los directivos de la empresa los avances logrados con medidores de control, indicadores y resultados estadísticos, que pongan en evidencia el buen desempeño de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> - Mediante indicadores. - Mediante informes estadísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Control - Sistema - Financiero - Materiales 	<p>Primera etapa Del 2 de enero al 2 de abril del 2021.</p> <p>Segunda etapa Del 3 de abril al 3 de octubre del 2021.</p>	Directorio de la empresa SG3 Perú.