

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la
empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022**

**Tesis para optar el título profesional de
Licenciada en Administración**

Autor:

Br. Kateryn Milusca Pérez Terán

Tumbes, 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la
empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Benavides Medina Augusto Oswaldo (presidente)

Código ORCID: 0000-0002-3017-7945 6629

Mg. Ortiz Castro Gerardo (secretario)

Código ORCID: 0000-0002-9975-128X

Mg. Aguilar Chuquizuta Darwin Ebert (Vocal)

Código ORCID: 0000-0001-6721-620X

Tumbes, 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la
empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022**

Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y
forma

Br. Pérez Terán Kateryn Milusca (Autora)

Código ORCID: 0009-0005-1780-9935

Mg. Guerrero García Galvani (Asesor)

Código ORCID: 0000-0003-1038-1866

Tumbes, 2025

REPORTE TURNITIN

Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022

por Karerin Perez Teran



.....
Mg. Galvani Guerrero García
Asesor del Proyecto de Tesis
Código ORCID: 0000-0003-1038-1866

Fecha de entrega: 28-jun-2025 01:24p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2635979116

Nombre del archivo: TESIS-_Bch._KATERYN_MILUSCA_PEREZ_TERAN.pdf (2.66M)

Total de palabras: 16077

Total de caracteres: 93546

Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

18% INDICE DE SIMILITUD	18% FUENTES DE INTERNET	9% PUBLICACIONES	12% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	Submitted to Universidad Politécnica del Perú Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1%
9	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1%
10	Ticona Quispe, Luz Marina. "La cultura organizacional y su relación con el trabajo en equipo del personal de la Institución"	<1%



.....
Mg. Galvani Guerrero Garcia
Asesor del Proyecto de Tesis
Código ORCID: 0000-0003-1038-1866

de la ciudad de Juliaca.", Universidad Nacional
del Altiplano de Puno (Peru)

Publicación

11	www.inacipe.gob.mx Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad Nacional de Educacion Enrique Guzman y Valle Trabajo del estudiante	<1 %
13	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.utelesup.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	www.polodelconocimiento.com Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
18	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1 %
19	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
20	ciencialatina.org Fuente de Internet	<1 %
21	Alvarez Inzua, Raul. "Balance vida-trabajo de las mujeres ejecutivas que trabajan en empresas privadas en Lima Metropolitana, 2016.", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2021	<1 %



.....
Mg. Galvani Guerrero Garcia
Asesor del Proyecto de Tesis
Código ORCID: 0000-0003-1038-1866

22	Gordillo, Claudia Pamela Urbina Vega, Yelis Katherine Valencia. "Conocimiento Sobre el Desarrollo y las Dificultades del Lenguaje en Profesoras de Educación Inicial de Colegios Particulares y Estatales del Distrito de Jesús María", Pontificia Universidad Católica del Perú (Peru), 2024 Publicación	<1 %
23	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.undc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
26	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1 %
27	Submitted to Universidad Mariano Gálvez de Guatemala Trabajo del estudiante	<1 %
28	apirepositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	Neyra Churata, Lenin Hugo. "Factores relacionados al proceso de elaboración de tesis de grado de los egresados de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, 2020", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru) Publicación	<1 %
30	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %



.....
Mg. Galvani Guerrero García
Asesor del Proyecto de Tesis
Código ORCID: 0000-0003-1038-1866

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 15 words
Excluir bibliografía Activo



.....
Mg. Galvani Guerrero García
Asesor del Proyecto de Tesis
Código ORCID: 0000-0003-1038-1866

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

SECRETARÍA ACADÉMICA - FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

fce-secacademica@untumbes.edu.pe

"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"
"Año del Bicentenario de José Faustino Sánchez Carrión"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

(presencial)


En Tumbes, a los nueve días del mes de mayo del dos mil veinticuatro, siendo las dieciocho horas, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Económicas, se reunieron, el jurado calificador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por RESOLUCIÓN N°124-2023/UNTUMBES-FACEC-D, docentes: Dr. Augusto Oswaldo Benavides Medina (Presidente), Mg. Gerardo Ortiz Castro (Secretario), Dr. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta (Vocal), reconociendo en la misma resolución además, al Docente Mg. Galvani Guerrero García como Asesor, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis, titulada: **Relación de la Gestión estratégica en la competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**, presentada por la bachiller: **KATERYN MILUSCA PÉREZ TERÁN**, Concluida la sustentación y absueitas las preguntas, por parte de la sustentante y después de la deliberación, el jurado según el artículo N° 75 del reglamento de Tesis para Pregrado y Postgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la Bachiller: **KATERYN MILUSCA PÉREZ TERÁN** con calificativo **BUENO**


Se hace conocer a la sustentante, que deberá levantar las observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado indica.


En consecuencia, queda **EXPEDITA** para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, en el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos, y, Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las veinte horas diez minutos del mismo día, se dio por concluido el acto académico, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 09 de mayo del 2025


Dr. Augusto Oswaldo Benavides Medina
DNI°00227131
Código ORCID N° 0000-0002-3017-7945 6629
Presidente


Mg. Gerardo Ortiz Castro
DNI N° 03580698
Código ORCID N° 0000-0002-9975-128X
Secretario


Dr. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta
DNI N° 43812667
Código ORCID N° 0000-0001-6721-620X
Vocal

C.c:
Jurados (3)
Asesor (a)
Int., Archivo (Decanato)

DEDICATORIA

Dedico este primer paso de mi vida profesional a Dios, por brindarme sabiduría e iluminarme en todo este camino.

A mis padres, Enrique Pérez y Yoice Terán, por ser mis primeros maestros, guiarme por el camino de la perseverancia y ser mi soporte cada vez que lo he necesitado.

A mi compañero de vida, Johon Coronel, quien confió en mí y ha sido mi apoyo incondicional desde el primer día que inicié este camino profesional, acompañado del modelo de superación que he visto reflejado en su andar.

En memoria de mis abuelos amados, en especial a mi abuelito Jaime Terán, por todos sus sabios consejos, enseñanzas y ser mi fuente de inspiración.

Kateryn Milusca Pérez Terán

AGRADECIMIENTO

Al culminar esta etapa prodigiosa quiero expresar mi agradecimiento a mi familia por ser mi apoyo en la búsqueda de nuevos horizontes; y a mi Alma Máter, la Universidad Nacional de Tumbes, quien me ha brindado la oportunidad de pertenecer a su equipo de profesionales de calidad.

Kateryn Milusca Pérez Terán

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN	19
II.	REVISIÓN DE LA LITERATURA	26
2.1.	Bases teórico – científicas	26
2.1.1.	Gestión estratégica	26
2.1.2.	Formulación estratégica.....	27
2.1.3.	Implementación de estrategias	28
2.1.4.	Evaluación y control estratégico	29
2.1.5.	Liderazgo estratégico.....	31
2.1.6.	Competitividad	32
2.1.7.	Eficacia.....	33
2.1.8.	Eficiencia.....	34
2.1.9.	Ventaja competitiva.....	34
2.2.	Antecedentes	34
2.2.1.	Antecedentes internacionales.....	34
2.2.2.	Antecedentes nacionales.....	36
2.2.3.	Antecedentes locales.....	38
III.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	37
3.1.	Formulación de hipótesis y definición de variables	37
3.1.1.	Formulación de hipótesis	37
3.1.2.	Definición de variables.....	38
3.2.	Tipo y diseño de investigación.....	39
3.2.1.	Tipo de investigación	39
3.2.2.	Enfoque de investigación.....	39
3.2.3.	Diseño de investigación	39
3.3.	Nivel de investigación	40
3.4.	Población y muestra.....	40
3.4.1.	Población	40
3.4.2.	Muestra	40
3.5.	Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
3.5.1.	Métodos	41
3.5.2.	Técnicas e instrumentos.....	41
3.5.3.	Validación y confiabilidad del instrumento.....	41

3.6. Procesamiento y análisis de datos	42
3.7. Elección del estadístico para la prueba de hipótesis.....	43
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1. Resultados	45
4.2. Discusión de resultados	54
V. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES	61
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Perfil sociodemográfico de los colaboradores de Electrocash- Tumbes	22
Tabla 2	Venta de motos y trimotos en la ciudad de Tumbes, enero- julio 2023 ...	23
Tabla 3	Variables, dimensiones e indicadores	38
Tabla 4	Distribución de colaboradores de la empresa ELECTROCASH-Tumbes	40
Tabla 5	Confiabilidad (Determinación del Alfa de Cronbach).....	42
Tabla 6	Intervalos y valoración del Coeficiente Alfa de Cronbach	42
Tabla 7	Valoración del Rho de Spearman	44
Tabla 8	Nivel de las dimensiones de la avariable Gestión estratégica de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022.	45
Tabla 9	Nivel de las dimensiones de la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH -Tumbes,Perú,2022.	46
Tabla 10	Nivel de las variables Gestión estratégica y Competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.	46
Tabla 11	Nivel de las variables Gestión estratégica y Competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.	47
Tabla 12	Tabla cruzada entre la dimensión Formulación estratégica y la variable Competitividad - de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022	48
Tabla 13	Correlación entre la dimensión Formulación estratégica y la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022	49
Tabla 14	Tabla cruzada entre la dimensión Ejecución estratégica y la variable Competitividad - de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.....	50
Tabla 15	Correlación entre la dimensión Ejecución estratégica y la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022.	51
Tabla 16	Relación entre la dimensi.....	52
Tabla 17	Correlación entre la dimensión Control estratégico y la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:Importaciones de motocicletas al Perú.....	22
Figura 2:Venta registral de motos enero – julio 2023	23
Figura 3:Diseño de la investigación	39
Figura 4:Diagrama de dispersión entre las variables Gestión estratégica y competitividad	47
Figura 5:Diagrama de dispersión entre las variables Formulación estratégica y competitividad	49
Figura 6:Diagrama de dispersión entre la dimensión Ejecución estratégica y la variable Competitividad	51
Figura 7:Diagrama de dispersión entre la dimensión Control estratégico y la variable Competitividad	53

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1:Matriz de consistencia	72
Anexo 2:Matriz de operacionalización	73
Anexo 3:Instrumentos de recolección de datos	77
Anexo 4:: Informe opinión de expertos de instrumentos de medición.....	80
Anexo 5:Autorización para ejecución de tesis	85
Anexo 6:Evidencias.....	86

RESUMEN

La presente investigación denominada Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022 tuvo como objetivo general determinar la relación de la gestión estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022; siendo su hipótesis general que la gestión estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022. La metodología de investigación utilizada fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de diseño no experimental, de nivel correlacional. La población estuvo conformada por 20 colaboradores y el muestreo utilizado fue por conveniencia. La técnica que se utilizó fue la encuesta y su instrumento el cuestionario. Para el procesamiento de datos, se aplicó un análisis estadístico consistente complementado con tablas de frecuencia, gráficos y para establecer la correlación entre las variables se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman. Los resultados estadísticos manifestaron una correlación significativa y de alta magnitud entre la gestión estratégica y la competitividad que se da en la empresa ELECTROCASH-Tumbes durante el 2022. El valor del estadístico Rho de Spearman del 0.965, respaldado por un nivel de significancia bilateral de **0.000**, lo que muestra con un **99% de confianza** que la asociación entre las variables investigadas es **estadísticamente robusta y de notable intensidad**. Estos descubrimientos respaldan que la gestión estratégica es un factor crítico para la competitividad organizacional en el contexto estudiado.

Palabras clave: Gestión estratégica, competitividad, control estratégico, ejecución estratégica, formulación estratégica.

ABSTRACT

The present research, titled Relationship of Strategic Management in the Competitiveness of ELECTROCASH-Tumbes, Peru, 2022, had as its general objective to determine the relationship between strategic management and the competitiveness of the company ELECTROCASH-Tumbes, Peru, 2022. The general hypothesis was that strategic management is positively related to the competitiveness of the company ELECTROCASH-Tumbes, Peru, 2022. The research methodology used was quantitative in approach, applied in nature, with a non-experimental design and a -correlational level. The population consisted of 20 employees, and the sampling method used was convenience sampling. The technique used was a survey, and its instrument was a questionnaire. For data processing, a statistical design was applied, consisting of frequency tables, graphs, and Rho de Spearman correlation coefficient to establish the correlation between the variables. The results obtained presented a strong to perfect positive correlation between strategic management and competitiveness in the ELECTROCASH-Tumbes company, during the year 2022. The Spearman's rho value of 0.965, supported by a two-tailed significance level of 0.000, demonstrates with 99% confidence that the association between the variables investigated is statistically robust and of notable intensity. These findings support the idea that strategic management is a critical factor for organizational competitiveness in the context studied.

Keywords: Strategic management, competitiveness, strategic control, strategic execution, strategic formulation.

I. INTRODUCCIÓN

El estudio presente tuvo como propósito hallar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad en la empresa Electrocash, de la ciudad de Tumbes, Perú, 2022. Dentro del desenvolvimiento de los negocios, la gestión estratégica ha permitido guiar el cumplimiento de cada objetivo organizacional establecido, tal como subraya Céspedes y Risco (2022) Empero, una de las dificultades más resaltantes que limitan la competitividad de las corporaciones es la escasez de herramientas que les ayuden a plasmar sus propósitos empresariales, ante la ausencia de una gestión estratégica formal y óptima.

La literatura pertinente subraya que cerca del 90% de las empresas aplican una gestión inadecuada y ambigua que no considera las innovaciones tecnológicas en esta área. Además, el 96% de los negocios elaboran su plan estratégico, pero apenas un 29% lo ejecuta exitosamente (Ghiglione, 2021).

Según Real Time Management (RTM) (2021), a pesar de que las organizaciones empresariales (51%), entre medianas y grandes, formulan, planifican y gestionan su estrategia mediante coordinaciones, reuniones y sesiones con los equipos de trabajo) definen sus actividades a concretar en aras a un futuro mejor, un buen porcentaje no están satisfechos con sus logros. El 57% de las pequeñas y medianas empresas, de la misma manera, planifican su estrategia sólo con sus colaboradores internos, en cambio, los negocios con alta rentabilidad contratan, consultoras financieras para posicionarse mejor.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2020), en América Latina Las MYPES, representan el 98% de las empresas generando mano de obra del 67% del total. Empero, su aporte al PBI es muy baja, evidenciando deficiencias en sus productividades.

La productividad de las grandes empresas regionales, por otro lado, es 6 veces

mayor que los pequeños negocios y 32 veces que el de las microempresas. Para los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) estos guarismos varían entre 1.3 y 2.4 veces (CEPAL, 2020).

Según RTM (2021), la realidad del Perú se presenta cada vez más volátil, incierta y compleja. En resumen, no plantear una gestión estratégica significa cerrar los ojos ante esta realidad.

La gestión estratégica permite que las organizaciones se desarrollen de manera prospectiva y ágil, anticipando y, en muchos casos, modelando el futuro. Además, se indica que el 80% de las empresas en el país, sean peruanas o con presencia local, determinan su planeamiento y ejecutan su gestión estratégica, pero solo un 37% está satisfecho con dicha implementación.

Según el Ministerio de la Producción [PRODUCE] (2017), el 99.5% de las empresas formales en la economía peruana son micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). De este segmento, el 96.2% está conformado por microempresas, el 3.2% por pequeñas empresas y el 0.1% por medianas empresas. Además, el 87.6% de estas empresas se dedican a actividades comerciales o de servicios, mientras que el resto se dedica a actividades productivas como producción, construcción, minería y pesca. Gran parte del sector MYPE (micro y pequeñas empresas) no destaca por realizar una buena gestión estratégica; sin embargo, ELECTROCASH, en su condición de empresa nueva, enfrenta una serie de desafíos dentro del mercado tumbesino.

Electrocash, ubicada en la ciudad de Tumbes, mantiene una presencia significativa en la venta y comercialización de productos eléctricos, motos lineales, electrodomésticos y otros servicios relacionados. Sin embargo, en un entorno global cada vez más dinámico y competitivo, la empresa enfrenta el desafío de adaptarse a nuevas exigencias del mercado para consolidar su posición frente a competidores establecidos como Curacao, Tiendas EFE, Honda, Mavila motos, Wanxin Opcion Motos, Electromax, entre otros.

Actualmente, factores como la baja fidelidad del cliente, la falta de adaptación a tecnologías modernas y a las tendencias de consumo están generando una

disminución de su participación en el mercado local. Asimismo, la falta de aplicación efectiva de una administración estratégica, especialmente en los procesos asociados a la gestión del talento humano, está limitando la capacidad competitiva de la empresa, en contraste con otras compañías, tanto nacionales como extranjeras, que ofrecen bienes y servicios con propuesta de valor innovadoras y precios altamente competitivos.

Además, Electrocash no ha capitalizado las oportunidades surgidas en el contexto postpandemia, como el crecimiento del comercio digital y las nuevas experiencias de compra en líneas, que hoy son esenciales para destacar y avanzar en los mercados objetivos.

La empresa Electrocash brinda empleo a 20 colaboradores, 1 Gerente General, 1 Administrador, 2 Supervisores, 2 Gestores de Cobranza , 13 Ejecutivos Comerciales y 2 Técnicos de mantenimiento, en un rango de edad de 20 a 58 años, predominando personal joven, especialmente en el área comercial, dentro de sus colaboradores encontramos a 8 mujeres y 12 hombres, existiendo una ligera mayoría masculina, principalmente en el cargo de ejecutivo comercial, la permanencia en los puestos varían de 1 año a 10 años, el personal con mayor tiempo en la empresa ocupa cargos directivos como el Gerente General con 10 años de servicio y el Administrador con 5 años en el cargo, la mayoría de ejecutivos comerciales oscila entre 1 a 6 años de permanencia, lo que indica cierta estabilidad laboral, dentro del nivel de instrucción no cuenta con personal con educación primaria, lo que predomina es la educación superior técnica y universitaria dentro de ellos 12 colaboradores con instrucción superior técnico, 7 colaboradores con instrucción superior Universitario y 1 colaborador con secundaria completa, lo que demuestra que su personal posee un buen nivel educativo especialmente en los cargos de dirección y supervisión (tabla 1).

Tabla 1

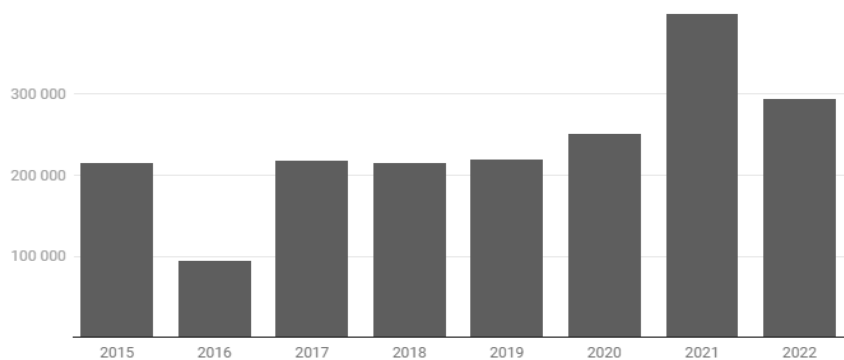
Perfil sociodemográfico de los colaboradores de Electrocash- Tumbes

CARGO O PUESTO	EDAD	SEXO		TIEMPO EN EL PUESTO	NIVEL INSTRUCCIÓN			
		F	M		PRIMARIA	SEC.	SUP. TÉC.	SUP. UNIV.
Gerente General	58		X	10 años				X
Administrador	40		X	5 años				X
Supervisor De Ventas	30	X		5 años			X	
Supervisor De Ventas	55	X		3 años				X
Gestor De Cobranza	35	X		1 año			X	
Gestor De Cobranza	25	X		2 años			X	
Ejecutivo Comercial	31	X		2 años			X	
Ejecutivo Comercial	20		X	2 años			X	
Ejecutivo Comercial	22		X	2 años				X
Ejecutivo Comercial	30		X	2 años				X
Ejecutivo Comercial	42		X	5 años			X	
Ejecutivo Comercial	30		X	5 años			X	
Ejecutivo Comercial	28		X	5 años				X
Ejecutivo Comercial	20	X		1 año				X
Ejecutivo Comercial	25	X		1 año			X	
Ejecutivo Comercial	36		X	6 años			X	
Ejecutivo Comercial	40		X	6 años			X	
Ejecutivo Comercial	20	X		1 año		X		
Téc. De Mant.	35		X	4 años			X	
Téc. De Mant.	30		X	4 años			X	

Fuente: Datos estadísticos de la empresa Electrocash.

Figura 1

Importaciones de motocicletas al Perú

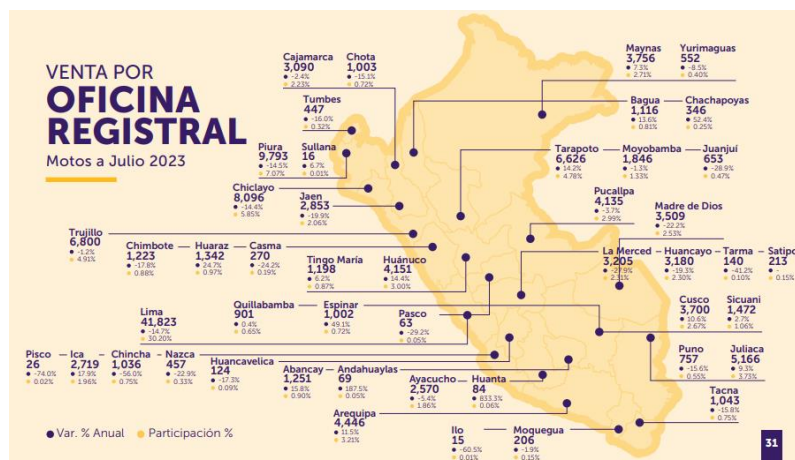


Nota: 1 En estos años, el pico de importaciones de motocicletas en el Perú se dio en el 2021, con 398 909 unidades, un aumento del 58% respecto al año anterior

Fuente: SUNAT (2022)

Figura 2

Venta registral de motos enero – julio 2023



Fuente: AAP (2023). Informe del Sector Automotor, enero-julio 202

Tabla 2

Venta de motos y trimotos en la ciudad de Tumbes, enero- julio 2023

EMPRESA	MOTOS	PORCENTAJE	TRIMOTOS	PORCENTAJE
Wanxin	103	23%	40	27%
Opción Motos				
Mavila Motor	89	20%	27	18%
Honda	76	17%	38	25%
Electromax	72	16%	-	-
Electrocash	63	14%	27	18%
Tiendas EFE	45	10%	18	12%
TOTAL	447	100%	150	

Nota 1: Las motos registradas son aquellas que ya están tituladas. Hay un porcentaje de motos que se venden, pero aún no terminan su tramite

Fuente: Sunarp, AAP

Luego del análisis de la problemática, se consideró el problema general como: ¿Cuál es la relación de la gestión estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022?; asimismo, como problemas específicos los siguientes PE1: ¿Cuál es la relación de la dimensión formulación estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; PE 2: ¿Cuál es la relación de la dimensión ejecución estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022?; PE3: ¿Cuál es la relación del control estratégico con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes,

Perú, 2022?.

Determinada la problemática, se consideró el objetivo general: Determinar la relación de la gestión estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022; respecto a los objetivos específicos se formularon los siguientes, OE1. Establecer la relación de la formulación estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; OE2. Establecer la relación de la ejecución estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; OE3. Establecer la relación del control estratégico con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Esta investigación se sustenta en necesidad de profundizar sobre los aspectos siguientes: teórica, se justificó porque se buscó ampliar sobre la doctrina y conceptos de las variables en estudio, teniendo en consideración lo que expresan diferentes autores, entre ellos (Bazán, 2016) quien plantea tres componentes básicos para la gestión estratégica, por un lado, la formulación estratégica, la ejecución y el control estratégicos, así mismo (Fred R, 2003) establece los mismos elementos. Los resultados permitieron aumentar los conocimientos teóricos, que se gestionan en la empresa: Electrocash-Tumbes. Metodológica se justifica porque su ejecución se sujetó de manera estricta al método científico, es decir cumpliendo estrictamente las diferentes fases del mismo, adicionalmente para complementar el análisis se aplicó el método deductivo e inductivo, es preciso resaltar que la investigación fue descriptiva-correlacional, con un diseño no experimental de corte transversal con enfoque mixto. Cuyos resultados se obtuvieron por medio de la aplicación de un cuestionario tipo encuesta y se analizarán mediante los softwares: Excel y SPSS, desde el punto de vista práctico permitió visualizar como se encuentra actualmente la empresa Electrocash, lo que permitió realizar las recomendaciones pertinentes que contribuyan a la mejora de estrategias y por ende a la mejora del nivel de competitividad y no solo para la empresa si no ser un referente para el resto de las empresas del sector, finalmente la investigación tiene una justificación social porque las MYPES hoy en día juegan un papel muy relevante en nuestra economía por los diferentes beneficios que tienen, la generación del empleo, aporte al PBI, generación de bienes y servicios, etc, los beneficiados son todos los actores sociales como el estado, la sociedad, el empleador, los colaboradores y los clientes, ante ello la relevancia social de la

investigación.

Finalmente se indica que este trabajo ha permitido analizar la influencia de la gestión estratégica en la competitividad y posicionamiento de la empresa Electrocash en la ciudad de Tumbes. De sus resultados, se han generado una serie de recomendaciones para crecer, tanto interna como externamente, y lecciones para ser empleadas por otras corporaciones en análogos contextos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Bases teórico – científicas

2.1.1. Gestión estratégica

Es importante resaltar que el propósito del pensamiento estratégico, como plantea Camacho et al. (2023), es estimular la puesta en marcha de las decisiones de la dirección y la coordinación con las diferentes áreas de la empresa, dentro de una perspectiva común, que es el avance del negocio al futuro según su visión planteada. Por ello, la gestión estratégica está definida como pasos continuos de formulación, evaluación, asignación de recursos, monitoreo y mejora, para lograr al menos una ventaja competitiva, y ésta se presenta cuando la rentabilidad está por encima de la media de las empresas de la industria, en medios de mercados cada vez más exigentes. La gestión estratégica comienza con una evaluación exhaustiva del entorno interno y externo de la organización, como señala Porter (2008). Este análisis incluye el examen de factores económicos, sociales, políticos y tecnológicos que pueden influir en el desempeño de la organización. El análisis del entorno externo e interno es esencial para comprender las oportunidades y amenazas que enfrenta la organización (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2018).

A partir de los análisis principales (Pestel y Foda), se planifican las estrategias que permitan la alineación de las capacidades internas con los diversos recursos (humanos, de capital, económicos y financieros, etc.). Implica impregnar de manera firme la misión (propósito de la organización y razón de ser), la visión (imagen de la empresa en el futuro), valores y objetivos a mediano y largo plazo, no solo en los colaboradores internos, sino también en el entorno o zona de influencia (Wang, 2022). La implementación estratégica implica la asignación de recursos y la puesta en

marcha de las acciones necesarias para ejecutar las estrategias formuladas. Este proceso requiere un liderazgo efectivo y una comunicación clara en todos los niveles de la organización (Yovera, 2019).

La fase de control estratégico implica, según Pearce & Robinson (2013), el monitoreo continuo del progreso hacia los objetivos estratégicos, la evaluación de resultados y la realización de ajustes necesarios. El control estratégico implica la evaluación continua de la implementación de la estrategia para asegurar su efectividad (Pearce & Robinson, 2013, como se cita en García, 2023).

2.1.2. Formulación estratégica

El desarrollo de una estrategia es un procedimiento en el cual una organización determina su rumbo a largo plazo y las medidas que tomará para cumplir sus metas. Este proceso incluye evaluar tanto el entorno interno como el externo, definir la misión y visión, identificar oportunidades y riesgos, y diseñar estrategias que coordinen los recursos y habilidades de la organización con sus objetivos estratégicos.

Sin una buena formulación estratégica, como subraya Álvarez y Rodríguez (2022), es imposible alcanzar la competitividad y menos la rentabilidad deseada. Se hace necesario, entonces, examinar exhaustivamente el entorno interno y externo de la corporación. El uso de herramientas es fundamental y facilita las tareas, como es el caso del análisis FODA (fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas) y el análisis PESTEL (político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal). Estos análisis permiten un entendimiento detallado del contexto del sector de la industria en la que opera la empresa; además, permite la identificación de los factores que impactan en el buen desempeño (Porter, 2008).

El establecimiento firme de la misión, visión y valores de la organización es de suma importancia. La visión es el camino o la meta de un futuro deseado, es la guía a donde debe estar en el mediano y largo plazo. La misión, por otro lado, señala el propósito de su razón de ser, lo que hace, lo que tiene, sus potencialidades, señala Pallarés-Renau, et al. (2022). Por último, los valores corporativos direccionan el comportamiento organizacional a través

de principios, normas, haciendo énfasis en la ética en todo momento, subraya David (2011). En epítome, la misión, la visión y los valores identifican la imagen y la estrategia que sientan las bases en la organización para su crecimiento y éxito (David, 2011, como se cita en González, et al., 2019).

El análisis del entorno externo permite a las organizaciones encontrar las oportunidades y detectar las amenazas. Ello sólo es posible si se analiza la competencia, las tendencias de los mercados objetivo, aunado a otros factores en las que no se puede intervenir o modificar. El análisis PEST permite entender qué características políticas, económicas, sociales y tecnológicas afectan al negocio. El análisis DAFO de oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades es un punto crítico en la formulación del plan estratégico (Thompson et al., 2018).

La formulación estratégica no solo establece la dirección de la organización, sino que también proporciona un marco estructurado para la toma de decisiones, asegurando que todas las actividades y recursos se alineen con los objetivos estratégicos. Este proceso integral es crucial para la adaptabilidad y sostenibilidad a largo plazo de la organización en un entorno competitivo y dinámico

2.1.3. Implementación de estrategias

La implementación de estrategias es el proceso mediante el cual las decisiones estratégicas formuladas son llevadas a cabo a través de acciones y políticas concretas dentro de una organización. Este proceso incluye la asignación de recursos, el establecimiento de estructuras organizacionales adecuadas, la comunicación eficaz de los planes y la gestión del cambio necesario para asegurar que las estrategias se ejecuten de manera efectiva y alineada con los objetivos de la organización (Amaya, 2019).

Para el logro de los objetivos estratégicos, la implementación estratégica necesita una dotación adecuada de recursos humanos, económicos, financieros y materiales para que las actividades programadas alcancen los objetivos; por supuesto, esto involucra la formulación de presupuestos, reasignación de los colaboradores internos y la adquisición de materiales o tecnología apropiadas según David (2011). Sólo así se evitan los cuellos de

botella y se optimizan los recursos disponibles (David, 2011, como se cita en González, et al., 2019)

La empresa, como toda organización, posee, según Pearce & Robinson (2013), una estructura organizacional que involucra la definición de la autoridad, el diseño de áreas o departamentos, los roles, funciones y responsabilidades del personal, la organización de las tareas y la coordinación y comunicación existente entre las diversas unidades o áreas de la empresa, tanto vertical como horizontalmente. Define cada elemento de la organización y como éstos encajan en el proceso, de manera racional, dinámica y oportuna (Delgado et al., 2023).

Para implementar las estrategias en los distintos niveles de la empresa es necesaria la existencia de una política de comunicación clara y efectiva. Asimismo, para asegurar que todos los colaboradores internos estén sintonizados y comprometidos con cada objetivo estratégico es crucial el fortalecimiento la gestión del cambio, para minimizar la resistencia al cambio o a lo nuevo. El compromiso con las estrategias potencia la probabilidad del éxito, generando saltos cualitativos, y allanando el camino en la implementación exitosa de nuevas estrategias (Macías, 2024).

La implementación de estrategias es un componente crítico de la gestión estratégica, ya que convierte las decisiones estratégicas en acciones concretas que pueden ser evaluadas y ajustadas en función de su efectividad. Este proceso, según Montesdeca (2024), requiere una coordinación meticulosa y una gestión adecuada de los recursos, estructuras y personas para asegurar que las estrategias se ejecuten de manera alineada y efectiva, permitiendo a la organización alcanzar sus objetivos estratégicos.

2.1.4. Evaluación y control estratégico

La evaluación y control estratégico es el proceso continuo de monitoreo y evaluación del desempeño de la organización en relación con sus objetivos estratégicos. Este proceso implica el uso de indicadores de desempeño, la comparación de resultados reales con los objetivos planificados, y la realización de ajustes necesarios para asegurar que la estrategia siga siendo efectiva y alineada con el entorno cambiante y los objetivos

organizacionales.

El análisis y la evaluación del progreso hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos implica monitorear el desempeño a través de la recopilación y examen continuo de la información y data relevante. Esto solo es posible con el empleo de indicadores clave de desempeño (KPIs), que suministran datos cuantificables del rendimiento de las diferentes áreas de la organización. El propósito de este proceso es detectar a tiempo, en la organización, las desviaciones anticipadas de los objetivos programados y poder implementar medidas preventivas y correctivas. Los sistemas de control permiten el monitoreo del cumplimiento de las estrategias y realizar ajustes oportunos y necesarios (Mendoza y Guzmán, 2023).

Para la evaluación del desempeño es necesaria la comparación de los resultados obtenidos con cada objetivo estratégico determinado. Si el análisis realizado muestra una alineación, entonces la empresa sigue el camino de la competitividad; si ello no ocurre, se hace imprescindible identificar las causas que pueden estar generando desvíos o retrocesos, para realizar los ajustes o mejoras en las áreas que las necesitan. El control estratégico, a través de evaluaciones periódicas, asegura la efectividad de la implementación estratégica (Pearce & Robinson, 2013).

La garantía de que la organización continua en la senda de cada uno de sus objetivos estratégicos es la gestión estratégica oportuna y correcta a través de la evaluación y control estratégicos como lo señala Rivero y Galarza (2021). De esta manera, la organización podrá rápidamente adaptarse a retos y cambios en la industria. La continuidad del monitoreo, comparación y reajustes facilita en las organizaciones, dentro de un ambiente global y dinámico, su importancia y efectividad.

Es el procedimiento continuo de la supervisión y examen del desempeño corporativo respecto a cada meta estratégica propuesta. Se hace uso de indicadores, de comparaciones de logros respecto a los objetivos planteados, y los reajustes para una buena retroalimentación, asegurando que el plan estratégico siga alineado, tanto con el ambiente inconstante y los objetivos empresariales. El recojo de información importante y su análisis perenne permite un monitoreo del actuar corporativo. Esto es posible con los indicadores de desempeño claves (KPIs), que muestran el rendimiento de

las diversas secciones de la empresa, según Simon (1995). Este monitoreo permite intervenir acciones que puedan estar desviándose de los objetivos planificados y corregir a tiempo. Los sistemas de control son importantes porque logran que las empresas prosigan con sus estrategias a través de ajustes periódicos necesarios (Mendoza y Guzmán, 2023).

Se debe tener en cuenta que es de suma relevancia comparar los resultados in situ con los objetivos establecidos para un análisis del desempeño. Si esto no armonizan, se hace necesario identificar las causas de este comportamiento. Esto permite establecer una situación firme para evaluar el éxito del manejo estratégico e identificar las secciones que son proclives a mejoras o ajuste. El control estratégico necesita constantemente un examen continuo para asegurar su eficiencia y eficacia (Pearce & Robinson, 2013).

Con base en los resultados del monitoreo y la comparación, se hacen ajustes en las estrategias para corregir desviaciones y mejorar el desempeño. Estos ajustes pueden incluir cambios en la asignación de recursos, la modificación de objetivos o la revisión de tácticas operativas. La capacidad de ajustar las estrategias de forma dinámica asegura que la organización pueda adaptarse a cambios en el entorno y mantener su competitividad. La revisión periódica de la estrategia permite a las organizaciones adaptarse a cambios en el entorno y aumentar su efectividad (Grant, 2016).

La evaluación y control estratégico, como lo mencionan Rivero y Galarza (2021), es un componente esencial de la gestión estratégica, ya que asegura que la organización no solo esté avanzando hacia sus objetivos, sino que también pueda adaptarse rápidamente a cambios y desafíos. Este proceso continuo de monitoreo, comparación y ajuste permite a las organizaciones mantener su relevancia y efectividad en un entorno dinámico y competitivo.

2.1.5. Liderazgo estratégico

Es el proceso estratégico mediante el cual la empresa avanza hacia la consecución de sus metas a largo plazo de la mano de sus líderes o CEOs (Chief Executive Officer). El estilo de los líderes se expresa a través de la habilidad para lograr que el personal se inspire o se motive, que se tomen decisiones bien informadas y, además, facilitan la gestión de un equilibrio

entre recursos y capacidades, optimizando la infraestructura, productos y servicios, tomando en cuenta el entorno cambiante, las oportunidades y amenazas. Los líderes comunican y recalcan siempre la misión (propósito de la organización) y la visión (cómo se verá la empresa en el futuro) como guías maestras para el posicionamiento de la empresa (David, 2011, como se cita en González, et al., 2019). La inspiración y la motivación de los empleados, como afirman Bass y Avolio (1994), inducido por los líderes, generan ambientes gratos de trabajo, compromiso y entusiasmos elevados, en bien de los objetivos estratégicos establecidos. La comunicación efectiva, la empatía, el reconocimiento a cada colaborador interno sobre su esfuerzo, sus logros, incrementan también el buen desempeño, mejorando la efectividad de las estrategias establecidas (Bass y Avolio, 1994, como se cita en Cortés, 2016).

La responsabilidad del líder estratégico es gestionar de manera óptima los cambios en la empresa o negocio. Ello implica, detectar el problema, dificultad o necesidad, luego elaborar un plan e implementarlo (con apoyo de su equipo de trabajo). Importante es su capacidad para imponer de manera sutil los cambios ante posibles resistencias del personal. Ello logrará que la organización se adapte y avance entre las dinámicas del entorno y mantener su competitividad. Solo así se pueden establecer nuevas estrategias para un posicionamiento mejor (Kotter, 1996).

El aseguramiento del éxito de cualquier organización, principalmente empresarial, se debe al óptimo liderazgo estratégico, que no sólo define la dirección y el propósito de la corporación, sino también cuenta con un equipo de trabajo motivado, administra las transiciones o cambios de manera consciente y fortalece la confianza para tomar las decisiones oportunas y correctas; estableciendo el equilibrio necesario entre los recursos, las capacidades y los retos del entorno. Sin este liderazgo, es posible no solo perder competitividad, sino también confundir a los colaboradores internos, perdiendo competitividad en el sector (Urrego, 2020).

2.1.6. Competitividad

La competitividad como un factor altamente valorado por las empresas, es la capacidad para brindar bienes y servicios superiores en calidad costo,

innovación y oportunidad en la respuesta al mercado exigente, respecto a los competidores de la industria. El manejo adecuado de la competitividad asegura e incrementa su cuota de mercado, genera valor, fidelidad y sostenibilidad (a largo plazo) para sus clientes o colaboradores externos. La administración de los recursos, la innovación de tecnología, procesos, la calidad del bien o servicio y la adaptabilidad de la empresa ante los cambios, permite que mejore su productividad, eficiencia, Competir en mercados exigentes, hoy en día, depende principalmente de su eficiencia operativas y de su apertura a innovarse cuando las circunstancias lo exijan (Porter, 1990, como se cita en Díaz, et al., 2020).

La capacidad de una corporación empresarial para lograr competir eficazmente, pasa por evaluar los factores externos como la dinámica del mercado objetivo, los productos análogos y sustitutos, las políticas estatales de la industria y las tendencias económicas y tecnológicas globales. Comprender y examinar estos factores le permitirá a la empresa retroalimentarse, establecer cambios, tanto estratégicos como operativos y así asimilar las oportunidades y las amenazas que se le presentan día a día (Thompson et al., 2018).

Mejorar la competitividad empresarial involucra poner en ejecución las estrategias de diferenciación, liderazgo en costos, mejora de la calidad del servicio al cliente e innovación continua. Ello sólo es posible si están alineados con cada objetivo estratégico establecido y la capacidad para ponerlos en marcha. Esta implementación permite mantener la competitividad y tener respuesta oportuna a las demandas del mercado. La competitividad como tal, puede ser el factor determinante, tanto en el éxito como en el fracaso empresarial, si no se crea, por lo menos, una ventaja competitiva sostenible en el tiempo (Díaz et al., 2020)

2.1.7. Eficacia

Alcanzar los propósitos establecidos es el grado de eficacia que poseen las organizaciones. Es hacer las actividades, elaborar los productos, brindar los servicios de la mejor manera y correctamente (Martínez, 2018). Formular pertinentemente las acciones, actividades, procesos y procedimientos,

Lograr los objetivos, obtener los resultados propuestos y deseados, es ser eficaz (Mintzberg, 1994).

2.1.8. Eficiencia

Las tendencias, tanto del avance tecnológico, del crecimiento global de la economía y del comercio mundial, han elevado los estándares de calidad de los bienes y servicios; el consumidor se ha vuelto más exigente y procesa la información con más facilidad. Esta situación obliga a la organización a ser más eficiente, a tener una capacidad de respuesta rápida ante las necesidades del mercado, obtener los máximos resultados con el uso óptimo de los recursos (tiempo, personal y dinero), de los procesos y reducción de desperdicios (Ghiglione, 2021).

2.1.9. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva son todas las características, aspectos y particularidades sostenibles en el tiempo, que sobresalen de una marca, producto o servicio respecto a la competencia (la empresa para el mercado objetivo viene a convertirse en la opción más conveniente), con los que la empresa ofrece beneficios y más valor al cliente a un costo menor según Porter (1985). Importante destacar el cómo se vende. El beneficio de la ventaja competitiva es su protección frente a los competidores, contribuyendo a la formulación y ejecución de estrategias diversas que modernizan y enriquecen a la empresa. Las ventajas competitivas se pueden resumir en: i) Ventaja comparativa (precio, publicidad, etc.), ii) Ventaja diferencial (característica particular o marca) (Porter, 1985, como lo cita Chuquimarca, et al., 2019)

2.2. Antecedentes

2.2.1. Antecedentes internacionales

Dias (2022), estudió la Gestión estratégica y la ventaja competitiva de la empresa Pollos al Gusto Cia. Ltda de la provincia de Cotopaxi. En el enfoque de la investigación fue cuantitativa, tipo exploratoria, aplicó un cuestionario de encuesta a 33 colaboradores de la empresa. Reportó que existe relación

significativa entre la gestión estratégica y la competitividad mediante la prueba chi cuadrado. Concluyó que una adecuada implantación de la gestión estratégica si incide en mayores ventajas competitivas.

Maleza (2022), realizó la investigación Propuesta de gestión estratégica para la mejora del posicionamiento de mercado en microempresa comercializadora de productos cosméticos, cuyo objetivo fue diseñar una planificación estratégica para la mejora del posicionamiento de mercado en la empresa “Hasta la Luna”. Metodológicamente la investigación fue bibliográfica. A través de la evaluación al sector cosmético y una evaluación interna de la empresa, se concluyó que la empresa presenta limitaciones en su oferta de productos y en la comunicación con sus clientes, no cuenta con objetivos de corto plazo; por otro lado, su fortaleza radica en que elabora productos naturales, gastos fijos bajos, logrando la fidelización de un gran sector de sus clientes.

Noriega et. al, (2018) en su artículo Gestión estratégica como impulsor en las pymes para el éxito organizacional, evaluaron la gestión estratégica como un motor de las pequeñas y medianas empresas (Pymes). La metodología tuvo un enfoque epistemológico con técnica cuantitativa, investigación no experimental, de campo y transaccional Se concluyó que los factores clave para una óptima gestión estratégica tienen que ver con la innovación, anticipación, excelencia, prospección para el logro del éxito en la empresa.

Brume (2017) estudió la Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. Uso la técnica del análisis documental y aplicó un cuestionario de encuesta a una muestra de 40 empresas. Se reportó como resultado que el 27.5% de empresarios señalan que muy ocasionalmente sus empresas no cumplen con certeza su visión y misión. Concluyó que las organizaciones deben entender que la gestión estratégica no se limita a desarrollar funciones anualmente, sino que debe convertirse en una práctica frecuente e intemporal donde se ejecuten estrategias como: la innovación, técnicas, métodos e instrumentos que permitan ser eficiente, eficaz, con rendimientos y competitividad.

Ruiz (2021) investigó sobre la *Gestión estratégica y cumplimiento de metas en el contexto de la emergencia sanitaria en la provincia de El Dorado*. La

investigación tuvo un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo-correlacional. Se aplicó metodológicamente la técnica de la Encuesta a través de su instrumento el Cuestionario, considerando una valoración a través de la escala de Likert. A continuación, los consiguió los resultados: i) En una muestra de 168 trabajadores ediles, se obtuvo un Rho de Spearman de 0,716, demostrando una fuerte a perfecta correlación positiva entre la gestión estratégica y el cumplimiento de metas, ii) A pesar de la emergencia nacional debida al Covid-19, las organizaciones pueden considerar estos hallazgos para mejorar su desempeño, su productividad y encaminarse a un posicionamiento mejor, incluso, en condiciones adversas.

2.2.2. Antecedentes nacionales

Hoyos (2023), investigó la gestión estratégica de costos y su relación con la competitividad del Centro Residencial Geriátricos Amigos de Jesús. El estudio fue descriptivo y relacional, aplicó un cuestionario de encuesta y los resultados muestran una relación de 0.559 que indica una relación positiva moderada entre las variables, que significa que la gestión estratégica de costos aplicada a centros residenciales geriátricos, si están relacionadas volviendo más eficiente sus operaciones, mejorando su competitividad, a través de una mejor atención al cliente, fomento de la retención el personal y la creación de valor en el Centro Residencial Geriátrico.

Melendez (2018) estudió la Relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las Mypes del centro comercial e industrial Gamarra. El estudio fue descriptivo-correlacional, aplicó un cuestionario con 11 preguntas tipo escala de Likert a una muestra de 307 Mypes de Gamarra, que representa el 1.2% de población de empresas del emporio Gamarra de ellas 19.9% se dedica al comercio mayorista. La investigación demostró una correlación muy significativa entre la gestión estratégica y la competitividad. De ello se desprende varias situaciones, como la de implementar estrategias que mejoren sus procesos, actividades de todas las áreas de la organización, con el propósito de cumplir y mejorar sus metas establecidas. En particular, destacaron la necesidad de que los negocios dedicados al comercio de telas y confecciones desarrollen estrategias basadas en la percepción de sus

trabajadores.

Leguía y Torres (2019) elaboraron el Estudio La gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, SJL, Lima. Metodológicamente la investigación fue cuantitativa y correlacional principalmente; se aplicó una Encuesta (a través del cuestionario) a una muestra de 50 colaboradores internos. Contrastando las hipótesis, se determinó la existencia de una correlación fuerte entre las dos variables de estudio. Respecto a la influencia de la formulación estratégica en la competitividad, nos arroja una correlación positiva pero débil. De igual manera, es la influencia de la evaluación estratégica con la competitividad, Por otro lado, la implementación de la estrategia con la competitividad, su influencia es positiva de correlación media. Ello nos permite inferir, que se deben identificar las causas de tales resultados y hacer reajustes necesarios para mejorar la competitividad y, por ende, lograr buenos rendimientos.

Loayza (2018), en Lima, en su trabajo de investigación consideró el objetivo general de Determinar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las Mypes del rubro de restaurante en el distrito San Miguel, 2018 El estudio fue descriptivo-correlacional. Aplicó la técnica de la Encuesta a través de un cuestionario con preguntas tipo Likert a una muestra de 258 pymes, que representaron al 33% de la población. Los resultados de la encuesta mostraron una correlación muy fuerte entre la gestión estratégica y la competitividad. Concluyó que una efectiva gestión estratégica influye positivamente en la mejora de la competitividad de los restaurantes.

Olaechea y Quispe (2021), realizaron el estudio de La gestión estratégica y su influencia en la competitividad de la empresa J DRILL PERÚ SAC Arequipa, 2019. se empleó una metodología de investigación con enfoque cuantitativo correlacional explicativo, usando cuestionarios para la recolección de datos. Estos fueron aplicados a 10 trabajadores encargados de la Gestión de la empresa J Drill Perú S.A.C., y luego los datos se procesaron en el programa estadístico SPSS. La correlación de Pearson obtenida fue de 0.868, con un nivel de significancia de 0.001, resultado que es menor al parámetro de 0.05, con lo que se comprueba que existe una correlación positiva considerable entre las variables, concluyó que, la gestión estratégica tiene una alta influencia en la competitividad de la empresa.

2.2.3. Antecedentes locales

Céspedes y Risco (2022) en Piura, estudió La Gestión Estratégica y su Relación con la Competitividad en la Empresa K&D Servicios Generales S.R.L. de Talara, 2022. El estudio fue cuantitativo, de nivel descriptiva correlacional; aplicó un cuestionario de encuesta con preguntas escala de Likert a una muestra de 50 trabajadores. Reportó una correlación moderada entre la gestión estratégica y la competitividad, Concluyó que la gestión estratégica se relaciona significativamente con la gestión de la calidad, lo cual debe ser tomada en cuenta para el éxito de la empresa K&D

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Formulación de hipótesis y definición de variables

3.1.1. Formulación de hipótesis

a) Hipótesis general

La gestión estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022.

b) Hipótesis específicas

1. La formulación estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022.
2. La ejecución estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022.
3. El control estratégico se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022.

3.1.2. Definición de variables

Tabla 3

Variables, dimensiones e indicadores

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Gestión estratégica	Formulación estratégica	Misión
		Visión
		Análisis
		Objetivos
		Valores
	Ejecución estratégica	Estrategias
		Políticas
		Recursos
		Procedimiento
		Resultados
	Control estratégico	Evaluación del desempeño
		Técnicas
		Auditoria
		Retroalimentación
Metas		
Competitividad	Eficacia	Productividad
		Satisfacción
		Costos
		Cumplimiento
		Destreza
	Eficiencia	Tecnología
		Personal
		Actitud
		Tiempo
		Calidad
	Ventaja competitiva	Precios
		Innovación
		Servicio
		Producto
		Estrategia

3.2. Tipo y diseño de investigación

3.2.1. Tipo de investigación

La investigación de acuerdo con el fin que se persigue fue aplicada, tal como lo manifiesta Valderrama (2013) porque se emplearon teorías existentes para determinar la asociación de las variables en estudio.

3.2.2. Enfoque de investigación

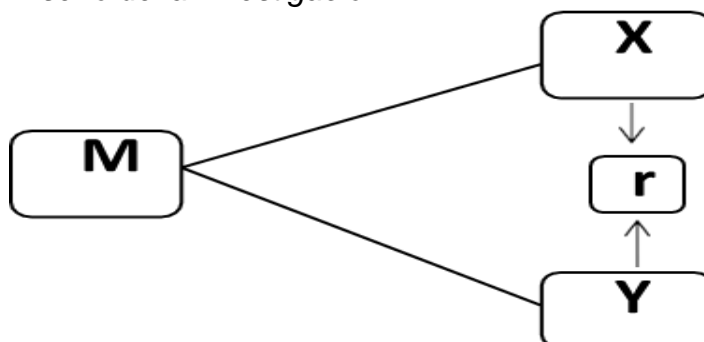
La investigación tuvo un enfoque cuantitativo por cuanto se emplearon datos a partir de la aplicación de un cuestionario de encuesta e hizo uso de la estadística para el análisis univariado o bivariado, tal como lo sostienen Hernández, et al. (2010), este enfoque implicó la recolección de datos para verificar las hipótesis a través de mediciones numéricas y análisis estadísticos, con el objetivo de identificar patrones de comportamiento y evaluar teorías.

3.2.3. Diseño de investigación

De acuerdo con Hernández et al. (2010), una investigación se considera no experimental cuando no se manipulan deliberadamente las variables. En este caso, al tratarse de una investigación no experimental, las variables gestión estratégica y competitividad no se modificaron, dado que el autor que fundamentó estas variables ya ha establecido y definido los parámetros necesarios para su análisis.

Diseño de la investigación

Figura 3:
Diseño de la investigación



Donde:

n = Muestra de estudio

Ox = Información sobre Gestión estratégica

Oy = Información sobre competitividad

3.3. Nivel de investigación

Este estudio fue de nivel correlacional. Según Hernández et al. (2010), ya que asocia, relaciona y cuantifica variables, analizando cómo se vinculan entre sí. La Presente investigación es de nivel correlacional. Por supuesto, que se ha aplicado la observación, la descripción y se centró fundamentalmente en este nivel, por ser el más adecuado y pertinente a la investigación

En este caso, la investigación buscó establecer la relación entre la gestión estratégica y la competitividad.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población para la presente investigación estuvo conformada por los colaboradores de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, que totaliza N = 20.

Tabla 4

Distribución de colaboradores de la empresa ELECTROCASH-Tumbes

Cargo	Nº
Gerente General	1
Administrador	1
Supervisor de ventas	2
Gestor de cobranza	2
Ejecutivos comerciales (Vendedores)	12
Técnico mantenimiento	2
Total	20

Nota: Cuadro de Asignación de Personal – 2022

3.4.2. Muestra

El tamaño de la muestra fue de n = 20 trabajadores de la empresa, que es

el total de la población. En la presente investigación dado el tamaño pequeño de la muestra, no se aplicó ningún criterio de determinación. En consecuencia, se hizo un muestreo por conveniencia, considerando a todos los colaboradores de la empresa para el análisis de estudio. No hubo sujetos de la investigación excluidos.

3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Métodos

Método deductivo. En este método se llevó a cabo la recopilación y análisis de datos mediante la aplicación de un cuestionario como instrumento, con el objetivo de obtener la base de datos necesaria para reflejar la relación entre las variables en esta investigación. (Romero et al.,2021)

3.5.2. Técnicas e instrumentos

Técnicas

Medina, et al. (2023) señala que las técnicas son métodos específicos para obtener datos e información precisa. En esta investigación, la técnica empleada fue la encuesta, la cual, según Arias, consiste en recopilar información de un grupo de personas sobre un tema particular, para luego ser analizada en el estudio. Para el presente trabajo, se aplicó la encuesta considerando las variables previamente identificadas.

Instrumentos

Para determinar los aspectos de cada una de las dimensiones de las variables de estudio: V1: Gestión Estratégica (30 ítems) y Variable V2: Competitividad (30 ítems), se empleó un Cuestionario con escala Likert. Las preguntas con esta escala tuvieron la siguiente valoración: Totalmente de acuerdo (5), De acuerdo (4), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2), Totalmente en desacuerdo son las opciones de respuesta.

3.5.3. Validación y confiabilidad del instrumento

Validación.

La validación de los instrumentos utilizados en la investigación fue realizada por un grupo de expertos en el tema de estudio, quienes evaluaron y validaron los criterios definidos para las variables, dimensiones, indicadores

e ítems correspondientes.

Confiabilidad.

Confiabilidad (Determinación del Alfa de Cronbach)

Tabla 5

Confiabilidad (Determinación del Alfa de Cronbach)

Resumen de procesamiento de casos		Estadística de Confiabilidad	
		N	%
Casos	Válidos	20	100.0
	Excluidos	0	.0
	Total	20	100.0
		α Alfa de Cronbach 0.973 Número de elementos: 20	

El procesamiento estadístico arrojó un Alfa de Cronbach de 0.973 y considerando los intervalos de la tabla, se afirmó que la valoración de la Confiabilidad de los ítems analizados fue buena (ningún ítem se elimina), demostrándose que el instrumento empleado (cuestionario) fue útil para la medición de las variables del estudio.

Tabla 6

Intervalos y valoración del Coeficiente Alfa de Cronbach

Intervalo al que pertenece el coeficiente	Valoración de la Fiabilidad de los Ítems Analizados
[0 – 0,5[Inaceptable
[0,5 – 0,6[Pobre
[0,6 – 0,7[Débil
[0,7 – 0,8[Aceptable
[0,8 – 0,9[Bueno
[0,9 -1]	Excelente

3.6. Procesamiento y análisis de datos

De acuerdo con Sánchez et al. (2021), el procesamiento de la información se define como las actividades de registro que permiten la generación de informes básicos y son visibles mediante la información registrada. En esta investigación, se emplearon series estadísticas como Microsoft Excel y SPSS 25.

Análisis

Según Moreno et al. (2018), el análisis estadístico se refiere a la

comparación y síntesis de los resultados obtenidos en investigaciones, artículos, revistas, etc. En este estudio, se empleó un modelo de regresión lineal múltiple para evaluar el grado de relación, lo que permitió realizar comparaciones con antecedentes diversos.

3.7. Elección del estadístico para la prueba de hipótesis

Coeficiente de correlación de Spearman

Con el objetivo de determinar el estadístico a utilizar para comprobar la hipótesis de investigación planteada en el presente trabajo de investigación, se realizó el análisis siguiente:

- a. Definición de variable, para Hernandez-Sampieri y Mendoza (2018), “es una propiedad o concepto que puede variar y cuya fluctuación es susceptible de medirse u observarse” (pág. 125), teniendo entre las clasificaciones de las mismas a las cualitativas que para Vara (2007) “Son aquellas que se refieren a atributos o cualidades de un fenómeno. Este tipo de variable no se puede medir numéricamente pero sí describir, caracterizar o comparar” (pág. 274).
- b. Hernandez-Sampieri y Mendoza (2018), los análisis no paramétricos se pueden aplicar a datos nominales y ordinales (como los de las escalas de Likert).

Por contener la investigación a realizar variables cualitativas, ordenadas en función de la escala de Likert, es que se empleó una prueba no paramétrica, para lo cual se utilizó el estadístico de Rho de Spearman, el cual se interpretará en función de la tabla n° 4 que se muestra a continuación.

Tabla 7*Valoración del Rho de Spearman*

Rango	Correlación
-0.75 - -0.5	Negativa moderada
-0.5 – 0	Negativa débil
0 – 0,25	Escasa o nula
0,26 - 0,50	Débil
0,51 - 0,75	Entre moderada y fuerte
0,76 - 1,00	Entre fuerte y perfecta

Fuente: Adaptado de Apaza (2022).

Se escogió el estadístico de Rho Spearman, considerando que las variables siguieron una distribución no normal, o sea, son no paramétricas. Fue adecuada para la investigación, porque cumplieron las siguientes condiciones:

- Las dos variables se midieron ordinalmente (se aplicó la Escala de Likert)
- Fue adecuada para muestras pequeñas, reducidas.
- Las variables no fueron estrictamente lineales.
- Si el objetivo fue medir la relación entre las dos variables, gestión estratégica y competitividad, el Rho de Spearman fue la herramienta adecuada.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

NIVEL DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA Y SUS DIMENSIONES:

Tabla 8

Nivel de las dimensiones de la variable Gestión estratégica de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022.

Nivel de Gestión Estratégica	Dimensiones gestión estratégica							
	Dimensión. Formulación Estratégica		Dimensión Ejecución Estratégica		Dimensión Control Estratégico		Var. X Gestión Estratégica.	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alto	13	65.0%	13	65.0%	9	45.0%	10	50.0%
Medio	5	25.0%	5	25.0%	9	45.0%	8	40.0%
Bajo	2	10.0%	2	10.0%	2	10.0%	2	10.0%
Total	20	100.0%	20	100.0%	20	100.0%	20	100.0%

Como resultado de la aplicación de la encuesta se obtuvo que el nivel de gestión estratégica encontrado es el siguiente: 50% indicaron que tiene un nivel alto, el 40% un nivel medio, y 10% un nivel bajo.

En la dimensión formulación estratégica el nivel encontrado fue el siguiente: para el 65% de los encuestados tiene un nivel alto, 25% un nivel medio, y 10% un nivel bajo. En la dimensión ejecución estratégica el nivel encontrado es: 65% presenta un nivel alto, 25% un nivel medio y 10% un nivel bajo y en la dimensión control estratégico el nivel encontrado es que para el 45% presenta un nivel alto, 45% un nivel medio y 10% un nivel bajo (tabla 8).

Tabla 9

Nivel de las dimensiones de la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH -Tumbes, Perú,2022.

Nivel de Competitividad	Dimensiones de Competitividad							
	Dimensión Eficacia		Dim. Eficiencia		Dim. Ventaja Competitiva		Var. Y. Competitividad	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alto	11	55.0%	12	60.0%	14	70.0%	11	55.0%
Medio	7	35.0%	6	30.0%	4	20.0%	7	35.0%
Bajo	2	10.0%	2	10.0%	2	10.0%	2	10.0%
Total	20	100.0%	20	100.0%	20	100.0%	20	100.0%

La aplicación de la encuesta con relación a la variable competitividad nos presenta los resultados que se aprecian en la tabla n° 8: para la mayoría de los encuestados, es decir el 55.00% tiene un nivel alto, luego le siguen los que le otorgan un nivel medio y por último está 10% que manifiestan que tiene un nivel bajo.

Con relación a las dimensiones de la variable competitividad se muestra los resultados siguientes: Para la dimensión eficacia, la mayoría de encuestados, es decir el 55.00% la considera como alta, seguidos del 35.00% que expresan que el nivel es medio y solo un 10% indica que es baja.

RELACIÓN DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA CON LA COMPETITIVIDAD.

Tabla 10

Nivel de las variables Gestión estratégica y Competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Nivel Gestión Estratégica	Nivel de Competitividad							
	Alto		Medio		Bajo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alto	7	35.0%	3	15.0%	0	0.0%	10	50.0%
Medio	4	20.0%	4	20.0%	0	0.0%	8	40.0%
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	2	10.0%	2	10.0%
Total	11	55.0%	7	35.0%	2	10.0%	20	100.0%

Para la mitad de los encuestados, es decir el 50.00% el nivel de gestión estratégica es alto, seguidos de un 40.00% que indican que es de término medio y finalmente solo un 10.0% indican que su nivel es bajo. en tanto que para la variable

competitividad, el 55% de los encuestados que son la mayoría consideran que su nivel es alto, en tanto que para el 35.0% el nivel es medio, finalmente, tenemos a 10% que consideran que el nivel es bajo.

Tabla 11

Nivel de las variables Gestión estratégica y Competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

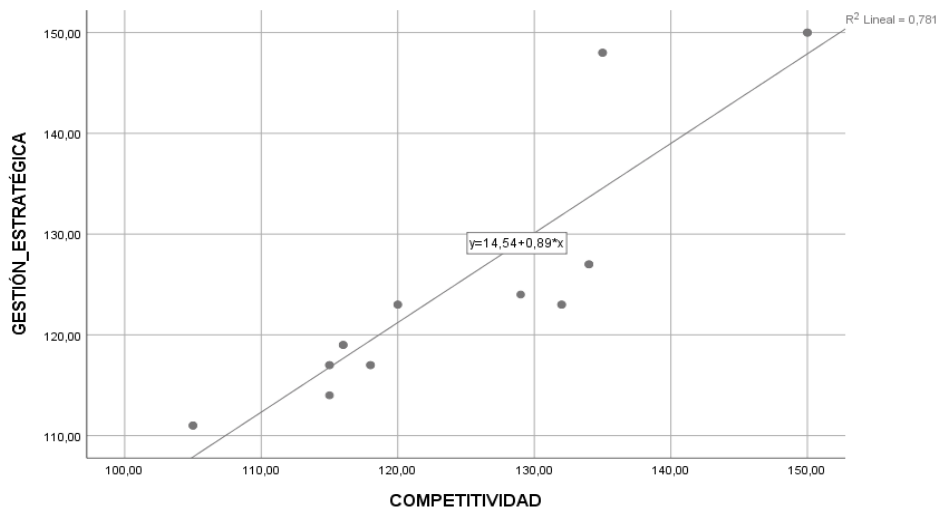
Correlaciones

			GESTIÓN_ESTRATÉGICA	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	GESTIÓN_ESTRATÉGICA	Coefficiente de correlación	1,000	,965**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20

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

Figura 4:

Diagrama de dispersión entre las variables Gestión estratégica y competitividad



Interpretación

Observando la tabla n°10, se aprecia una **relación estadísticamente significativa y de muy alta magnitud**, entre gestión estratégica y competitividad en ELECTROCASH-Tumbes ya que el Rho de Spearman obtuvo un valor de 0.965 y el p valor tiende a cero 0,000

Comprobación de hipótesis

Hi: La gestión estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Ho: La gestión estratégica no se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Regla de decisión

Dado el valor de p de 0.000 que indica que existe relación entre las variables se debe descartar la hipótesis nula y se debe aceptar la hipótesis de investigación, es decir: La gestión estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022

RELACIÓN DE LA DIMENSIÓN FORMULACIÓN ESTRATÉGICA CON LA COMPETITIVIDAD

Tabla 12

Tabla cruzada entre la dimensión Formulación estratégica y la variable Competitividad - de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022

Dimensión Formulación Estratégica	Nivel de Competitividad							Total	
	Alto		Medio		Bajo		N°		
	N°	%	N°	%	N°	%			
Alto	9	45.0%	4	20.0%	0	0.0%	13	65.0%	
Medio	2	10.0%	3	15.0%	0	0.0%	5	25.0%	
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	2	10.0%	2	10.0%	
Total	11	55.0%	7	35.0%	2	10.0%	20	100.0%	

Para el 65.0% de los encuestados el nivel de la dimensión Formulación estratégica en la empresa donde se realiza el estudio es alto, para el 25% el nivel es medio y por último para un 10% el nivel es bajo. Con relación a la variable competitividad se tiene que para el 55.0% de los encuestados es alta, luego esta un 35.0% de los

encuestados que indican que es de término medio y en último lugar tenemos a los encuestados que manifestaron que el nivel de la competitividad es bajo.

Tabla 13

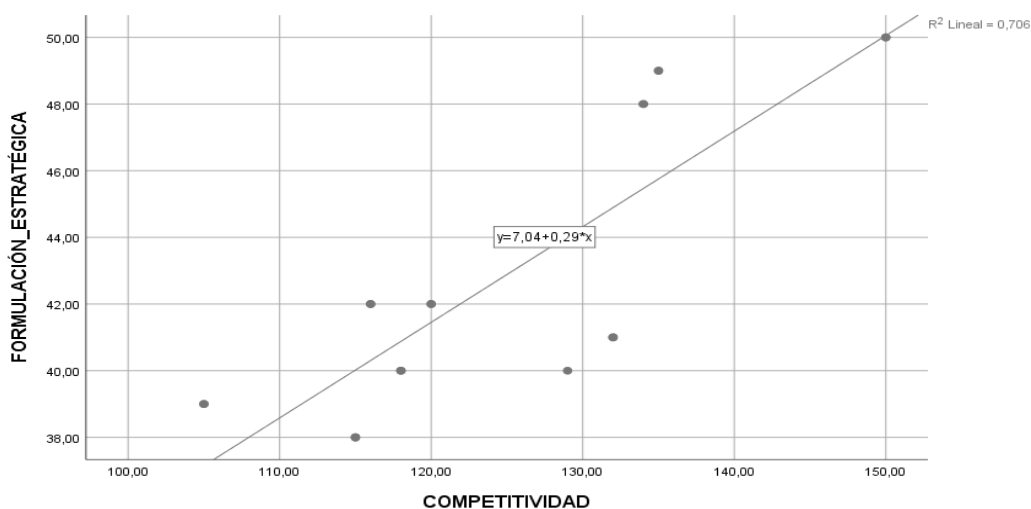
Correlación entre la dimensión Formulación estratégica y la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022

		Correlaciones	
		FORMULACIÓN ESTRATÉGICA	COMPETITIVI DAD
Rho de	FORMULACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000
Spearman	_ESTRATÉGICA	Sig. (bilateral)	,000
		N	20

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

Figura 5

Diagrama de dispersión entre las variables Formulación estratégica y competitividad



Interpretación

El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0,869, lo que indicó una correlación fuerte y muy alta. Esto permitió asegurar con un 99% de confianza la existencia de una correlación positiva muy alta entre la dimensión de Formulación estratégica y la variable Competitividad en el contexto analizado, dado que el valor de significancia bilateral fue de 0,000, inferior al umbral de 0,05 requerido.

Comprobación de hipótesis

Hi: La formulación estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Ho: La formulación estratégica no se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Regla de decisión

Por lo tanto, se aceptó la hipótesis de investigación: La formulación estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; y se rechazó la hipótesis nula.

RELACIÓN DE LA DIMENSIÓN EJECUCIÓN ESTRATÉGICA CON LA COMPETITIVIDAD

Tabla 14

Tabla cruzada entre la dimensión Ejecución estratégica y la variable Competitividad - de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Dimensión Ejecución Estratégica	Nivel de Competitividad							
	Alto		Medio		Bajo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alto	8	40.0%	5	25.0%	0	0.0%	13	65.0%
Medio	3	15.0%	2	10.0%	0	0.0%	5	25.0%
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	2	10.0%	2	10.0%
Total	11	55.0%	7	35.0%	2	10.0%	20	100.0%

El nivel de la dimensión Ejecución estratégica encontrado es el siguiente: para el 65% de los encuestados tiene un nivel alto, 25.0% indican que su nivel es medio y el 10% manifiestan que posee un nivel bajo. Respecto a la variable competitividad se tiene que el 55.0% de los encuestados manifestaron que el nivel es alto, para un 35.0% el nivel es medio y en último lugar tenemos a los que indicaron que el nivel era bajo, representando al 10.0% de los encuestados (tabla 14).

Tabla 15

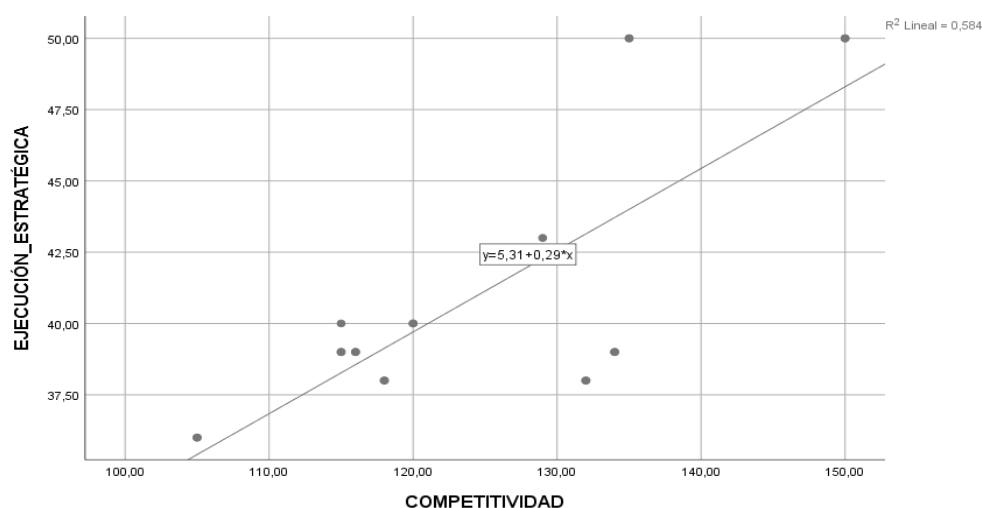
Correlación entre la dimensión Ejecución estratégica y la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, Perú, 2022.

			EJECUCIÓN_ES TRATÉGICA	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	EJECUCIÓN_ES TRATÉGICA	Coefficiente de correlación	1,000	,622**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20

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

Figura 6

Diagrama de dispersión entre la dimensión Ejecución estratégica y la variable Competitividad



Interpretación

El coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0,622, lo que indicó una correlación entre moderada y fuerte. Esto permitió afirmar con un 99% de confianza la existencia de una correlación entre moderada y fuerte entre la dimensión de Ejecución estratégica y la variable Competitividad en el ámbito estudiado, dado que el valor de significancia bilateral fue de 0,000, menor al umbral de 0,01 requerido.

Comprobación de hipótesis

Hi: La ejecución estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Ho: La ejecución estratégica no se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Regla de decisión

Por lo tanto, se aceptó la hipótesis de investigación: La ejecución estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; y se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 16

Relación entre la dimensión Control estratégico y la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Dimensión Control Estratégica	Nivel de Competitividad							
	Alto		Medio		Bajo		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alto	7	35.0%	2	10.0%	0	0.0%	9	45.0%
Medio	4	20.0%	5	25.0%	0	0.0%	9	45.0%
Bajo	0	0.0%	0	0.0%	2	10.0%	2	10.0%
Total	11	55.0%	7	35.0%	2	10.0%	20	100.0%

El nivel de la dimensión Control estratégico encontrado es el siguiente: el 45% expresan que tiene un nivel alto, coincidentemente también un 45% expresan que el nivel es medio y 10% que el nivel es bajo.

Tabla 17

Correlación entre la dimensión Control estratégico y la variable Competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022

Correlaciones

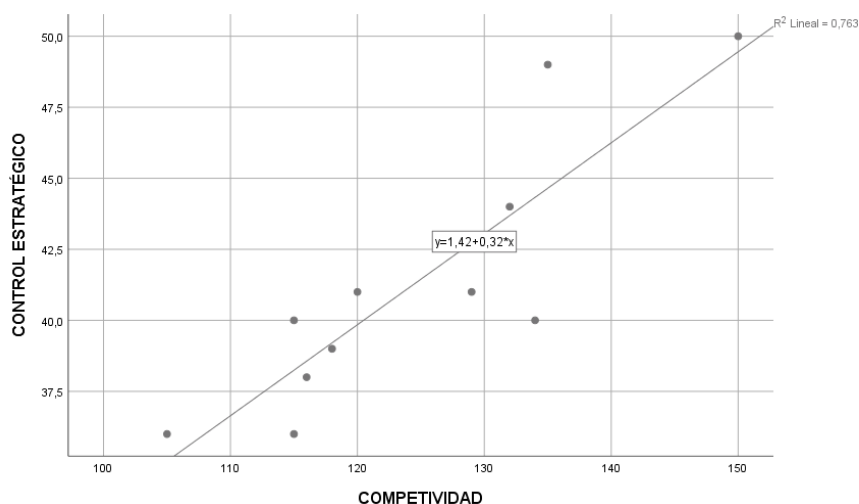
			CONTROL_ES TRATÉGICO	COMPETITIVI DAD
Rho de	CONTROL_ES	Coefficiente de correlación	1,000	,867**
Spearmán	TÉGICO	Sig. (bilateral)	.	,000
			N	20

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

Diagrama de dispersión entre la dimensión Control estratégico y la variable Competitividad

Figura 7

Diagrama de dispersión entre la dimensión Control



Interpretación

El valor del estadístico Rho de Spearman fue de 0,867, además esta correlación fue muy significativa; por lo que se pudo afirmar con un 99% de confianza que en el ámbito de estudio se corroboró una correlación de fuerte a perfecta entre la dimensión Control estratégico y la variable Competitividad porque el valor del Sig. (bilateral) fue de 0,000 que se encontró por debajo del 0.01 requerido.

Comprobación de hipótesis

Hi: El control estratégico se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Ho: El control estratégico no se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Regla de decisión

Por lo tanto, se aceptó la hipótesis de investigación: El control estratégico se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; y se rechaza la hipótesis nula.

4.2. Discusión de resultados

Respecto al objetivo general

El análisis estadístico correlacional, entre las variables Gestión Estratégica y la competitividad de la empresa Electrocash – Tumbes, bajo el indicador Rho de Spearman (igual a 0,965) arrojó un valor p por debajo del 0,01; por lo tanto, se procedió a rechazar la hipótesis Nula (ninguna relación entre las dos variables). Lo que permitió inferir una relación positiva perfecta de la gestión estratégica y la competitividad

Al revisar los estudios, se encuentran varias coincidencias con el estudio sobre la relación entre la gestión estratégica y la competitividad, Leguía y Torres (2019) identificaron una relación positiva entre la gestión estratégica y la competitividad en una empresa de servicios técnicos en Lima, lo que corroboró la importancia de la planificación, evaluación, controles estratégicos y toma de decisiones que generan impactos en su potencial para competir en el mercado objetivo.

A nivel internacional, Días (2022) reportó una relación significativa entre la gestión estratégica y la competitividad en una empresa de alimentos en Cotopaxi, Ecuador, utilizando la prueba de Chi cuadrado. Aunque el método de análisis es diferente, los resultados concordaron con el presente estudio al señalar que una adecuada implantación de la gestión estratégica incide en mayores ventajas competitivas. Por otro lado, el estudio de Brume (2017) sobre empresas del sector logístico en Colombia resaltó que la falta de una gestión estratégica adecuada puede limitar el cumplimiento de los objetivos empresariales. Esto coincide con los hallazgos en ELECTROCASH, donde se destacó que una gestión estratégica sólida es clave para la competitividad de la empresa.

Asimismo, Kaplan y Norton (2008) destacan que la conexión entre la estrategia y la operatividad es esencial para obtener resultados consistentes. En este sentido, ELECTROCASH muestra debilidades en su articulación estratégica, lo que ha limitado su posicionamiento en un mercado competitivo como el tumbesino, caracterizado por actores consolidados y tecnologías disruptivas (CEPAL, 2020). La literatura revisada (Camacho et al., 2023; Thompson et al., 2012) enfatiza que la gestión estratégica no es un evento, sino un proceso continuo que permite adaptarse a entornos cambiantes. En ELECTROCASH, se advierte una escasa proyección prospectiva, limitando su capacidad de innovación y respuesta al consumidor.

Respecto al objetivo específico 1

Establecer la relación de la formulación estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; los resultados de la investigación revelaron que el valor p es inferior a 0,01 (alfa), lo que llevó al rechazo de la hipótesis nula. Esto proporcionó evidencia estadística suficiente para concluir que la gestión estratégica tiene una relación altamente significativa con la competitividad. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, que fue de 0.869, indicó una correlación positiva muy fuerte. Al comparar los antecedentes internacionales y nacionales con los resultados obtenidos en el estudio de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, se encontraron varias coincidencias clave. Leguía y Torres (2019) realizaron un estudio similar en la empresa Mechatronic Service del Perú SAC en Lima, encontrando que la formulación de estrategias presentó una correlación positiva y significativa con la competitividad, aunque con un grado de correlación más débil en comparación con otras dimensiones de la gestión estratégica. En su caso, la formulación de estrategias mostró una correlación débil con la competitividad, mientras que el presente estudio de ELECTROCASH encuentra una correlación más fuerte. Esta diferencia pudo deberse a las particularidades de las industrias y los enfoques estratégicos empleados en cada empresa, pero ambos estudios coincidieron en la importancia de la formulación estratégica para mejorar la competitividad. Maleza (2022) también destacó la importancia de la formulación de estrategias en su propuesta para una microempresa de cosméticos. Aunque el enfoque fue más propositivo y menos cuantitativo, el estudio señaló que la falta de estrategias claras limita el desarrollo y la competitividad de las empresas. En ELECTROCASH, la correlación fue muy alta y significativa, reforzando esta conclusión, evidenciando que una adecuada formulación estratégica es esencial para la competitividad empresarial. Meléndez (2018), en su investigación sobre las Mypes del emporio comercial Gamarra, encontró que la gestión estratégica, en general, tenía una correlación significativa con la competitividad. Este hallazgo es consistente con el presente estudio de ELECTROCASH, en el cual una dimensión clave como la formulación estratégica también muestra una correlación significativa. La coincidencia de resultados en diferentes tipos de empresas y contextos (Mypes y empresas de mayor envergadura) indica que la relación entre la formulación

estratégica y la competitividad no solo es válida en empresas grandes, sino también en micro y pequeñas empresas.

Nuestro estudio resalta que una formulación estratégica adecuada impacta en el rendimiento competitivo, como lo plantean David (2011) y Pallarés-Renau et al. (2022), al indicar que la misión, visión y valores son fundamentales para el alineamiento organizacional. La escasa utilización de herramientas como el FODA o PESTEL en ELECTROCASH debilita la capacidad de anticiparse al entorno. Según Wang (2022), la formulación estratégica debe estar basada en un diagnóstico profundo que permita definir objetivos claros y alcanzables. Esto se refleja también en los hallazgos de Leguía y Torres (2019), quienes destacan que la debilidad en la formulación limita el aprovechamiento de oportunidades del mercado.

Respecto al objetivo específico 2

Establecer la relación de la ejecución estratégica con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; los resultados de la investigación revelaron que el valor p es inferior a 0,01 (alfa), lo que llevó al rechazo de la hipótesis nula. Esto proporciona evidencia estadística suficiente para concluir que la gestión estratégica tiene una relación altamente significativa con la competitividad. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, que es de 0.622, indica una correlación positiva muy alta y significativa. Al comparar los antecedentes internacionales y nacionales con los resultados obtenidos en el estudio de la empresa ELECTROCASH-Tumbes, se observa que existen varias coincidencias significativas. Leguía y Torres (2019), en su estudio sobre la empresa Mecatrónica Servicio del Perú SAC, encontraron que la dimensión de implementación de estrategias tenía una correlación media con la competitividad, lo que contrasta con la correlación muy alta observada en ELECTROCASH. Aunque ambos estudios concluyen que la ejecución de las estrategias es crucial para la competitividad, el grado de correlación varía. Esto podría estar relacionado con las diferencias en el tamaño, sector y procesos de ejecución de las empresas estudiadas. Sin embargo, ambos coinciden en que una ejecución estratégica efectiva mejora significativamente la competitividad. Por otro lado, Ruiz (2021), en su investigación sobre la gestión estratégica en un contexto de emergencia sanitaria en la provincia de El Dorado, destacó que el nivel de ejecución de las

estrategias en momentos de crisis tenía un impacto directo en el cumplimiento de metas organizacionales. Aunque el estudio se enfocó en la relación con el cumplimiento de metas y no directamente con la competitividad, los resultados son consistentes en señalar que una adecuada ejecución estratégica es fundamental para alcanzar los objetivos organizacionales, especialmente en entornos cambiantes o desafiantes, lo que también aplica al contexto de ELECTROCASH. Brume (2017), en su análisis de empresas logísticas en Colombia, resaltó que la ejecución estratégica no debe limitarse a acciones anuales, sino que debe ser un proceso continuo y flexible, enfocado en la innovación y eficiencia para mejorar la competitividad. El estudio de ELECTROCASH muestra una correlación positiva muy alta, lo que respalda las conclusiones de Brume respecto a que una ejecución estratégica constante y bien planificada es clave para mantener o aumentar la competitividad en mercados competitivos.

Nuestros resultados evidencian que si bien la ejecución contribuye a la competitividad, existen aspectos a mejorar. Montesdeca et al. (2024) sostienen que la ejecución efectiva requiere coherencia entre recursos, estructura organizacional y gestión del cambio. En ELECTROCASH, la ausencia de mecanismos formales de implementación, asignación eficiente de recursos y liderazgo participativo afecta la operatividad estratégica. Como señala Macías et al. (2024), sin una cultura organizacional orientada al compromiso con la estrategia, los planes quedan inconclusos. Asimismo, Brume (2017) indica que la ejecución debe ser un proceso sistemático y flexible, con foco en la innovación y retroalimentación constante. La falta de adaptabilidad de ELECTROCASH frente a los cambios post-pandemia limita su reacción frente a la competencia y debilita su sostenibilidad estratégica.

Respecto al objetivo específico 3

Establecer la relación del control estratégico con la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022; los resultados obtenidos muestran que el valor p es menor a 0,01 (alfa), lo que llevó a rechazar la hipótesis nula. Esto ofrece evidencia estadística suficiente para concluir que existe una relación altamente significativa entre la gestión estratégica y la competitividad. Además, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,867 refleja una correlación positiva muy alta y significativa. Los hallazgos de la investigación revelaron que el valor p está por debajo de 0,01 (alfa), lo cual resultó en el rechazo de la hipótesis nula. Esto

respalda la existencia de una relación altamente significativa entre la gestión estratégica y la competitividad. Leguía y Torres (2019), en su estudio sobre la gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, encontraron que la dimensión de evaluación de estrategias presentaba una correlación débil con la competitividad, a diferencia del presente estudio donde se observa una correlación muy alta. Esta diferencia podría deberse a las distintas metodologías de control utilizadas en cada empresa o al contexto específico en el que se implementan las estrategias. Sin embargo, ambos estudios destacan que el control estratégico es un componente relevante de la competitividad empresarial, aunque su grado de impacto puede variar según el entorno. Finalmente, Meléndez (2018), en su estudio sobre las Mypes de Gamarra, también identificó una relación significativa entre el control estratégico y la competitividad, aunque en ese contexto se hacía énfasis en la necesidad de desarrollar mejores procesos de control para mejorar los resultados. Este hallazgo es consistente con los resultados de ELECTROCASH, que muestran una alta correlación entre el control estratégico y la competitividad, reforzando la idea de que la implementación y el monitoreo efectivo de las estrategias son cruciales para mantener la competitividad en mercados altamente competitivos.

Nuestros resultados evidencian que el monitoreo constante y la capacidad de realizar ajustes oportunos son esenciales para mantener la competitividad. Pearce y Robinson (2013) afirman que el control estratégico permite asegurar el cumplimiento de los objetivos mediante indicadores de desempeño y evaluaciones periódicas. Mendoza y Guzmán (2023) sostienen que los KPIs son vitales para detectar desviaciones y facilitar la toma de decisiones. En ELECTROCASH se advierte la carencia de sistemas estructurados de control, lo cual impide generar alertas tempranas ante problemas operativos o estratégicos. Esto coincide con los hallazgos de Rivero y Galarza (2021), quienes indican que la capacidad de adaptación depende en gran medida del monitoreo continuo. En resumen, la investigación confirma que una gestión estratégica integral, que incluya una formulación clara, una ejecución coherente y un control riguroso, se asocia directamente con la mejora de la competitividad organizacional.

Como reflexiones finales tenemos que los resultados permiten observar que la problemática de la gestión estratégica no es exclusiva de ELECTROCASH, sino común en muchas empresas comerciales locales y regionales. Se identifican varios

factores que limitan su capacidad competitiva: La gestión estratégica suele ser informal o intuitiva, sin soporte técnico ni herramientas diagnósticas que orienten la toma de decisiones (CEPAL, 2020); existe una desconexión frecuente entre la formulación y la ejecución de estrategias, generando ineficiencia operativa (Kaplan & Norton, 2008); muchas empresas aún no se adaptan a los nuevos entornos digitales ni incorporan tecnologías que mejoren la experiencia del cliente (RTM, 2021); la falta de liderazgo estratégico limita la motivación del personal y el alineamiento organizacional (Kotter, 1996; Urrego, 2020); la ausencia de sistemas de evaluación y control impide medir el desempeño real y realizar ajustes a tiempo (Mendoza & Guzmán, 2023). Estos hallazgos invitan a una reflexión profunda sobre la urgencia de fortalecer la gestión estratégica en las empresas comerciales para enfrentar entornos cada vez más competitivos, dinámicos y exigentes.

V. CONCLUSIONES

1. La gestión estratégica tiene una relación significativa y positiva con la competitividad de la empresa ELECTROCASH, durante el año 2022, lo que se sustenta en el valor del estadístico Rho de spearman y un p valor de 0.000, lo que demuestra que una adecuada formulación, ejecución y control estratégico contribuyen directamente a mejorar la competitividad de la empresa.
2. Se estableció una correlación positiva fuerte y estadísticamente significativa ($r=0.869$, $p < 0.01$) entre la dimensión de formulación estratégica y la competitividad en ELECTROCASH-Tumbes (2022). Esto indica que: la calidad de la formulación estratégica (definición de objetivos, análisis del entorno y diseño de planes) explica en gran medida el nivel de competitividad alcanzado por la empresa.
3. Los resultados evidencian una correlación positiva moderada y estadísticamente significativa ($\rho = 0.622$, $p = 0.003$) entre la ejecución estratégica y la competitividad en ELECTROCASH-Tumbes (2022). Esto indica que: La capacidad de implementar estrategias (asignación de recursos, coordinación operativa y seguimiento) tiene una influencia media en la competitividad de la empresa.
4. Existe una relación directa y robusta entre los mecanismos de control estratégico (seguimiento, evaluación y ajuste de estrategias) y el nivel de competitividad alcanzado por la empresa. Situación que la respaldan el alto coeficiente (0.867) y el $p = 0.000$, lo que indica que el control estratégico es un factor determinante para mantener y mejorar la posición competitiva.

VI. RECOMENDACIONES

1. La alta dirección de la empresa en estudio debería fortalecer el ciclo completo de la gestión estratégica (formulación-ejecución y control), mediante la capacitación continua de sus colaboradores en herramientas de planificación estratégica (análisis FODA, PESTEL, etc.), sin descuidar el horizonte de corto plazo, realizando por ejemplo estudios de mercados por periodos menores al año, para ajustar objetivos ante cambios regulatorios o de la competencia.
2. Debido al impacto significativo de la formulación estratégica en la competitividad la empresa tiene la posibilidad de comprometer a todas las áreas en la identificación de riesgos y oportunidades, para obtener información que contribuya de manera significativa a la formulación de estrategias competitivas de calidad y adaptabilidad con el entorno.
3. El más alto nivel de la empresa debería designar un equipo responsable encargado de velar en las diferentes áreas de la empresa por la ejecución de la gestión estratégica, con la utilización eficiente y efectiva de los recursos, contribuyendo de esta manera al cumplimiento de su visión, misión y logro de los grandes objetivos estratégicos.
4. Siendo que el control de la gestión estratégica es vital en una empresa para proteger sus recursos que son limitados y escasos, se debe realizar el seguimiento continuo de los KPI, cumplimiento de objetivos que contribuyan al incremento y sostenimiento competitivo de la misma.
5. Los gerentes de empresas comerciales deben alinear la cultura organizacional con la estrategia, promoviendo el liderazgo participativo y la ejecución disciplinada mediante cronogramas y metas claras, para ello debe disponer al

6. personal administrativo requiere programas de capacitación práctica en gestión estratégica y uso de indicadores clave para monitorear y mejorar su desempeño institucional.
7. La Escuela de Administración de la Universidad Nacional de Tumbes debe rediseñar sus planes de estudio para incluir simulación de negocios, innovación estratégica y vinculación directa con empresas locales.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, S. y Rodríguez, M. (2022). *Análisis Estratégico de la Moda de Autor Española: Propuestas para el Futuro del Sector*. [Tesis de maestría, Universidad Politécnica de Madrid, España]. Repositorio Institucional. file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/TFM_SERGIO_ALVAREZ_SANCHEZ.pdf
- Apaza, E. (2022). *La Correlación de Pearson o de Spearman en caracteres físicos y textiles de la fibra de alpacas*. Revista investigación Veterinaria. Perú. Vol. 33 N° 3. Lima, mayo/jun. 2022. <http://dx.doi.org/10.15381/rivep.v33i3.22908>
- Brume, G. (2017). *Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico*. Revista Espacios. Vol. 38 (N° 51) Año 2017. Pág. 20. file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/brume%20a17v38n51p20.pdf
- Camacho, V., Gavilanes, M., Moncayo, Y. y Vasllejo, D. (2023). Toma de decisiones en la gestión estratégica empresarial: información, TICS y marketing digital. Revista Científica Bibliotecas. Anales de Investigacion. Vol. 19. N° 3, págs. 1-10. file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-TomaDeDecisionesEnLaGestionEstrategicaEmpresarial-9079402.pdf
- Carranza, G. y Huamani, P. (2020). *Gestión estratégica funcional y calidad del servicio en montecristo casona hotel-Arequipa 2020*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Callao] http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/6563/TESIS_MAESTRIA_CARRANZA_HUAMANI_FCA_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CEPAL. (2020). Informe CEPAL . <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca->

microempresas-pymes

Céspedes, S. y Risco, K. (2022). *La Gestión Estratégica y su Relación con la Competitividad en la Empresa K&D Servicios Generales S.R.L. de Talara, 2022*. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo, Piura]. Repositorio Institucional.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27220/C%
%a9spedes_ISM-Risco_RKP-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27220/C%c3%a9spedes_ISM-Risco_RKP-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y)Charan, R. y Colvin, G. (2002). *Execution: The Discipline of Getting Things Done*.

Chuquimarca, C., Lincango, J. y Taco, J. (2019). *Estudio de la importancia de la ventaja competitiva en las organizaciones*. Revista electrónica TAMBARA, ISSN 2588-0977. Agosto- noviembre 2019 Edición 9, No. 52, pp. 718-731.
[https://tambara.org/wp-
content/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf](https://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf)

Cordova, P. C. (2016). *Aplicación de gestión estratégica en la toma de decisiones para mejorar el rendimiento económico y financiero de las mypes comerciales de Tumbes*. Obtenido de <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4576/TESIS%20MAESTRIA%20-%20IVAN%20CORDOVA%20PURIZAGA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cortés, J. (2016). *Liderazgo emocional: Impacto en los colaboradores*. Departamento de Psicología Evolutiva, Educativa, Social y Metodología. Universitat Jaume I. España.
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/669056/2016_Tesis_Cortes%20Valiente_Jose%20Andres.pdf;jsessionid=A64F1F7C99CD958E70E89FE57A28D4B5?sequence=1

Delgado, Z., Valenzuela, C. y Portilla, Y. (2023). *Estructura Organizacional de una empresa de producción gráfica. PROHOMINUM*. Revista de Ciencias Sociales y Humanas Volumen 5 N° 4. Octubre-Diciembre 2023 / E-ISSN: 2665 0169. PH_V5_N4_2023_Art7-1.pdf

Dias, M. (2022). *La gestión estratégica y la ventaja competitiva de la empresa*

“Pollos al Gusto Cía. Ltda. de la provincia de Cotopaxi”. [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35589/1/713%20OE.pdf>

Díaz, G., Quintana, M. y Fierro, D. (2020). *La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones*. INNOVA Research Journal, ISSN 2477-9024 (Enero-Abril 2021). Vol. 6, No.1 pp. 145-161 DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

Drucker, P. (2001). *Management Challenges in the XXI Century*. New Brunswick, Transaction Publishers

Drucker, P. (1954). *La práctica de la gestión*. Harper & Row.

García, F. (20 de octubre del 2023). *Los Elementos Clave de una Planeación Estratégica: El Rumbo Hacia el Éxito Empresarial. Asesoría táctica de Negocios*. <https://www.linkedin.com/pulse/los-elementos-clave-de-una-planeaci%C3%B3n/>

Ghiglione, F. (2021). *El Cuadro de Mando Integral como Herramienta de Eficiencia en la Gestión Empresarial*. *Ciencias Administrativas*. Año 9. N° 18 Julio – diciembre 2021 <https://doi.org/10.24215/23143738e088>. <https://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n18/2314-3738-cadmin-18-87.pdf>

González, J., Salazar, F., Ortiz, R. y Verdugo, D. (2019). *Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones*. *Revista Telos*. Vol. 21, N° 1, pp. 242-267, 2019. <https://www.redalyc.org/journal/993/99357718032/html/>

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Education .

Hoyos, A. (2023). *Gestión estratégica de costos y su relación con la competitividad del Centro Residencial Geriátricos Amigos de Jesús*. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* Marzo-abril, 2023, Volumen 7, Número 2. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5663. Vista de Gestión estratégica de costos y su relacion con la competitividad del Centro Residencial Geriátricos

Amigos de Jesus

- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA] (2018). *Manual 3. Gestión Empresarial Estratégica. El análisis interno y externo*. Programa de fortalecimiento de capacidades agroempresariales y asociativas. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7043/BVE18040203e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kaplan, R. y Norton, D. (2008). *Execution Premium: Integrando la estrategia y las operaciones para lograr ventajas competitivas*. Harvard Business Press.
- Kotler, P. y Keller, L. (2012). *Dirección de marketing*. Pearson Educación .
- Leguía, Y. y Torres, J. (2019). *Gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho*. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo, Lima]. Repositorio Institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55851/Legu%20c3%ada_LY-Torres_TJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Leguía, Y. y Torres, J. (2019). *Gestión estratégica y competitividad de la empresa Mechatronic Service del Perú SAC, San Juan de Lurigancho*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional. file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/Legu%C3%ADa_LY-Torres_TJ-SD.pdf
- Loyza, C. K. (2018). *La gestión estratégica y su relación con la competitividad en las Mypes del rubro restaurante, distrito San Miguel, 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32505/Loayza_CK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Macías, M., Castillo, M., Cedeño, M., Delgado, D., Figueroa, L., Sánchez, C. y Velásquez, M. (2024). *Planificación estratégica y su impacto en la gestión del cambio organizacional*. Revista Ciencia y Desarrollo 27 (4): Octubre - Diciembre 2024. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/index>
- Maleza, T. (2022). *Propuesta de gestión estratégica para la mejora del posicionamiento de mercado en microempresa comercializadora de*

productos cosméticos. Quito. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/20114/Proyecto%20de%20Titulaci%3%b3n_MBA_Nicole%20Maleza_v01%20Revision%20LM%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Manterola, C., Hernández-Leal, M., Otzen, T., Espinosa, M. & Grande, L. (2023). *Estudios de corte transversal. Un diseño de investigación a considerar en ciencias morfológicas. International Journal of Morphology*, 41(1), 146-155. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022023000100146>

Martínez, C. (2019). *El uso de efectivo y tarjetas débito como instrumentos de pago en Colombia. Lecturas de Economía*, 75-76.

Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C. y Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación. Técnicas e instrumentos de investigación*. Primera edición digital. Editorial: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. Puno. DOI: 10.35622/inudi.b.080

Melendez, L. (2018). *La gestión estratégica y su relación con la competitividad en las mypes del centro comercial e industrial Gamarra*.

Mendoza, J. y Guzmán, A. (2023). *Descripción de herramientas y métodos de seguimiento y control para los KPI en las organizaciones*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Ibagué, Colombia]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unibague.edu.co/server/api/core/bitstreams/60d404f7-f88f-4371-9cc0-e34dd895ad65/content>

Mera, N. (2018). *Gestión estratégica financiera para aumentar la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazán, distrito Rioja, año 2017 - 2018*. [Tesis para título profesional, Universidad Nacional de San Martín] <https://tesis.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/4164/CONTAB.%20RIOJ A%20-%20Nataly%20Mera%20Vela.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mintzberg, H. (1994). *El ascenso y la caída de la planificación estratégica*. Free Press.

- Montesdeca, F., Wilson, V., Hurtado, N., Bravo, S. y Villacreses, R. (2024). *Administración estratégica basada en la toma de decisiones efectiva*. Ciencia y Desarrollo 27 (3): Julio - Septiembre 2024. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/index>
- Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S. y Villanueva, J. (2018). *Metodología. Revisiones Sistemáticas: definición y nociones básicas*. Revista Clínica Periodoncia Implantol. Rehabil. Oral Vol. 11(3); 184-186, 2018. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/ArticuloPublicado.pdf>
- Noriega, E., Suarez, G. y Vengoechea, O. (2018). *Gestión estratégica como agente impulsor en las pymes para el éxito organizacional*. Espacios. Obtenido de <http://revistaespacios.com/a18v39n16/a18v39n16p18.pdf>.
- Olaechea, D. y Quispe, Y. (2021). *Gestión estratégica y su influencia en la competitividad de la empresa J DRILL PERÚ SAC Arequipa, 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional San Agustín, Arequipa]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8db7640b-4209-4912-9c61-7cb2fe197be3/content>
- Pallarés-Renau, M., López-Font, L. y Miquel-Segarra, S. (2022). *Misión, Visión y Valores. Elementos determinantes en la construcción de un propósito diferenciador para las organizaciones del Tercer Sector*. Revista Internacional de Relaciones Públicas, Nº 23, Vol. XII [Páginas 51-72]. file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/aalmansamartinez,+04_749_pp51-72.pdf
- Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. (1985). *Ventaja competitiva*. Free Press.
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Free Press
- PRODUCE. (2017). *Ministerio de producción*. Obtenido de Ministerio de Producción: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica->

- Quichiz, P. M. y Zamora, V. N. (2021). *Gestión estratégica y el clima laboral en la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana los Andes* – 2021. <https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/670/Quichiz%20-%20Zamora%20%20%20-%20%20%20tesis%20oficial%20OK.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivero, K. y Galarza, J. (2021). Modelo para el control de la estrategia institucional en la Universidad de Cienfuegos. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/2308-0132-reds-9-01-e17.pdf>
- Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G. y Saldarriaga, G. (2021). *Metodología de la investigación*. Primera Edición. Edicumbre https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros_categoria_Academico/articloe/view/22/29
- RTM. (2021). *Real Time Management* . Obtenido de Real Time Management : <https://www.rtm.com.pe/categoria-transformacion-digital/metodologia-rtm-de-planeamiento-estrategico-2021/>
- Ruiz, E., Gago, M., García, C. y López, S. (2013). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. McGraw-Hill Interamericana de España, S.L.
- Ruiz, P. T. (2021). *Gestión estratégica y cumplimiento de metas en el contexto de la emergencia sanitaria en la provincia del Dorado*. *Ciencia Latina*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/957/1301>
- Thompson, A., Gamble, J., Peteraf, M. y Strickland, A. (2012). *Administración estratégica teoría y casos* . McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Urrego, L. (2020). *Liderazgo Estratégico: Perspectiva clave hacia la responsabilidad social en Instituciones de Educación Superior*. Fundación Koinonía. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, vol. 5, núm. 9, pp. 28-43, 2020. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869060002/html/>

- Wang, Z. (2022). *Plan estratégico para la empresa Camposol - 2022-2024*. [Tesis de Maestría, Universidad del Pacífico, Lima]. Repositorio Institucional. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3446/Wang%2c%20Zhituo_Trabajo%20de%20investigacion_Maestria_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yovera, P. (2019). *Trabajo en equipo y planificación estratégica en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión - 2019*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Lima]. Repositorio Institucional

ANEXOS

Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: RELACIÓN DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ELECTROCASH - TUMBES, PERÚ, 2022

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación de la gestión estratégica con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cuál es la relación de la dimensión formulación estratégica con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022?</p> <p>b) ¿Cuál es la relación de la dimensión ejecución estratégica con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022?</p> <p>c) ¿Cuál es la relación del control estratégico con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación de la gestión estratégica con la competitividad de la empresa Electrocash-Tumbes, Perú, 2022.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a) Establecer la relación de la formulación estratégica con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022.</p> <p>b) Establecer la relación de la ejecución estratégica con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022.</p> <p>c) Establecer la relación del control estratégico con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Hi: "La gestión estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022".</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>Hi1: "La formulación estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022".</p> <p>Hi2: "La ejecución estratégica se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022".</p> <p>Hi3: El control estratégico se relaciona positivamente con la competitividad de la empresa Electrocash - Tumbes, Perú, 2022.</p>	<p>Var. X: Gestión estratégica</p> <p>Dim. Formulación estratégica</p> <p><u>Indicadores:</u> Misión – Visión – Análisis – Objetivos – Valores.</p> <p>Dim. Ejecución estratégica</p> <p><u>Indicadores</u> Estrategias – Políticas - Recursos – procedimiento - resultados</p> <p>Dim. Control estratégico</p> <p><u>Indicadores</u> Evaluación del desempeño - Técnicas - Auditoria Retroalimentación - Metas</p> <p>Var. Y: Competitividad</p> <p>Dim. Eficacia</p> <p><u>Indicadores</u> Productividad – Satisfacción - Costos – Cumplimiento - Destreza</p> <p>Dim. Eficiencia</p> <p><u>Indicadores</u> Tecnología – personal - Actitud – Tiempo - Calidad</p> <p>Dim. Ventaja competitiva.</p> <p><u>Indicadores</u> Precios – Innovación - Servicio Producto - Estrategia</p>	<p>Tipo y diseño investigación: Enfoque: Cuantitativo. Tipo investigación: Por su alcance: Aplicada Por su relación de variables: Correlacional</p> <p>Método y diseño investigación: Métodos: Analítico e Inductivo.</p> <p>Diseño: No experimental Esquema: El esquema será:</p> <p>Dónde: M: Población muestral de colaboradores de empresa. X: Gestión estratégica. Y: Competitividad. r: Relación.</p>  <pre> graph TD M[M] --> X[X] M[M] --> Y[Y] X[X] <--> r[r] Y[Y] <--> r[r] </pre> <p>Población, muestreo y muestra. Población: estará constituida por 20 colaboradores de la empresa Electrocash - Tumbes. N=20 Muestreo: No habrá determinación de tamaño muestral. Porque se trabajará con la población. Muestra: estará constituida por los 20 colaboradores de la empresa Electrocash. n = 20</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos Técnicas: Encuesta Instrumento: Cuestionario de encuesta, con preguntas tipo Likert y que comprende: I. Datos generales. II. Gestión estratégica. - III. Competitividad.</p>

Anexo 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEF. CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	CATEGORÍAS O VALORES	ITEM
Gestión estratégica	Thompson y Strickland (2012) aseveran que: “La gestión estratégica radica en las medidas competitivas y los plantamientos comerciales que los administradores implantan para competir de manera productiva, teniendo en cuenta las condiciones internas y externas existentes, estas mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio” (p.04).	Formulación estratégica	Misión	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.01, 2.02 – II. Gestión estratégica.
			Visión	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.03, 2.04 – II. Gestión estratégica.
			Análisis	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.05, 2.06 – II. Gestión estratégica.
			Objetivos	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.07, 2.08 – II. Gestión estratégica.
			Valores	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.09, 2.10 – II. Gestión estratégica.
		Dim. Formulac. de estrategias	Intervalar	Deficiente (10 - 23) Regular (24 - 37) Optimo (38 - 50)	Ítems 2.01, 2.02, 2.03, ..., 2.08, 2.09, 2.10 – II. Gestión estratégica.	
		Ejecución estratégica	Estrategias	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.11, 2.12 – II. Gestión estratégica.
			Políticas	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.13, 2.14 – II. Gestión estratégica.
			Recursos	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.15, 2.16 – II. Gestión estratégica.
			procedimiento	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.17, 2.18 – II. Gestión estratégica.

			resultados	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.19, 2.20 – II. Gestión estratégica.
			Dim. Ejecución. Estrateg.	Intervalar	Deficiente (10 - 23) Regular (24 - 37) Optimo (38 - 50)	Ítems 2.11, 2.12, 2.13, ..., 2.18, 2.19, 2.20 – II. Gestión estratégica.
		Control estratégico	Evaluación del desempeño	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.21, 2.22 – II. Gestión estratégica.
			Técnicas	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.33, 2.24 – II. Gestión estratégica.
			Auditoria	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.35, 2.26 – II. Gestión estratégica.
			retroalimentación	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.37, 2.28 – II. Gestión estratégica.
			Metas	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 2.29, 2.30 – II. Gestión estratégica.
			Dim. Control. Estrateg.	Intervalar	Deficiente (10 - 23) Regular (24 - 37) Optimo (38 - 50)	Ítems 2.21, 2.22, 2.23, ..., 2.28, 2.29, 2.30 – II. Gestión estratégica.
Var. Gestión Estrateg.	Var. Gestión Estrateg.	Intervalar	Deficiente (30 - 70) Regular (71 - 110) Optimo (111 - 150)	Ítems 2.01, 2.02, 2.03, ..., 2.28, 2.29, 2.30 – III. Competitividad.		
Competitividad	Una mayor eficacia y calidad del producto, que son la base de su ventaja, Las competitividades	Eficacia	productividad	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.01, 3.02 – III. Competitividad.
			satisfacción	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.03, 3.04 – III. Competitividad.

distintivas surgen de dos fuentes suplementarias: recursos y capacidades, Druker (2009)		costos	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.05, 3.06 – III. Competitividad.
		cumplimiento	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.07, 3.08 – III. Competitividad.
		destreza	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.09, 3.10 – III. Competitividad.
		Dim. Eficacia	Intervalar	Deficiente (10 - 23) Regular (24 - 37) Optimo (38 - 50)	Ítems 3.01, 3.02, 3.03, ..., 3.08, 3.09, 3.10 – III. Competitividad.
	Eficiencia	tecnología	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.11, 3.12 – III. Competitividad.
		personal	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.13, 3.14 III. Competitividad.
		actitud	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.15, 3.16 – III. Competitividad.
		tiempo	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.17, 3.18 – III. Competitividad.
		calidad	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.19, 3.20 - III. Competitividad.
		Dim. Eficiencia	Intervalar	Deficiente (10 - 23) Regular (24 - 37) Optimo (38 - 50)	Ítems 3.11, 3.12, 3.13, ..., 3.18, 2.19, 2.20 – III. Competitividad.

		Ventaja competitiva	precios	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.21, 3.22 – III. Competitividad.
			innovación	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.23, 3.24 – III. Competitividad.
			servicio	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.25, 3.26 – III. Competitividad.
			producto	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.27, 3.28 – III. Competitividad.
			estrategia	Intervalar	Deficiente (2 - 4) Regular (5 - 7) Optimo (8 - 10)	Ítems 3.29, 3.30 – III. Competitividad.
			Dim. Ventaja competitiva	Intervalar	Deficiente (10 - 23) Regular (24 - 37) Optimo (38 - 50)	Ítems 3.21, 3.22, 3.23, ..., 3.28, 3.29, 3.30 – III. Competitividad.
		Var. Competitividad	Var. Competitividad	Intervalar	Deficiente (30 - 70) Regular (71 - 110) Optimo (111 - 150)	Ítems 3.01, 3.02, 3.03, ..., 3.28, 3.29, 3.30 - III. Competitividad.

Anexo 3: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa ELECTROCASH - Tumbes, Perú, 2022.

Estimado (a) participante:

Encuesta dirigida a los colaboradores de la empresa ELECTROCASH. A continuación, se formularán una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a las variables de estudio: Gestión estratégica y competitividad. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

Por este motivo solicitamos contestar las preguntas del cuestionario de forma anónima con la mayor objetividad y honestidad posible, quedamos muy agradecidos por su colaboración.

Fecha: / / 2023.

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Edad: Años
- 1.2. Sexo: Masc() Fem()
- 1.3. Cargo o puesto:
- 1.4. Tiempo en el puesto ...años.
- 1.5. Nivel Instrucción: Prim () Sec. () Sup. Técnica () Sup. Univ. ()

II. GESTIÓN ESTRATÉGICA

Escala de medición: Likert para ambas variables

Lea detenidamente los enunciados propuestos en el siguiente cuestionario y marque con una X en el que Ud. crea conveniente según la medida que se propone a continuación:

Las preguntas son tipo Likert con la sgte. Valoración:

5. Totalmente de acuerdo TA
4. De acuerdo DA
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo NAND
2. En desacuerdo ED
1. Totalmente en desacuerdo TD

N°	DESCRIPCION	ESCALA				
		1	2	3	4	5
GESTIÓN ESTRATEGICA						
Formulación estratégica						
2.1	La empresa promueve el conocimiento de la misión					
2.2	Su desempeño va acorde a la misión de la empresa					
2.3	Cumple con todas las actividades designadas por su jefe superior					
2.4	Considera alcanzable lo que la empresa se propone en su visión					
2.5	La empresa analiza las estrategias competitivas de sus competidores					
2.6	La empresa analiza periódicamente a sus colaboradores					
2.7	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas					
2.8	La empresa le informa sobre los objetivos de corto plazo a cumplir					
2.9	Las sanciones instauradas por parte de la empresa le estimulan al cumplimiento de principios					
2.10	Pone en práctica los valores establecidos por la empresa					
Ejecución estratégica						
2.11.	La empresa informa de forma precisa las actividades a realizar					
2.12.	Las estrategias implementadas generan el resultado esperado					
2.13.	Las políticas de la empresa contribuyen a mejorar la competitividad de la empresa					
2.14.	Se cumplen a cabalidad las políticas implementadas por la empresa					
2.15.	Considera que la empresa le brinda todo lo necesario para desarrollar su trabajo					
2.16.	Se ha visto en la necesidad de comprar algunas cosas que la empresa no le brinda					
2.17.	Es importante revisar periódicamente la planificación de todas las áreas					
2.18.	Cumple los protocolos de servicio que brinda la empresa					
2.19.	Los resultados de la empresa son medidos periódicamente					
2.20.	La empresa le propone metas a cumplir en un periodo de tiempo					
Control estratégico						
2.21.	El personal es constantemente evaluado					
2.22.	La evaluación del desempeño se debe realizar de manera continua					
2.23.	el personal es monitoreado constantemente por el supervisor del área					
2.24.	Aplica las técnicas de evaluación de herramientas de gestión					
2.25.	Se monitorea su desempeño en su área de trabajo					
2.26.	Conoce el FODA y las líneas de actuación a seguir en los procesos de la empresa					
2.27.	La empresa estimula al personal para que tomen decisiones en situaciones específicas					
2.28.	La empresa propone mejoras en sus procesos					
2.29.	La empresa impone metas a alcanzar					
2.30	Las metas propuestas son cumplidas la mayoría de las veces.					

N°	DESCRIPCION	ESCALA				
		1	2	3	4	5
	Eficacia					
3.01.	Conoce las actividades principales que debe realizar					
3.02.	Existen indicadores claves de desempeño que ayuden a medir y supervisar su desempeño					
3.03.	La empresa premia a sus mejores empleados					
3.04.	Recibe remuneración por las horas extras					
3.05.	Los niveles de costos determinan la rentabilidad de una empresa					
3.06.	Los costos son factor fundamental para competir en el mercado					
3.07.	Tiene inconvenientes con los trabajos realizados					
3.08.	Cumple con los tiempos establecidos para culminar su trabajo					
3.09.	Evalúan su rendimiento comparándolo con la de otros colaboradores					
3.10.	Tiene que cumplir metas en un cierto periodo de tiempo					
	Eficiencia					
3.11.	Las nuevas aplicaciones informáticas que usa la empresa están impactando positivamente en la forma de trabajar					
3.12.	La empresa se adapta constantemente a las nuevas tecnologías					
3.13.	responden rápidamente a las quejas de sus clientes, así como a de los empleados					
3.14.	Es requisito tener un grado académico para ingresar a trabajar a la empresa					
3.15.	Normalmente trabaja con energía y rapidez					
3.16.	Las actividades que realizas lo haces con buena actitud					
3.17.	Evalúan su desempeño constantemente					
3.18.	Miden sus metas alcanzadas					
3.19.	Se supervisa el status final de los trabajos realizados					
3.20.	La empresa promueve una mejor calidad de servicio					
	Ventaja competitiva					
3.21.	La empresa ofrece precios competitivos a nivel del mercado y al alcance del bolsillo del cliente.					
3.22.	Se ofrecen descuentos en la cotización de productos o servicios					
3.23.	La empresa está comprometida con el medio ambiente y ofrece productos con menor uso de energía o menos contaminantes.					
3.24.	Se han implementado nuevas herramientas de gestión					
3.25.	La empresa se encarga de capacitar a todo el personal					
3.26.	La empresa posee las instalaciones para poder realizar su labor					
3.27.	La empresa ofrece productos de tendencia e innovadores de acuerdo con las exigencias del mercado					
3.28.	Se brinda garantía en la venta de todo tipo de producto					
3.29.	Se aplica los procedimientos de mejora continua que la empresa propone					
3.30.	Se aplica los procedimientos establecidos por la empresa cuando realiza alguna actividad					

Muchas gracias por su participación.

Anexo 4: INFORME OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Gestión estratégica y su influencia en la competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100				
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																					X					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					X					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																					X					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					X					



**Gestión estratégica y su influencia en la competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú,
2022.**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100				
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado														X												
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables														X												
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación														X												
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems														X												
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.															X											

Anexo 5: AUTORIZACIÓN PARA EJECUCIÓN DE TESIS



RESOLUCIÓN N° 406-2023/UNTUMBES-FACEC-D

Tumbes, 15 de septiembre de 2023

VISTO: El correo institucional, que contiene el documento presentado por el presidente del Jurado Calificador del Proyecto de Tesis denominado: **"Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa Electrocash-Tumbes, Perú, 2022"**, presentado por la Bachiller en Administración, **KATERYN MILUSCA PÉREZ TERÁN**, y;

CONSIDERANDO:

Que, en concordancia con lo establecido en el artículo 32° de la Ley Universitaria 30220, artículo 26° del Estatuto de la Universidad Nacional de Tumbes y el artículo 31° del Reglamento General de la UNTUMBES, las Facultades son unidades de formación académica, profesional y de gestión. En ellas se estudia una o más disciplinas según la afinidad de sus contenidos y objetivos. Tiene como finalidad el fomento de la cultura, del arte y el deporte; la formación científica y humanística, la producción de bienes y/o prestación de servicios, y la responsabilidad social universitaria;

Que, con RESOLUCIÓN N° 124-2023/UNTUMBES- FACECO-D de fecha 25 de abril de 2023, se designa a los docentes: Dr. Augusto Oswaldo Benavides Medina, (**Presidente**) Mg. Gerardo Ortiz Castro, (**Secretario**) y Mg. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta, (**Vocal**), como miembros del Jurado Calificador del Proyecto de Tesis denominado: **"Gestión estratégica y su influencia en la competitividad de la empresa ELECTROCASH- Tumbes, Perú, 2022"**;

Que, mediante el correo institucional el presidente del jurado alcanza el acta de jurado de fecha 31 de agosto de 2023, que contiene la Revisión del Proyecto de Tesis, pero la revisión ha modificado ligeramente el título, el mismo que queda redactado de la manera siguiente: **"Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa Electrocash-Tumbes, Perú, 2022"** en donde el Jurado Calificador considera al mencionado proyecto expedito para su desarrollo, teniendo en cuenta que han sido levantadas las observaciones correspondientes del Proyecto de Tesis;

Que, el Reglamento de Grados y Títulos en su artículo 14° establece que, la Facultad emitirá la Resolución de aprobación del Proyecto de Tesis y autorización de su ejecución;

Que, la Señora Decana de la Facultad de Ciencias Económicas en uso de las atribuciones que le son conferidas en la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de Tumbes;

RESUELVE:

ARTICULO 1°.- APROBAR, el Proyecto de Tesis denominado: **"Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa Electrocash-Tumbes, Perú, 2022"**, que presenta la Bachiller en Administración, **KATERYN MILUSCA PÉREZ TERÁN**.

ARTICULO 2°.-AUTORIZAR, la ejecución del Proyecto de Tesis denominado: **"Relación de la gestión estratégica en la competitividad de la empresa Electrocash-Tumbes, Perú, 2022"** de la línea de investigación: Políticas y Gestión Pública y Privada, de la Bachiller en Administración, **KATERYN MILUSCA PÉREZ TERÁN**.

ARTICULO 3°.- RATIFICAR, al docente Mg. Galvani Guerrero García, como **Asesor**, para la Elaboración del Proyecto de Tesis que desarrolla la Bachiller en Administración, **KATERYN MILUSCA PÉREZ TERÁN**.

ARTICULO 4°.- COMUNICAR, al Vicerrectorado Académico y al Instituto de Investigación de la Universidad Nacional de Tumbes lo dispuesto mediante la presente resolución para su conocimiento y las acciones que son de su propia competencia.

Dado en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, a los quince días del mes de septiembre de dos mil veintitrés.

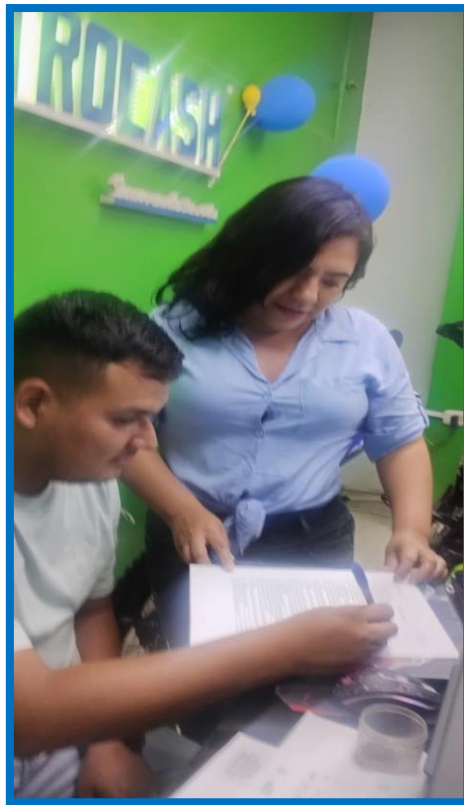
REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE. - (FDO) Mg. ISABEL CRISTINA TANG SERQUÉN DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNTUMBES (FDO) Mg. ALEX ALFRETH ARMESTAR AMAYA SECRETARIO ACADÉMICO.

C.C
VRACAD
DECANA
INST. INVESTIGACIÓN
UNIDAD. INV. FCE.
JUR. CAL.
DIR. ESC. ADM.
ASESOR
INT.
ARCH.

Mg. Alex Alfreh Armestar Amaya
Secretario Académico FCC.EE

Anexo 6: EVIDENCIAS

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA ELECTROCASH - TUMBES



ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA ELECTROCASH - TUMBES

