

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**“Estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La
Curacao, Trujillo 2021”**

Línea de Investigación:

Gerencia e Innovación

Autor (es):

Br. Becerra Pretel, Heyner Alberto

Br. Palomino Agüero, Juan Fabrizio

Asesor:

Dra. Barinotto Roncal, Patricia Ismary

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3286-0593>

TRUJILLO - PERÚ

2022

Fecha de sustentación: 2022/07/01

La presente tesis ha sido revisada y aprobada por el siguiente jurado:

Presidente : Mg. Luis Flores Rodriguez

Secretario : Mg. Hugo Alpaca Salvador

Vocal : Mg. Hermes Guevara Corcuera

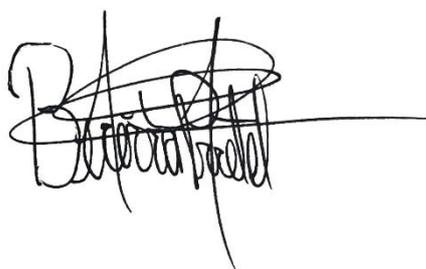
PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: Estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es conocer las estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Becerra Pretel, Heyner
Alberto



Br. Palomino Agüero, Juan
Fabrizio

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Nelly y Heyner pues sin ellos no lo había logrado por la motivación constante que me brindan.

A mis abuelos, que después de mis padres me apoyaron constantemente y especialmente a mi abuelo Walter quien me está cuidando desde el cielo.

A mis amigos por haberme apoyado en todo momento por sus consejos, sus valores que me han permitido ser una mejor persona día a día.

Becerra Pretel, Heyner Alberto

Dedico este trabajo a mis padres Mayte y Ernesto pues sin ellos no lo habría logrado, también por el apoyo constante que me dan.

A mis hermanos que después de mis padres siempre me apoyan en todo lo que necesito.

A mis amigos que siempre están para mí y que me han brindado apoyo todos estos años.

Palomino Agüero, Juan Fabrizio

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por habernos iluminado en el trabajo de investigación para la obtención del Título profesional de licenciado en administración, a nuestras familias, por el apoyo incondicional.

En especial para la Doctora Patricia Ismary Barinotto Roncal, asesora del trabajo, quien nos brindó la información necesaria para la elaboración del trabajo, por su paciencia para seguir en camino adecuado para la culminación de la Tesis.

A la empresa La Curacao y al Grupo EFE por brindarnos la información necesaria para la realización de este trabajo de investigación.

Los autores

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, tiene como objetivo conocer las estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao en la ciudad de Trujillo, pues las empresas se han visto en la obligación de realizar nuevas estrategias para lograr sobrevivir dentro del mercado que se ha visto afectado por la crisis sanitaria causada por la Covid-19. La Curacao vivió momentos de incertidumbre debido a las restricciones del gobierno generando un impacto negativo en las ventas, obligando a buscar nuevas opciones para revertir esta situación sobrevivir. Esta investigación es de tipo aplicada de diseño no experimental, de corte transversal y de alcance exploratorio, con una población de estudio será de 18 colaboradores de la empresa La Curacao sede el Porvenir y con una muestra de la variable de 18 colaboradores para el primer cuestionario y para el segundo cuestionario se utilizó un criterio de inclusión con 6 colaboradores. Como técnicas de recolección de datos se hizo uso de un cuestionario y una entrevista, con lo cual se obtuvieron las principales estrategias que se utilizan en La Curacao para sobrevivir, fueron la omnicanalidad, el IT PREVINGO y el E-commerce, creando distintos métodos de venta como los conectados, fono compras y venta por redes sociales invirtiendo un total de S/. 60,000 y logrando un aumento de ventas 5% a 60% en su página web. Como conclusión se obtuvo que el uso de estrategias empresariales ayuda a obtener un crecimiento en las ventas además de permitir sobrevivir obteniendo ventajas sobre los competidores del sector.

Palabras clave: Estrategias empresariales, Supervivencia, Desarrollo organización, Calidad total, Reingeniería.

ABSTRACT

The objective of this research is to learn about the business strategies for the survival of the company La Curacao in the city of Trujillo, since companies have been forced to develop new strategies to survive in the market that has been affected by the sanitary crisis caused by Covid-19. La Curacao experienced moments of uncertainty due to government restrictions, generating a negative impact on sales, forcing them to look for new options to reverse this situation and survive. This is an applied research of non-experimental design, cross-sectional and exploratory scope, with a study population of 18 employees of the company La Curacao, El Porvenir headquarters, and with a sample of the variable of 18 employees for the first questionnaire and for the second questionnaire an inclusion criterion of 6 employees was used. As data collection techniques a questionnaire and an interview were used, with which were obtained the main strategies used in La Curacao to survive, were omnichannel, IT PREVENGO and E-commerce, creating different sales methods such as connected, phono shopping and sales through social networks investing a total of S/. 60,000 and achieving an increase in sales 5% to 60% on its website. As a conclusion it was obtained that the use of business strategies helps to obtain a growth in sales in addition to allowing to survive obtaining advantages over competitors in the sector.

Keywords: Business strategies, Survival, Organization development, Total quality, Reengineering.

INDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INDICE DE CONTENIDOS	vii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Formulación del Problema	12
1.1.1. Realidad problemática	12
1.1.2. Enunciado del problema	15
1.2. Justificación	16
1.3. Objetivos	17
1.3.1. Objetivo general	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
II. MARCO DE REFERENCIA	18
2.1. Antecedentes	18
2.1.1. A nivel internacional	18
2.1.2. A nivel nacional y local	25
2.2. Marco teórico	27
2.2.1. Estrategia Empresarial	27
2.2.1.1. Definición	27
2.2.1.2. Propósito de la estrategia	27
2.2.1.3. Prospectiva Estratégica	27
2.2.1.4. Características	28
2.2.1.5. Niveles de la estrategia	28
2.2.1.6. Tipos de estrategia	29
2.2.1.7. Herramientas	30
2.2.1.8. Dimensiones de estrategia empresarial	31
2.2.2. Supervivencia	33
2.2.2.1. Definición	33
2.2.2.2. Determinantes de supervivencia	34
2.2.2.3. Factores de la supervivencia	34
2.2.2.4. Teorías de supervivencia empresarial:	35

2.2.2.5.	Enfoques de supervivencia empresarial	35
2.2.2.6.	Ciclo de vida organizacional	35
2.2.2.7.	Dimensiones de Supervivencia	37
2.3.	Marco conceptual.....	39
2.3.1.	Estrategia empresarial.....	39
2.3.2.	Desarrollo organizacional	39
2.3.3.	Administración por calidad.....	39
2.3.4.	Estrategia de reingeniería.....	39
2.3.5.	Supervivencia.....	39
2.3.6.	Empresario	39
2.3.7.	Empresa.....	39
2.3.8.	Entorno.....	39
2.3.9.	Estrategia Corporativa	40
2.3.10.	Estrategia de Negocio	40
2.3.11.	Éxito	40
2.3.12.	Decadencia	40
2.4.	Variable	41
2.4.1.	Operacionalización de variable.....	41
3.	MATERIAL Y MÉTODOS	43
3.1.	Material	43
3.1.1.	Población	43
3.1.2.	Marco muestral.....	43
3.1.3.	Unidad de análisis	43
3.1.4.	Muestra	43
3.2.	Métodos	44
3.2.1.	Diseño de contrastación	44
3.2.1.1.	Tipo de investigación.....	44
3.2.1.2.	Enfoque de investigación	44
3.2.1.3.	Diseño de Investigación:	44
3.2.2.	Técnicas e instrumentos de colecta de datos	45
3.2.3.	Procesamiento y análisis de datos	47
4.	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	49
4.1.	Presentación de resultados.....	49
4.2.	Discusión de resultados	71
CONCLUSIONES	75	

RECOMENDACIONES	76
REFERENCIAS	77
ANEXOS	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable	41
Tabla 2. Técnicas e Instrumentos	45
Tabla 3. Estadística de fiabilidad.....	47
Tabla 4. Niveles de estrategia para la supervivencia de la Curacao	53
Tabla 5. Nivel de la dimensión desarrollo organizacional en los colaboradores de la empresa La Curacao.	53
Tabla 6. Nivel de la dimensión calidad total en los colaboradores de la empresa La Curacao.	58
Tabla 7. Nivel de la dimensión reingeniería en los colaboradores de la empresa La Curacao.	63
Tabla 8. Puestos de trabajo y decisiones estratégicas.....	67
Tabla 9. Necesidades del cliente y mejoras de atención.....	67
Tabla 10. Ventaja competitiva y estrategias para aumentar las ventas	68
Tabla 11. Puestos de trabajo y alianzas estratégicas.....	68
Tabla 12. Nivel de endeudamiento y políticas económicas	69
Tabla 13. Tecnología para servicio de calidad y situación económica del país.	69

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultado del objetivo General	49
Figura 2. Resultado del objetivo específico 1	51
Figura 3. Solución de problemas dentro de la empresa	54
Figura 4. Niveles jerárquicos.....	55
Figura 5. Frecuencia de medición de calidad de trabajo	55
Figura 6. Resolución de problemas de clientes.....	56
Figura 7. Infraestructura de la empresa	56
Figura 8. Zonas de seguridad	57
Figura 9. Capacitaciones en la empresa	57
Figura 10. Oportunidades de ascenso	58
Figura 11. Procesos orientados a satisfacer la necesidad del cliente.....	59
Figura 12. Capacitaciones para mejorar atención al cliente	60
Figura 13. Evaluaciones para medir la satisfacción del cliente.....	60
Figura 14. Productos en almacén para distribución	61
Figura 15. Almacena productos según recomendaciones técnicas	61
Figura 16. Garantía de productos por fallas	62
Figura 17. Seguimiento de productos entregados.....	62
Figura 18. Estrategia para aumentar las ventas.....	64
Figura 19. Los colaboradores forman parte de las decisiones estratégicas	64
Figura 20. Conocer mejor al cliente que la competencia.....	65
Figura 21. Estrategias en base a las necesidades del cliente	65
Figura 22. Apertura de grandes establecimientos y beneficio a los consumidores...66	
Figura 23. Tiene capacidad tecnológica y exigencias del mercado	66

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad problemática

Hoy en día las empresas han experimentado nuevos cambios en los procesos de venta, logística y operaciones, que han obligado a desarrollar estrategias empresariales para sobrevivir en el mercado. Durán (1999) indica que las estrategias empresariales son importantes para las empresas porque deben analizar sus oportunidades y amenazas que es el entorno, de esta manera potenciarse para cumplir los objetivos y las decisiones que se tomara frente a diferentes situaciones. Gutiérrez et al., (2013) menciona que las estrategias empresariales integran las diferentes áreas y los recursos que puede contar una organización para generar trabajo en conjunto y alcanzar metas y objetivo. Ortega y Moreno (2005) afirman que la supervivencia de una empresa es el tiempo que se encuentra en el mercado hasta su salida, que afectan a las condiciones competitivas de estas. Es importante tener un buen planeamiento de estrategias empresariales, para lograr objetivos internos y no permitir ser sorprendidos ante amenazas y lograr sobrevivir, adecuando diferentes condiciones. Las organizaciones están buscando nuevas estrategias empresariales para adaptarse a los cambios generados por la pandemia, intentando sobrevivir en un mercado muy cambiante. En la actualidad la competitividad está jugando un papel muy importante ocasionando que el 90% de las empresas en el mundo se ven obligadas a plantear estrategias para mantener una competencia relevante ante otras y el 80% de los gerentes tienen claro que las estrategias son primordiales para ser frontal y competir en el mercado.

En el plano internacional las organizaciones se han visto afectadas por la covid-19, en consecuencia, han tenido que implementar diferentes estrategias empresariales y posteriormente sobrevivir, en Honduras según Miranda (2020) en el artículo Efecto covid-19 y la percepción de supervivencia empresarial (Caso pequeña y mediana empresa del occidente de Honduras), las empresas han evidenciado vulnerabilidad, al menos el 43.75% de las empresas están cerradas y posiblemente no estén en condiciones de reabrir, además el 75% de empresarios coinciden en que aumentara la pobreza debido a despidos. El mayor impacto se dio en las Pymes específicamente las que son orientadas a la atención al cliente las cuales tuvieron un cierre definitivo, ahora este tipo de empresas tiene que reinventar su negocio para no quebrar. Las pocas empresas

que se encuentran en el mercado han implementado el marketing digital que está haciendo una de las mejores alternativas.

Además, en Suiza la organización mundial de trabajo (2021) indica que el 80% de las Organizaciones Empresariales de todo el mundo han renovado y adaptado su prestación de servicios. La mayoría ofrece servicios jurídicos, de asesoramiento y de consultoría virtuales (83%), y más del 50% ha trasladado su oferta de formación a una plataforma en línea. Entre los ejemplos concretos las reuniones virtuales para debatir cuestiones relacionadas con la COVID-19 con los miembros de la empresa mediante plataformas como Zoom, Microsoft Teams y la formación en línea personalizada se han integrado como canales esenciales para transmitir información y orientaciones, y para impulsar la participación de los miembros. La gran mayoría de empresas de diferentes países del mundo se han visto afectas por la crisis causada por el coronavirus y a su vez han buscado soluciones mediante estrategias para no caer en la quiebra, algunas no han logrado adaptarse a los cambios que requería el mercado.

Finalmente, Camacho (2021) es su artículo Estudio sobre la implantación del teletrabajo en España dice que la gran mayoría de empresas españolas utilizaban el teletrabajo como estrategia empresarial, solo el 4.8% de trabajadores disfrutaban del teletrabajo, pero a raíz de la crisis causada por la Covid-19, el 80% de trabajadores han sido obligados a hacer teletrabajo como estrategia de supervivencia por parte de muchas empresas españolas. Antes solo el 27% de empresas utilizaba herramientas digitales, ahora lo implementa gran mayoría de las empresas, además un 35% afirma que la productividad ha mejorado, rescatando es uso de herramientas digitales como la mejor estrategia para hacerle frente a la covid-19 y las restricciones sanitarias. Las soluciones más viables que optaron las empresas para afrontar la inmovilización hacia sus centros de trabajo, fue el uso de herramientas tecnológicas logrando mantener sus actividades económicas. Se observa en el plano internacional que la crisis causada por la Covid -19 ha afectado de igual manera a distintas sociedades y existen cambios radicales donde se implementaron muchas estrategias innovadoras, diferentes negocios alrededor del mundo logran sobreponerse a las adversidades y tratan de resolver todos los problemas causados por la pandemia. Las organizaciones tienen que reinventarse constantemente y esta crisis ha obligado que busquen la mejor forma de combatir las adversidades, lograr sobrevivir y ser competitivos en un entorno de incertidumbre y cambio constante.

Para el contexto nacional las empresas de todos los rubros han sentido el impacto causado por la crisis generada por el Covid – 19, se han visto en la obligación de implementar nuevas estrategias para sobrevivir en el mercado peruano, por ende, el INEI (2020) en el documento donde presentan los resultados de su encuesta realizada en Lima indica que las principales estrategias que se utilizaron en la pandemia fueron las siguientes: presencial y Delivery un 25%, Online 25.3%, solo presencial 24,5%, solo Delivery 14,4% y otras modalidades de venta un 10%. Además, Redacción Gestión (2021) dice que el 98% de empresas en Perú han adoptado el trabajo remoto y un 89% de empresas peruanas planea continuar con el teletrabajo como parte de la estrategia para seguir operando. A su vez indica que el 27% de empresas tiene previsto realizar préstamos a su personal bajo suspensión perfecta o reducción remunerativa. Finalmente, Conexión ESAN (2020) en su artículo como reinventarse en la nueva normalidad y no morir en el intento, el 30% de las empresas peruanas afectadas han tenido que cambiar su rubro a causa de la crisis sanitaria, para lograr el éxito implementado estrategia, un 63% está planteando cambiar sus ofertas de productos o servicios, la reinversión puede generar incertidumbre en las empresas. El 38.6% de empresas consideran la estrategia de innovación es prioritario para mejorar su propuesta de valor. Las empresas peruanas han sido afectadas de la misma manera que empresas extranjeras, adoptando nuevas estrategias, el cambio de rubro fue de vital importancia para muchas empresas logrando adaptarse a las restricciones implementadas por el gobierno.

La situación local está atravesando las mismas dificultades que las empresas extranjeras y nacionales de diferentes rubros, así mismo están en una continua búsqueda de soluciones, una de ellas es la empresa La Curacao, es una tienda de venta de electrodomésticos donde hay expertos y especialistas en tecnología y servicio al cliente. Son la primera cadena retail en el Perú y forman parte del grupo Conecta Retail. Tienen más de 30 años de experiencia brindando soluciones para las tareas del hogar, más de 80 tiendas con presencia en todo el Perú y el mejor equipo humano de asesores tecnológicos. Las empresas trujillanas del rubro de electrodomésticos sintieron el impacto que deja la pandemia y crisis causada por la Covid-19, diario Expreso (2021) afirma que la cadena de tiendas Elektra se retira del mercado peruano, en los últimos años se venían registrando cifras negativas, en 24 años en el mercado solo obtuvo el 5% de participación en el negocio de electrodomésticos. Retirando los 60 locales en el país incluido la filial en la ciudad de Trujillo. Uno de los competidores directos

de la Curacao tuvo que retirarse del mercado al no lograr sobreponerse y otros han aplicado la suspensión perfecta de labores, sin embargo, la Curacao ha seguido adelante con sus operaciones implementado distintas estrategias para sobrevivir al mercado actual donde existe incertidumbre por las nuevas restricciones y medidas que el gobierno implementa para enfrentar la covid-19. La Curacao como todas las empresas en el mundo fue afectada por la covid-19, género en primer lugar una relación causa – efecto negativa debido a las restricciones interpuestas por el gobierno, generando incertidumbre y cambios constantes en su organización, debido a ello causo una caída significativa de ventas en los primeros meses donde el gobierno declaro un estado de emergencia, que luego conlleva a una reestructuración completa de protocolos y métodos de venta, obligando a adaptarse y sobrevivir en el mercado ante la competencia, a raíz de la inestabilidad de los consumidores, en decidir su adquisición de nuevos productos de la empresa La Curacao llevo a buscar generar una mayor relación con los clientes analizando implementar una atención personalizada, sin dejar de lado el cuidado de su personal, priorizando su salud haciéndolos parte fundamental de la organización, lo cual influyo y genero un efecto positivo en su posicionamiento en el rubro retail.

Por tal razón la investigación propone desarrollar un estudio exploratorio que ayudara a conocer las estrategias empresariales utilizadas y adoptadas por la empresa para permanecer en el rubro, buscar los diferentes métodos utilizados e implementados por la empresa La Curacao para permanecer pionera en el mercado trujillano.

1.1.2. Enunciado del problema

¿Cuáles son las estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021?

1.2. Justificación

- Teórica

Según Gutiérrez, Coronado, Arredondo y Méndez (2013) existen tres dimensiones para estrategias empresariales, desarrollo organizacional, administración por calidad y estrategia de reingeniería que se relacionan con teorías administrativas. Según Varona, Gismera y Gimeno (2014) indican que existen tres dimensiones de supervivencia empresarial, perspectiva de la empresa, perspectiva del empresario y perspectiva del entorno relacionado a las teorías de Meyer y Zuker (1989), la teoría del fracaso permanente, Schumpeter (1934), la teoría de la destrucción creativa y Para Williamson (1991) la teoría de economía tradicional, implicadas en el estudio.

- Práctica

Esta investigación es importante porque permitirá identificar las diferentes estrategias empresariales, canales de distribución, protocolos de bioseguridad, métodos de capacitación, nivel de ventas y actividades para la supervivencia de la empresa la Curacao en la ciudad de Trujillo. El beneficio es económico para los dueños de la empresa La Curacao porque las estrategias identificadas de la investigación permitirán generar ingresos y ser un modelo para otras empresas del mismo rubro adoptando sus estrategias implementadas.

- Metodológica

En esta investigación no busca crear o dar a conocer nuevas metodologías, ya que se va a trabajar con los métodos existentes para poder adquirir la respectiva información del caso. Para medir las estrategias empresariales y la supervivencia se utilizará una encuesta que será evaluada mediante la escala de Likert para poder obtener resultados confiables.

- Social

Esta investigación es conveniente por la situación actual del país y distintas empresas que han sufrido el impacto de la crisis causada por la Covid-19, los beneficiarios de la investigación serán los dueños y colaboradores de la empresa porque mejorarán los procesos de ventas y de relación con el cliente como delivery y pagina web, para sobrevivir en el mercado, logrando mantener puestos de trabajo de colaboradores y fortaleciendo las estrategias empresariales.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Conocer las estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar los tipos de estrategia empresarial para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.
- Identificar el nivel de estrategia aplicada para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.
- Conocer las estrategias empresariales predominantes que han permitido la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Buil y Rocafort (2016), en su artículo “Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: El caso de Barcelona”. Publicado por Intangible capital. Tuvo como objetivo general el estudio de estrategias que llevaron a cabo las empresas en época de crisis, analizando características financieras desde sus inicios hasta la crisis y que han logrado sobrevivir en el mercado, realizadas en el sector industrial y no industrial. A partir de una muestra de empresas industriales y no industriales de 515 empresas, el estudio que se realizó fue de tipo estadístico y el diseño utilizado fue descriptivo. Los resultados de la investigación mostraron que las empresas que sobrevivieron a la crisis mantuvieron una política conservadora, se encontró gran importancia en el nivel de motivación de los empleados, el nivel de conocimientos y personalidad del gerente, dando paso al financiarse con sus recursos propios a cambio de las empresas de nueva creación que mantienen un 75% de endeudamiento, las empresas no industriales tienen un crecimiento de inversión de 22.42%, el personal toma un papel importante en las ventas, se refleja en la rentabilidad que inicialmente es de 40% los primeros años luego en el transcurso de los años no llega al 10% lo que evidencia un problema en generación de beneficios. Finalmente. (p. 116-117)

El objetivo general del estudio está relacionado a conocer las características de las empresas que han sobrevivido en un periodo de crisis siendo las características financieras, condiciones de financiamiento y política conservadora, cual cobra importancia en el trabajo puesto que estas estrategias tienen relación con dimensiones de la variable en la investigación.

Zapata, Ayup, Mayer y Charles (2020) en su investigación Incubator efficiency vs survival of start-ups. Publicado por RAUSP Management Journal. Tuvo como objetivo contribuir al conocimiento sobre la eficiencia de las incubadoras para el crecimiento de la supervivencia empresarial. La investigación se utilizó la técnica de análisis DEA que es una técnica para obtener índices de eficiencia relativa y se aplicó a una población de 6810 empresas donde quedo una muestra de 993 organizaciones. Los resultados de la investigación indicaron que las pequeñas y medianas empresas representan un 99.8% de las actividades económicas del país y generan un 71 % de empleos. Además, indica que el 90% de empresas creadas no sobreviven más de dos años. Finalmente, indicó que el 15 % de empresas muestreadas sobrevive por largo tiempo. (p.520)

El estudio indica que un porcentaje bajo de empresas logra sobrevivir por largo tiempo en un mercado cambiante y resalta la importancia e innovación de las incubadoras de negocio dentro de las empresas para lograr sobrevivir siendo competitivos. Es importante para la investigación ya que se resaltan las estrategias e innovación para adaptarse al entorno.

Ramos, Duran, Aguilar y García (2020), en su artículo “Las nuevas tecnologías como estrategia empresarial”. Publicada por revista Relayn. Tuvo como objetivo general de estudio las estrategias de mercado, su impacto y beneficios en el crecimiento empresarial. A partir de una muestra de 5048 empresas dedicadas al comercio. El tipo de investigación fue teórica-documental, el diseño utilizado fue descriptivo y el instrumento entrevista. Los resultados de la investigación mostraron que las empresas deben presentar mejores condiciones ante sus competidores en el uso de tienda virtual, solo incrementaron en 6.7% entre el 2008 y 2013. También, se encontró que los empresarios de 260 empresas tienen miedo a enfrentar los riesgos, aplicando estrategias empresariales como el uso de internet, uso de plataformas y tienda virtual que promueven una mejor competitividad en el mercado registrando un 5.15%. Finalmente se comprobó que la estrategia de implementar tecnología logra tener acceso a un mercado global para posteriormente vender y beneficiarse económicamente. (p. 8)

El estudio es de utilidad porque presenta una teoría semejante con la variable, siendo la diferencian su principal herramienta, reflejando la importancia con las dimensiones que se aplicó como la tecnología en las empresas, relacionado las herramientas de las estrategias empresariales para sobreponerse en el mercado.

Puebla, Tamayo y Feijoó (2018). En su investigación “Factores relacionados a la supervivencia empresarial. Evidencia para ecuador”, publicado por Analítika: revista de análisis estadístico, tuvo como objetivo analizar distintos factores asociados a la supervivencia y muerte empresarial mediante las características del entorno de las empresas, características propias de la empresa y el capital humano de las mismas, a partir de una muestra de 17,688 empresas. El estudio se realizó mediante el uso de herramientas metodológicas como Técnica no paramétrica de Kaplan-Meier y la regresión de Cox. Los resultados de la investigación mostraron que la tasa de crecimiento del sector aumenta cuando, la tasa de riesgo disminuye considerablemente, se determinó que por el tamaño de la empresa y el nivel de remuneraciones que paga se relaciona con la tasa de riesgo que presenta. También, se encontró que las empresas que poseen trabajadores con una edad promedio de 30 años, con la

participación de 46% de mujeres y un 40% de personal calificado presenta una tasa menor de riesgo. Finalmente, se encontró que 88 de 100 empresas que nacen, no duran el primer año; 42 de 100 empresas logran sobrevivir 5 años consecutivos. (p. 141)

Este estudio cobra importancia por los siguientes resultados obtenidos por el tamaño del sector, concentración en el mercado, características de la empresa y capital humano, relacionándose con el tema supervivencia, siendo parte fundamental para nuestro estudio enfocándose directamente en la dimensión perspectiva de la empresa y perspectiva del empresario, añadiendo valor a la labor del personal.

Morales y Pineda (2015) en su investigación “Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia”. Publicado por Pensamiento & Gestión. Tiene como objetivo explorar las relaciones entre las características del perfil del empleador, la gestión que hacen del servicio y la incidencia de los factores en la supervivencia empresarial. En la investigación se realizó un estudio exploratorio y se adoptó un enfoque cualitativo donde se analizó los casos de nueve emprendedores. Los resultados de este estudio plantean que los atributos más importantes para la supervivencia son los atributos de pivote que se refiere a tener un conocimiento básico del negocio. Los autores indican que las empresas que logran sobrevivir por más de 5 años son creadas por individuos mayores a 30 años con un 67 % y mayormente son empresas de servicios 78%. (p. 201)

Esta investigación se relaciona con el estudio debido a los factores claves para la supervivencia de distintas empresas que se ven reflejados en las estrategias utilizadas para ser competitivos constantemente. Es importante para el estudio por la relación directa con la variable ya que plantea la que las estrategias son clave para sobrevivir siendo competitivos.

Vargas y López (2018), en su artículo “Efectos de la Implementación de Estrategias Empresariales en los Micronegocios”. Publicado por Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. Universidad de Guadalajara, Tuvo como objetivo el estudio de estrategias genéricas llevadas a cabo por los micronegocios aprovechando las estrategias. A partir de una muestra de administradores de empresas y microempresas, el presente estudio que se realizó fue de tipo exploratorio y el diseño utilizado fue descriptivo. Los resultados de la investigación mostraron que las empresas de poca planeación ocasionan que no sobreviva en el mercado o se vea amenazada, esta ineficiencia o

empresas de la competencia mejor organizadas obtengan mayor participación en el mercado y con mejores estrategias. También, se encontró que los gerentes o propietarios basan sus objetivos y estrategias en obtener un mayor beneficio económico. Finalmente se encontró que el 29.90% de los administradores refieren el precio de la competencia y el 30.02% agrega el porcentaje al costo total de producción. (p. 54-55)

Esta investigación aporta relación directamente con la metodología aplicando una investigación de tipo exploratoria – descriptiva analizando las cinco fuerzas de Porter, la cual va a ayudar a identificar si las empresas logran implementar estrategias genéricas para posicionarse en el mercado y analizar el comportamiento de este.

Guzmán, Tarapuez y Parra (2017). En su investigación Estrategia y calidad en empresas colombianas de servicios. Publicado por la revista Venezolana de Gerencia. Tuvo como objetivo analizar la relación entre estrategias y calidad en empresas colombianas. Se realizó un estudio de carácter exploratorio y descriptivo donde se trabaja con siete de nueve empresas. Los resultados de la investigación indican que las organizaciones que utilizan estrategias empresariales de diferenciación, proactividad y de crecimiento se relacionan con la modificación de procesos por otro lado aquellas organizaciones que implementan estrategias empresariales de enfoque y estabilidad se relacionan con el establecimiento de procesos. Además, se indica que de estas empresas el 92.1 % de las empresas son microempresa y 5.9% pequeñas empresas, 1.5% son medianas y solo.0.5% son grandes empresas. También los autores indican que al aplicar mal las estrategias las empresas tienen un 70% de probabilidad de no sobrevivir los primeros 5 años (p.603)

La investigación indica que las empresas optan por ejecutar diferentes estrategias para lograr sobrevivir en un mercado donde se premia ser competitivos. Donde existe relación y aporta al trabajo resaltando la importancia del establecimiento y constante modificación de procesos para mejorar, lo cual es parte importante de la investigación.

Correa y Guayara (2020), en su trabajo de grado “Factores gerenciales y su influencia en la supervivencia empresarial en el departamento de Antioquia”. Tuvo como objetivo determinar los factores para la supervivencia empresarial y las estrategias gerenciales que determinaron la permanencia de la empresa. Publicada por Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria. A partir de una muestra no-aleatorio intencionado por conveniencia, periodo de creación de 4 a 5 años, tipo de investigación mixta, el instrumento son cuestionarios y encuestas

a los gerentes. Los resultados de la investigación muestran que los gerentes identifican sus oportunidades en la productividad con 27.82%, adaptabilidad con un 27.04%, toma de riesgo con 20.43%. Innovación e ingenio en un 16.27% enfrentando así la supervivencia en el mercado. Finalmente, los gerentes consideran que la supervivencia empresarial se debe a las habilidades interpersonales dentro de la empresa un 31.73% considera a la resolución de problemas como un factor importante, un 20.92% al trato y negociación, un 16.63% a las habilidades de comunicación, un 16.16% al objetivo emocional y por último un 14.55% a la inteligencia emocional. (p.19-21)

El estudio presenta una relación con la variable enlazando la importancia de las estrategias para la supervivencia determinando una permanencia para lograr su estabilidad, cual tiene relación con el objetivo específico de conocer cuál de las estrategias empresariales ha permitido la supervivencia de la empresa.

Serrano, Tiuzo y Martínez (2019) en su artículo “Estrategias empresariales para una población vulnerable en Colombia”, publicado por Información tecnológica, tuvo como objetivo identificar cuáles han sido las estrategias empresariales para una población vulnerable en Colombia, a partir de una muestra de 120 artículos. El estudio que se realizó tuvo un enfoque cualitativo y se hizo un análisis documental. Los resultados de la investigación mostraron que el desarrollar estrategias empresariales en una población con problemas económicos es vital para mejorar la calidad de vida de la comunidad. Finalmente se indica que los principales problemas de la sociedad son el desempleo con un 8.9% y esto genera pobreza con indicadores de 39%, además el trabajo informal con 73.2% donde se indica que las empresas informales solo logran sobrevivir los primeros 3 años. (p.154)

La investigación revela que en Colombia se vive una situación de crisis donde la principal fuente de empleo son las empresas informales resaltando que incluso este tipo de organizaciones buscan diferentes estrategias para lograr sobrevivir en el Mercado. Este estudio es de utilidad con la investigación al presentar una crisis y como empresas afectadas se ven obligadas a utilizar diversas estrategias para sobrevivir en el tiempo.

Ostos, Hinderer y Bravo (2017) en su artículo, “Relationship between the Business Environment and Business Strategy Types: Evidence in Peruvian Companies”. Publicado por Universidad & Empresa, tuvo como objetivo revisar la influencia del ambiente de negocios en varios tipos de estrategia de negocio. Este estudio fue empírico con una muestra de 99 compañías de servicios encuestadas.

Los resultados de la investigación demuestran que cuando existe menor incertidumbre respecto al entorno, la toma de decisiones de estrategias empresariales se vuelve más clara en la relación causa – efecto de las decisiones que se toman. Además las empresas de servicios y retail encuestadas emplean el 60 % de la población económicamente activa en Perú y estas implementan 3 tipos de estrategias que son estrategia empresarial de prospectos, para analizar a los clientes (16%), de análisis, para tener en cuenta el mercado y el entorno (66%) y de defensores donde se mantiene el enfoque en productos existentes y mercado actual (18%), esto indica que las empresas buscan un comportamiento estratégico estable y realizan sus planes dependiendo de cómo analizan el comportamiento del entorno. (p. 80).

La presente investigación indica que las empresas buscan adaptarse a los cambios en el entorno para lograr estabilidad y ayude a generar mejores estrategias para sobreponerse a ciertas dificultades con el principal objetivo de sobrevivir dentro de un mercado que cambia constantemente. Temas importantes dentro de la investigación y que se relacionan directamente con la variable y teorías de estudio.

Crecente, Gallo, Garrido y Martínez (2015) en su investigación La supervivencia empresarial durante la crisis económica: el papel de las características empresariales y territoriales. Publicado por la Universidad de Alcalá. Tiene como objetivo brindar información y conocimientos sobre la colaboración en el tamaño, sector empresarial y la localización a la investigación de la supervivencia. En la investigación se dio un modelo de duración que tiene como muestra empresas constituidas entre el 2000 y 2014 (40,000), Los resultados indican que la supervivencia empresarial en España se ha examinado una relación de ratios económicos financieros y de generación de medios líquidos y composición de estructura financiera. También indican que un 61.67 % del total de empresas siguen activas y un 38.33 empresas cerradas o inactivas. Finalmente indica que las grandes empresas solo presenten 0.01% de mortalidad, las medianas empresas 14.99 % y las microempresas un 85%. (p.20)

El estudio muestra un marco teórico enfocado a los agentes externos que afectan directamente al rubro de la empresa como el sector empresarial y el tamaño de la organización, cobra relación con la dimensión característica del entorno del tema supervivencia orientado de la investigación

Garavito, Mantilla, Rueda y Uribe (2020) en su investigación “Impact of Employee Training and Strategic Alliances on Business Innovation and Survival”. Publicado por Utopía y Praxis Latinoamericana, tuvo como objetivo demostrar que

la vinculación de empleados con nivel doctoral y las alianzas estratégicas con universidades logra mejores condiciones para la supervivencia empresarial. A partir de una muestra de 5623 empresas españolas. El estudio que se realizó fue factorial y se aplicó el modelo de regresión de Cox. Los resultados de la investigación demostraron que la innovación de productos aumentará la supervivencia de una empresa cuando mantiene una fuerte alianza estratégica, particularmente con las universidades, quienes son fuente de varios recursos claves para la innovación. Además, se indicó que el 3% de empresas (192) no sobrevivieron en 2013 y el 45% eran pequeñas, el 30 % eran medianas y el 26% eran grandes empresas. Además, se encontró un factor de asociación que explicaba la importancia de trabajar con consultores universitarios para la supervivencia empresarial. (p.87)

La presente investigación revela un factor clave para sobrevivir en el mercado que son las relaciones y alianzas estratégicas para lograr la mayor innovación dentro del mercado, esto permitirá que la empresa logre una mayor probabilidad de supervivencia, lo cual se relaciona de forma directa con la investigación al realzar la importancia de las estrategias para sobrevivir

Mayorca, Mayorca y Mayorca (2020) en su investigación El desempeño: fuente esencial para el mantenimiento y supervivencia de las organizaciones. Publicado por Cuadernos Latinoamericanos de Administración. Tuvo como objetivo desarrollar un marco sistemático del desempeño como fuente esencial que impulsa las distintas fuerzas de acción de las personas al mantenimiento, mejora y supervivencia de las organizaciones. La investigación es cualitativa con una técnica documental con la cual se realizó el análisis de 42 documentos. Los resultados de la investigación indicaron que en un 67 % de los libros revisados muestran que es importante reconocer la necesidad de profundizar la relación entre el desempeño y la supervivencia empresarial ya que sin un buen desempeño es imposible mantener una compañía. Además, en un 28 % de los libros revisados se indica que un factor sumamente importante es la inclusión para construir relaciones propias y fortalecer el espíritu de desempeño para lograr la supervivencia empresarial. (p.10)

El estudio presenta la necesidad de las relaciones entre el desempeño y la supervivencia empresarial siendo la última uno de los temas de la presente investigación, además de dar importancia a las diferentes estrategias para mejorar el desempeño que es el principal objetivo para lograr adaptarse al mercado y sobrevivir siendo competitivos.

Santana (2017) en su artículo "Determinantes de la supervivencia de microempresas en Bogotá: un análisis con modelos de duración". Publicado por Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Tuvo como objetivo estimar la tasa de supervivencia de microempresas en Bogotá e identificar sus determinantes financieros. Para esta investigación se aplicó un modelo de duración donde la base de datos utilizada fue de 25,523 empresas de las cuales 8,555 fueron cerradas. Los resultados de esta investigación muestran que el 34 % de empresas muestreadas fueron cerradas y solo un 66% lograron sobrevivir. Además, los autores indican que para el tercer año de vida de una empresa 75% de estas sobreviven y a partir del sexto año el porcentaje de supervivencia es de 50 %. Finalmente explican que los factores determinantes para la supervivencia empresarial son: El número de empleados, la rentabilidad y la relación entre pasivo /ingreso. (p.60).

El estudio presenta la importancia de aplicar estrategias empresariales para lograr sobrevivir dentro de un mercado, el cual hay que adaptarse constantemente siendo las principales estrategias relacionados a los empleados y la rentabilidad. Esta investigación tiene relación directa con la variable de estudio planteada y los resultados obtenidos enfocándose a las estrategias utilizadas por la empresa La Curacao.

2.1.2. A nivel nacional y local

Llave y Muñico (2017) en su tesis "Estrategias de gestión empresarial y la competitividad en la empresa J&J vapor representaciones en el periodo 2016 - 2017", tuvo como objetivo principal investigar la influencia que tiene las Estrategias de Gestión Empresarial en la Competitividad. Tipo de investigación fue transaccional correlacional, la muestra fue empresa J&J Vapor Representaciones, la técnica que se utilizó fue una encuesta. Los resultados de la investigación mostraron la empresa empleo las tecnologías de información y comunicación, va a permitir una mejor relación como los clientes y los procesos de la empresa como las ventas, pagos, inventarios, rentabilidad, caja chica; convirtiendo a la empresa más competitiva en su mercado. Adema, muestra un 41.11% de nivel de competitividad es un nivel de gestión bajo, después de implementar las estrategias mostro un nivel de competitividad de 57.24% en consecuencia una gestión media. Finalmente, las ventas se incrementaron en un 41.93% cuando se implementó un plan de mejora, también al implementar estrategia en diferencias de costos produjo brindar una mayor calidad de productos y servicio. (p. 76)

El estudio presenta teorías de los tipos de estrategia, modelos gerenciales y crecimiento del sector, los cuales tienen un aporte en la variable estrategias empresariales enfocado a los niveles y modelos estratégicos, logrando incrementar su nivel de competitividad en el desarrollo organizacional.

Rivera (2015). En su artículo “Enfoque técnico en la administración de riesgos empresariales (2014)”. Publicado por Gestión En El Tercer Milenio. Tuvo como objetivo general lograr un enfoque que permita orientar las estrategias empresariales del negocio, para tomar decisiones orientadas a las metas y objetivos esperados, a partir de una muestra está constituida por 5 empresas del sector público, 4 empresas administradoras de fondo de pensiones. El método de estudio de la investigación es Inductivo, la técnica que se utilizo es mediante la observación mediante encuestas y cuestionarios. Los resultados de la investigación mostraron que, para una adecuada toma de decisiones y el control, que forman parte de las estrategias existen herramientas para la identificación de riesgos, análisis de decisiones, análisis PESTEL, FODA, diamante Porter; son base para la planeación estratégica, conlleva a permanecer en el mercado. Finalmente, indica que la eficiencia de las estrategias empresariales depende de las perspectivas financieras con un 65.8%, del mercado un 64.5%, mejoramiento continuo de sus servidores y proveedores un 64.5%. (p. 83).

Las conclusiones del estudio enfocadas a las perspectivas financieras y los clientes para la eficiencia de las estrategias a tomar considerando el análisis de riesgo, presentando relación similar comprendido a los factores críticos internos en las decisiones estratégicas orientadas al cliente e implementación de estrategias interpersonales del personal de la empresa para tomarlos en cuenta y no afecten el desempeño de esta.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Estrategia Empresarial

2.2.1.1. Definición

Según Rivera, Pulgarín y Malaver (2012), señalan que la estrategia empresarial es obtener una ventaja competitiva en la organización, que genera oportunidades en el mercado logrando explotar sus fortalezas, esta debe ser sostenible en el tiempo logrando superar las constantes dificultades de su entorno empresarial. (p. 7)

La estrategia empresarial permite diferenciar a la empresa de su competencia, serán capaces de plantearse nuevos objetivos eficientes y eficaces brindando un valor agregado al producto o servicio. (Alaña, Crespo, Gonzaga 2018 p. 253)

Para Tarziján (2018), la estrategia empresarial está relacionada con las diferentes acciones que deben llevar a cabo las organizaciones, las elecciones de distintos caminos y varios posibles escenarios para generar valor y obtener ganancias para poder sobrevivir al mercado y ser sostenible en el tiempo. (p.3)

Según Andrews (1971) que se citó en Tarziján (2018) la estrategia empresarial es la realización de metas y los diferentes caminos para llegar a estas metas establecidas de manera que se defina en que negocio se encuentre la organización y el origen de la contribución económica y no económica de los implicados en la misma. (p.5)

En conclusión, las estrategias empresariales son diferentes actividades y planes que una organización realiza y materializa en un plan de acción para obtener ventaja competitiva sobre sus competidores y además será viable para sobrevivir.

2.2.1.2. Propósito de la estrategia

Para Maldonado (2018), el propósito principal es mejorar la posición de la empresa en el mercado frente a sus competidores, que va a permitir satisfacer mejor a sus clientes. También es determinar y comunicar las metas que va a lograr la empresa a través de un sistema de objetivos. (p. 44)

2.2.1.3. Prospectiva Estratégica

Según Fuentes (2012), es la relación directa con el futura de la empresa se vincula con el querer y deseo; se busca generar una ventaja competitiva que con lleva resultados y transformación empresarial en el mercado logrando un reconocimiento. (p. 47)

2.2.1.4. Características

Para García (2013) las características de la estrategia empresarial son aquellas que se relacionan con el crecimiento y la supervivencia de la misma y pueden sintetizarse en los siguientes puntos:

- Integración: Las empresas la usan con el fin de garantizar el abastecimiento de productos o servicios además del control de su distribución de estos para que lleguen a tiempo a sus clientes, existen tres tipos:
Hacia arriba: Con la finalidad de asegurar el abastecimiento.
Hacia abajo: Con la finalidad de asegurar la salida de productos y cumplir con los tiempos de entrega.
Horizontal: Con el fin de controlar a competidores.
- Concéntrica: Cuando la estrategia busca nuevas actividades en el plano comercial o tecnológico para complementar el escenario actual.
- Pura: Cuando la estrategia busca nuevas actividades que no se relacionen con las tradicionales.
- Conglomerada: cuando una estrategia busca crecimiento y se realiza una fusión o absorción.

2.2.1.5. Niveles de la estrategia

Freije y Freije (2009), se refieren a la estrategia empresarial como la elección de grandes opciones para conseguir eficientes objetivos que se establezcan en diferentes niveles:

- Estrategia corporativa: Se determina las diferentes actividades en que la empresa se va implicar y de los que debe dar un paso al costado, y enfocarse en la asignación de recursos en todas las áreas de la empresa.
- Estrategia competitiva: Se refiere a la competencia que las diferentes áreas van a desarrollar, con lleva a la búsqueda y obtención de ventajas competitivas de cada área, que va tener influencia en el producto o servicio – mercado.
- Estrategia operacional: Se refiere a la utilización de recursos de las distintas áreas de la organización como finanzas, presupuesto, contabilidad, marketing, producción, logística, etc. van a contribuir a otros niveles de la estrategia.

2.2.1.6. Tipos de estrategia

Según Castellanos (2015), determina que las estrategias se pueden aplicar de la siguiente manera:

Estrategias de Negocios

- Liderazgo en costos: Generar un costo bajo competitivo en el mercado respecto al precio de venta, conlleva a una mejor producción, relación con los proveedores, personal calificado para una mayor productividad.
- Diferenciación: Se logra generar en el producto un mayor valor, va ser muy solicitado por los consumidores que están dispuestos a obtenerlo por el precio que sea.
- Enfocada: La empresa se centra en una parte del mercado, zona geográfica o segmento de cliente.

Estrategias Corporativas

- Fusión: Se integran 2 o más empresas, de mutuo acuerdo para complementar sus recursos y capacidades.
- Adquisición: Una empresa compra una o más empresas para tomar el control.
- Reestructuración: Se decide realizar cambios en la estructura, composición de la empresa, sus objetivos y metas.
- Reducción de tamaño: Se decide disminuir el personal o las áreas de la organización.
- Reducción en el campo de acción: Una empresa al no tener aceptación en un nicho de mercado decide retirarse de ese campo.

Estrategias Internacionales

- Multidoméstica: Se realiza una mejora en las características del producto o servicio según como quiera el mercado.
- Global: No se realiza ningún cambio en el producto o servicio a brindar en el extranjero.
- Transnacionales: Es una combinación de la estrategia multidoméstica y global.

Estrategias Intensivas

- Penetración del Mercado: Una empresa busca entrar a un mercado nuevo y obtener la mayor participación
- Desarrollo del Mercado: Introducir un producto ya existente en nuevas zonas geográficas.

- Desarrollo del Producto: Se busca mejorar o modificar al producto para captar más clientes y obtener mayores beneficios.

2.2.1.7. Herramientas

Para Rivera, Pulgarin y Melaver (2012) herramientas estratégicas son la conexión entre la teoría y los esquemas de diagnóstico de diferentes acciones utilizadas por la alta gerencia de una organización para tomar decisiones importantes. Y consideran las siguientes herramientas:

Análisis DOFA: Es una de las herramientas más utilizadas por diferentes organizaciones ya que es sumamente importante para que estas organizaciones puedan identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Estrategias genéricas de Porter: (Porter ,1987 citado por Rivera et al., 2012) indica que estas estrategias son las distintas rutas que podemos realizar para lograr una ventaja competitiva en el mercado. Las estrategias genéricas de Porter son tres:

- Diferenciación
- Liderazgo en costos
- Enfoque

Para Fernández (2012) las estrategias empresariales son las siguientes:

Las fuerzas competitivas de Porter: Este modelo aborda por primera vez los diferentes factores relacionados al entorno donde se desenvuelve la empresa para ser más competitiva.

- Poder de negociación de los clientes: los compradores o clientes están mejor preparados y al tener muchas opciones son más exigentes
- Poder de negociación de los proveedores: Los vendedores o proveedores ponen sus propias condiciones de precios y tamaño del pedido.
- Amenaza de nuevos entrantes: Nuevos participantes al mercado llegan con nuevos recursos y capacidades para obtener gran parte del mercado.
- Amenaza de productos sustitutos: Existen en el mercado productos parecidos a los ofertados más avanzados tecnológicamente.
- Rivalidad entre competidores: Las distintas organizaciones se enfrentan en una guerra de precios, marketing y tecnologías

Modelo CANVAS: Es el proceso de desarrollo para un nuevo modelo de negocios teniendo en cuenta todos los aspectos importantes para su realización. Los bloques del modelo Canvas son:

- Segmentos de clientes
- Propuesta de valor
- Canales de distribución
- Relación con los clientes
- Fuentes de ingreso
- Recursos claves
- Asociaciones claves
- Estructura de costes

2.2.1.8. Dimensiones de estrategia empresarial

Según Gutiérrez, Coronado, Arredondo y Méndez (2013) determinan las siguientes dimensiones con sus respectivos indicadores para la variable estrategia empresarial.

Las empresas buscan reinventarse buscando adaptarse a los cambios que ocurren constantemente con el fin de ser más competitivos. Los autores plantean tres teorías las cuales engloban conceptos que ayudan a las empresas a conseguir cambios adecuados para ser más competitivos y lograr sobrevivir dentro de un mercado cambiante. Son las siguientes:

Desarrollo Organizacional: Abarca diferentes intervenciones en cambios planeados que buscan mejorar la eficiencia de la organización y bienestar de los colaboradores. Indicadores:

- Cambio de estructura: Es la forma de cómo está dividida la organización y cuáles son las tareas formalmente coordinadas.
- Cambio de tecnología: Refiere a la introducción de nuevos métodos y automatización y computarización de procesos.
- Cambio del ambiente físico: Refiere a la distribución del espacio donde se toman en cuenta las exigencias del trabajo y las diferentes interacciones y necesidades sociales.
- Cambio de personas: Menciona la ayuda de los diferentes individuos y grupos de trabajo para realizar un trabajo de manera eficaz.

Administración por calidad: Se asocia con hacer un producto de acuerdo con el diseño e incorporar el concepto de “adecuabilidad del uso” para lo cual se considera los siguientes indicadores:

- Calidad y diseño: se tiene como finalidad determinar las necesidades de los clientes y se obtienen mediante una investigación de mercado
- Calidad de conformación: Se refiere a fabricar un producto de acuerdo a las especificaciones y corresponde a que cumpla con las medidas de calidad.
- Disponibilidad: Se incorpora para definir la continuidad del servicio que se le brinda al cliente, también refiere a conceptos de confiabilidad y mantenimiento.
- Servicio de campo: Hace referencia a la reparación del producto o al cambio de este.

Estrategia de reingeniería: Indica que los diferentes procesos de los negocios sean enfocados en una perspectiva transnacional y la vez tener en cuenta la satisfacción del cliente.

- Consumidores: Los consumidores o clientes han tomado el control, estos dan sus puntos de vista y las características que quieren en el servicio.
- Competencia: Es un modelo tradicional donde los productores de los bienes presentan su oferta.
- Cambio: Presenta un conocimiento multiplicado gracias a la tecnología y la comunicación masiva, lo cual alienta el desarrollo de nuevas tecnologías.

Además, para Mayorga y Araujo (2011) las dimensiones con sus respectivos indicadores de la variable estrategia empresarial son las siguientes:

Estrategia competitiva: modelo que propone 3 estrategias genéricas que pueden ser utilizadas en cualquier rubro empresarial.

- Liderazgo en costos: Se utiliza cuando una empresa está capacitada para ofrecer un producto a menor precio comparado a la oferta de la competencia.
- Liderazgo en diferenciación: Se utiliza cuando una empresa se orienta a un gran mercado y se enfoca en satisfacer a clientes que busca características particulares de un producto.
- Enfoque o alta segmentación: se utiliza cuando la empresa busca enfocarse en un solo segmento y mejora su producto para ese segmento específicamente.

Estrategia de comportamiento competitivo: Se basan en los diferentes comportamientos que asume la empresa frente a la competencia en el mercado.

- Estrategia de empresa líder: Por lo general es la empresa que tienen mayor participación del mercado o tienen ventajas competitivas como, calidad del producto o precios bajos.
- Estrategia de empresa retadora: Es la empresa que no posee el liderazgo de sector, pero aspira a obtener esa posición a través del tiempo.
- Estrategia de empresa seguidora: Es la empresa que opta por seguir estrategias de otras empresas con mayor participación en el mercado.
- Estrategia de empresa especializada: Es la empresa que se orienta a un segmento del mercado y procura atender de mejor manera a este segmento.

Las estrategias empresariales son las distintas acciones que se generan dentro de una organización para dar solución a posibles adversidades dentro de un entorno competitivo donde se busca sobrevivir y lograr un crecimiento constante, donde los principales son el desarrollo organizacional que busca mejorar los diferentes procesos mediante cambios constantes, la administración por calidad que abarca todo lo relacionado a tener un producto adecuado y que cumpla las exigencias del cliente y por último la reingeniería que nos habla de una perspectiva transnacional teniendo en cuenta siempre las necesidades del cliente, estos indicadores trabajan en conjunto para obtener las mejores estrategias empresariales y lograr los objetivos.

2.2.2. Supervivencia

2.2.2.1. Definición

Según Arias y Quiroga (2008), desde que se crea una empresa y se inician operaciones ya está tratando de permanecer en el mercado, adaptándose lo más rápido posible al entorno donde compete.

Las empresas que realizan sus actividades productivas, con un tamaño cercano al óptimo en el mercado donde compiten, aumentan la probabilidad de supervivencia. (Para López y Puente 2006),

Para Morales, Morales y Valle (2017), la supervivencia empresarial indica la permanencia de una organización en el mercado, esto quiere decir expresar el grado de solidez en el trabajo que ofrece la compañía.

La supervivencia empresarial como la perdurabilidad de las empresas en el tiempo presentando resultados positivos y además se adecuan a los diferentes cambios del mercado. (Vélez, Restrepo, Garzón y Méndez, 2005)

En conclusión, la supervivencia empresarial indica el nivel de competitividad y posicionamiento que logra una empresa en un mercado, donde depende de la adaptación frente a las necesidades de los clientes creando un valor agregado.

2.2.2.2. Determinantes de supervivencia

Según Segarra (2002), la empresa debe enfocarse en sus condiciones iniciales y como se muestra en el mercado ante su competencia directa, la probabilidad de supervivencia se intensifica al darse en mercados emergentes y por último el nivel de concentración de clientes.

Para Audretsch (1995), la determinación de una empresa en el mercado al crearse y que afectan a la empresa es de tipo económico, el nivel de competidores, la financiación que cuenta la empresa, incertidumbre y lo más importante el comportamiento de los clientes (demanda).

2.2.2.3. Factores de la supervivencia

Para Arce (2007) los factores de supervivencia empresarial son los principales determinantes para que la organización se mantenga competitiva en el mercado. Los factores son:

- Producto: Si una empresa dedica todo su tiempo y esfuerzo a un solo producto tiene más probabilidad de no sobrevivir en el mercado y desaparecer a largo plazo.
- Mercado: Un cambio abrupto de la de demanda podría ser perjudicial para la organización ya que podría existir una crisis de capital del trabajo.
- Tecnología:
 - Subcapitalización: La empresa sobrevive del hiper endeudamiento.
 - Falta de capital de trabajo: la empresa pierde posicionamiento ante sus competidores.
 - Costo de capital: las empresas incapaces de invertir sus fondos y obtener rentabilidad.
 - División del patrimonio: los accionistas tomas decisiones distintas y esto repercute en las decisiones de inversión.

- Personal: Está relacionado a que el sistema no encuentra la forma de cubrir totalmente las necesidades del personal y esto perjudica la supervivencia empresarial.

2.2.2.4. Teorías de supervivencia empresarial:

Las teorías empresariales son las siguientes:

Teoría de economía tradicional: Para Williamson (1991) Se establece el rendimiento económico como el factor más importante de la supervivencia empresarial. Es decir, las empresas que tengan un buen rendimiento lograran sobrevivir a largo plazo.

Teoría de la destrucción creativa: Schumpeter (1934) explica que si una empresa logra tener un descubrimiento el mercado deja de estar en equilibrio porque esta empresa logra ventaja sobre sus competidores

Teoría del fracaso permanente: Meyer y Zuker (1989) Explica que el rendimiento económico no es el más importante ya que existen organizaciones que tienen rendimiento bajo, pero aun así sobreviven, entonces todos los distintos factores son una unidad y todos son importantes.

2.2.2.5. Enfoques de supervivencia empresarial

Enfoque estratégico y desventajas de la novedad y del tamaño: Para Whittington (1993) esta teoría recoge las distintas dificultades que enfrentas las nuevas y pequeñas empresas con tasas de mortalidad alta.

Enfoque psicológico del fracaso: Huy (1999) señala que distintos estudios psicológicos se han enfocado en dos consecuencias, la primera sugiere que las emociones negativas estimulan diferentes procesos de búsqueda, aprendizaje y adaptación. El segundo estudio indica que la decadencia administrativa impide la recepción de procesos cognitivos y limita la toma de decisiones.

Enfoque del desarrollo económico: Microempresa y Género: (Chaganti y Chaganti, 1983), indica que el éxito de las microempresas se mide por distintos factores como rentabilidad, facturación, las ventas y el empleo. Además, se indica un creciente interés por el estudio de la mujer empresaria y sus motivos para comenzar su negocio y su relativo éxito.

2.2.2.6. Ciclo de vida organizacional

Según Castelli (2001), las organizaciones se encuentran en una constante actividad en el mercado donde destacan, con lleva que sufran una serie de influencias externas como internas, requiere una evaluación de ciclo de vida que inicia con el nacimiento (creación de la organización) y la muerte (disolución total).

Según Marques (1994), se refiere a las empresas como un organismo vivo, pasa por varias etapas las cuales sirven para entender y evaluar en qué fase se sitúan, y poder tomar mejores decisiones o medidas preventivas.

2.2.2.6.1. Modelos del ciclo de vida

Según Kotler y Armstrong (2007), las etapas que comprende el ciclo de vida son:

- Desarrollo del producto: Se inicia con la idea de un producto o servicio realizando una inversión.
- Introducción: El producto o servicio se introduce al mercado y se espera que la demanda aumente.
- Crecimiento: El producto o servicio es estable en el mercado, siendo aceptado y se van generando más ganancias para la organización.
- Madurez: El nivel de ventas ya no se incrementa como antes, es la etapa más difícil de una empresa tiene que innovar para que sobreviva.
- Decadencia: Las ventas disminuyen considerablemente y hasta ya no se genera utilidades, muchas veces la empresa opta por descartar el servicio o producto, última opción la empresa quiebra.

Según Lester, Parnell y Carraher (2003), las fases comprenden lo siguiente:

- Existencia: Es el comienzo del desarrollo empresarial, se enfoca en la viabilidad, la toma de decisiones y entender al entorno.
- Supervivencia: Establecer una ventaja ante la competencia, generando mayores ingresos y mantenerse competitivo en el mercado.
- Éxito: Se busca proteger lo que la empresa ha obtenido, que busca entrar a nuevos territorios, principalmente se centra en la planificación y estrategia a decidir.
- Rejuvenecimiento: La empresa busca una innovación y creatividad, con lleva tener como prioridad las necesidades de los clientes.
- Declive: Es la incapacidad que tiene la empresa de satisfacer las necesidades de los clientes, puede ocasionar una desaparición de la empresa.

2.2.2.7. Dimensiones de Supervivencia

Según Varona, Gismera y Gimeno (2014), determinan las siguientes dimensiones con sus respectivos indicadores.

Perspectiva del empresario: El empresario debe desarrollar iniciativas, crear y promover que con lleva a darle un valor agregado a la empresa.

- Capital Humano: Es el elemento capaz de generar estrategias para solucionar problemas frente a un mercado exigente.

Perspectiva de la empresa: La situación actual en la que se encuentra la empresa para realizar un análisis real frente al mercado, la gestión que realiza.

- Tamaño inicial: La escala de la empresa cuando inicio sus operaciones.
- Tamaño actual: La cantidad adecuada de empleados, asegura mejor los procesos que lleva al éxito.
- Edad de la empresa: La fecha en cual la empresa inicio actividades, indica la probabilidad de supervivencia.
- Acceso a capital: Determina la necesidad de financiación que requiere la empresa para mejorar sus condiciones frente a competidores.
- Nivel de endeudamiento: Como se encuentra el nivel de endeudamiento, esto promueve un crecimiento, pero es importante tener niveles controlados.
- Innovación: Es la acción que toma la empresa al modificar o transformar un producto o servicio a la necesidad de los clientes.

Perspectiva del Entorno: Son los factores que influyen en la decisión que debe tomar la empresa para sobrevivir, los elementos decisivos de la rentabilidad, las condiciones que ofrece el mercado como la tecnología y desarrollo empresarial.

Elementos determinantes de la rentabilidad de las empresas:

- Situación económica del país: Se refiere a las condiciones de la producción en el país, demanda, nivel tecnológico, actividad del sector.
- Nivel de competencia: Cuando existe un mercado más amplio, exige más presión a la empresa para igualar o superar las exigencias de los competidores.

- Concentración de mercado: Refiere al nivel de capital, economía a escala, empresas que compiten en el mismo mercado.
- Grupos estratégicos: Un grupo de empresas que se encuentran en un mismo sector donde ofrecen productos o servicios, cuales realizan o siguen una estrategia similar que permite lograr beneficios superiores.

Según Comisión Europea (2002), determina dos dimensiones para determinar los factores para la supervivencia de una empresa.

Factor vinculado al empresario: Se refiere a la calidad que brinda el empresario, la cantidad de empleados que laboran, el nivel de experiencia que estos tienen y como se desenvuelven en su puesto de trabajo.

Factor vinculado a la empresa: Para una mayor probabilidad de supervivencia. La empresa debe contar con un volumen de capital considerable, el tamaño de la empresa juega un papel importante y el tiempo que lleva en el mercado frente a sus competidores, por otro lado, los empleados deben ser los más capaces en su área desarrollando destrezas en la producción y la gestión.

La supervivencia muestra el nivel de dificultad que cuenta la empresa siendo interna o externa mostrando la competitividad y posicionamiento en un mercado, mostrando diferentes factores que intervienen en su ciclo de vida organizacional, los fundamentales indicadores son la perspectiva del empresario, crea un valor agregado para brindar una mayor participación en un sector; perspectiva de la empresa, mostrando la coyuntura actual que se encuentra, gestión a realizar y por último la perspectiva del entorno donde las condiciones que genera un mercado son valiosas para la toma de decisiones que permitirán la supervivencia.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Estrategia empresarial

La estrategia empresarial permite diferenciar a la empresa de su competencia, serán capaces de plantearse nuevos objetivos eficientes y eficaces brindando un valor agregado al producto o servicio. (Alaña, Crespo y Gonzaga, 2018)

2.3.2. Desarrollo organizacional

Abarca diferentes intervenciones en cambios planeados que buscan mejorar la eficiencia de la organización y bienestar de los colaboradores. (Gutiérrez, Coronado, Arredondo y Méndez, 2013)

2.3.3. Administración por calidad

Se asocia con hacer un producto de acuerdo al diseño e incorporar el concepto de “adecuabilidad del uso”. (Gutiérrez, Coronado, Arredondo y Méndez, 2013)

2.3.4. Estrategia de reingeniería

Indica que los diferentes procesos de los negocios sean enfocados en una perspectiva transnacional y la vez tener en cuenta la satisfacción del cliente. (Gutiérrez, Coronado, Arredondo y Méndez, 2013)

2.3.5. Supervivencia

La supervivencia empresarial indica la permanencia de una organización en el mercado, esto quiere decir expresar el grado de solides en el trabajo que ofrece la compañía. (Morales, Morales y Valle, 2017)

2.3.6. Empresario

El empresario debe desarrollar iniciativas, crear y promover que con lleva a darle un valor agregado a la empresa. Capital Humano es el elemento capaz de generar estrategias para solucionar problemas frente a un mercado exigente. (Varona, Gismera y Gimeno, 2014)

2.3.7. Empresa

La situación actual en la que se encuentra la empresa para realizar un análisis real frente al mercado, la gestión que realiza, tamaño inicial, tamaño actual, edad de la empresa, acceso a capital, nivel de endeudamiento e Innovación. (Varona, Gismera y Gimeno, 2014)

2.3.8. Entorno

Son los factores que influyen en la decisión que debe tomar la empresa para sobrevivir, los elementos decisivos de la rentabilidad, las condiciones que ofrece el mercado como la tecnología y desarrollo empresarial. (Varona, Gismera y Gimeno, 2014)

2.3.9. Estrategia Corporativa

Se enfoca en el alcance de las diferentes actividades de la empresa, realizando la importancia de las acciones concretas en todas las áreas. (Freije y Freije, 2009)

2.3.10. Estrategia de Negocio

Se busca conseguir beneficios económicos para la organización, actuando de manera adecuada y asignando de la mejor manera los recursos, siendo los principales liderazgos en costos, diferenciación y enfoque. (Castellanos, 2015)

2.3.11. Éxito

Defiende lo que la empresa ha obtenido, requiere mucha dedicación para mantenerse con la ventaja, principalmente se centra en la planificación y estrategia a decidir. (Lester, Parnell y Carraher, 2003)

2.3.12. Decadencia

Es la incapacidad que tiene a empresa para satisfacer las necesidades de los clientes, con lleva que las ventas disminuyen considerablemente y hasta ya no generar ganancias, puede ocasionar la desaparición de esta. (Kotler y Armstrong, 2007)

2.4. Variable

2.4.1. Operacionalización de variable

Tabla 1.

Operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Instrumento	Escala de Medición
VARIABLE: ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	La estrategia empresarial permite diferenciar a la empresa de su competencia, serán capaces de plantearse nuevos objetivos eficientes y eficaces brindando un valor agregado al producto o servicio. (Alaña, Crespo y Gonzaga, 2018)	Para medir las estrategias empresariales se utilizará un cuestionario de Escala Likert. Según afirma el autor es un instrumento donde la persona encuestada tiene que indicar si está de acuerdo o en desacuerdo sobre un ítem o elemento a través de una	Desarrollo Organizacional	Cambio de Estructura	Cuestionario	Ordinal
				Cambio de Tecnología		
				Cambio del ambiente físico		
				Cambio de Personas		
			Administración por calidad	Calidad y diseño		
				Calidad de conformación		
				Disponibilidad		
				Servicio de campo		

escala ordenada.

Bertram (2006)

Estrategia de
reingeniería

Consumidores

Competencia

Cambio
tecnológico

Nota: Elaboración propia de los autores

3. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población

La población, universo o colectivo es un conjunto de elementos, seres con una serie de características de los cuales se requiere una información se les denomina individuo o unidad estadística. (Montero, 2007), en esta investigación se determina una población finita porque se conoce el tamaño, por ello la población del estudio será la empresa La Curacao sede el Porvenir – Trujillo y 18 colaboradores representativos. Ver anexo 05

FUENTE: Lic. Ernesto Manuel Palomino Rodríguez – Gerente Volante Región Norte 3.

3.1.2. Marco muestral

Según Kish (1975) son descripciones disponibles como listas o secciones con los cuales se puede construir o seleccionar un conjunto de unidades muestrales.

3.1.3. Unidad de análisis

Para Azcona, Manzini y Dorati (2013) "La unidad de análisis es el tipo de objeto el cual se desprenden las entidades que van a investigarse" (p. 75).

La unidad de análisis es el colaborador y la empresa La Curacao en el año 2021.

3.1.4. Muestra

La población muestral o censo poblacional está conformada por la totalidad de los individuos del universo a estudiar. (Johnson y Kuby 2007).

El tipo de muestra que se va a utilizar en el presente trabajo probabilístico es una población muestral, es decir, este trabajo para la variable de estudio estrategias empresariales son los 18 colaboradores representativos de la muestra de la empresa La Curacao. Todos los sujetos van a ser estudiados igual que la población.

Se utilizará criterios de inclusión, siendo los siguientes informantes:

- Gerente de tienda.
- Jefe de área.
- Supervisor de ventas.
- Funcionario de negocios.

Analizando los criterios de inclusión anteriores nuestra muestra será conformada por 6 informantes, que responden a las características del estudio.

3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de contrastación

3.2.1.1. Tipo de investigación

Según Selltiz (1980) indica que una “investigación exploratoria se dirige a una formulación muy precisa de un problema de investigación, debido a que no existe mucha información respecto al tema a investigar”.

Esta investigación estará basada en un diseño exploratorio debido a que buscará obtener nueva información respecto a la variable de estudio frente a la coyuntura actual.

3.2.1.2. Enfoque de investigación

Hernández y Mendoza (2008), señalan que “método mixto representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta y lograr un mayor entendimiento del estudio”. (p. 714)

En este caso se realizará una investigación mixta debido a que por la parte cuantitativa se obtendrán resultados de cuestionarios que sustentaran el análisis de la variable y por el lado cualitativo se obtendrán datos de una entrevista que apoyen de manera importante la investigación.

3.2.1.3. Diseño de Investigación:

Hernández, Fernández y Baptista (2010), la “investigación no experimental es un estudio que se realiza sin el uso intencionado de las variables de estudio y sólo se observan las manifestaciones en su ambiente natural después de analizarlos”. (p. 149)

La investigación es no experimental, solo se observará la variable de estudio para después analizar las estrategias empresariales para la supervivencia que se presenta en la empresa La Curacao en la ciudad de Trujillo, al mismo tiempo es de corte transversal, ya que, se realizó en un determinado tiempo específico.



Donde:

M: Muestra

O: Observación relevante de la variable

X1: Estrategias Empresariales

3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

Para Sierra (1994), la encuesta consiste en recolectar datos mediante un sistema de preguntas a distintos miembros de una unidad social.

Las técnicas a utilizar en la investigación serán: la encuesta y como instrumento el cuestionario tipo Escala de Likert, será perfecto para medir las estrategias empresariales para la supervivencia.

Tabla 2.

Técnicas e Instrumentos

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Encuesta	Cuestionario – Escala de Likert
Entrevista	Guía de entrevista.

Nota: Elaboración Propia

Se utilizarán 2 cuestionarios cerrados tipo escala de Likert, el primer cuestionario de la variable estrategias empresariales contara con 21 ítems de cinco puntos: Siempre (5), Casi Siempre (4), A veces si, a veces no (3), Casi nunca (2), Nunca (1). Las preguntas 1 al 8 pertenecen a la dimensión de Estrategia del Desarrollo Organizacional con sus indicadores: Estructura pregunta 1,2; Tecnología pregunta 3,4; Ambiente Físico pregunta 5,6 y Personas pregunta 7,8. Las preguntas 9 al 15 pertenecen a la dimensión de Estrategia de la Calidad Total con sus indicadores: Calidad de diseño pregunta 9; Calidad de conformación pregunta 10,11; Disponibilidad pregunta 12,13 y Servicio de Campo pregunta 14,15. Las preguntas 16 al 21 pertenecen a la dimensión de Estrategia de Reingeniería con sus indicadores: Consumidores pregunta 16,17; Competencia pregunta 18,19 y Cambio pregunta 20,21.

El segundo cuestionario enfocado a supervivencia empresarial contara con 27 ítems de cinco puntos: Totalmente de Acuerdo (5), De Acuerdo (4), Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo (3), En Desacuerdo (2), Totalmente en Desacuerdo (1). Las preguntas 1 al 7 pertenecen a la dimensión de Características del Empresario con sus indicadores: Capital Humano pregunta 1,2,3,4,5,6,7. Las preguntas 8 al 19 pertenecen a la dimensión de Características de la Empresa con sus indicadores: Tamaño Inicial pregunta 9,8; Tamaño Actual pregunta 10,11; Edad de la Empresa pregunta 12,13; Acceso de Capital pregunta 14,15; Nivel de Endeudamiento pregunta 16,17 e Innovación pregunta 18,19. Las preguntas 20 al 27 pertenece a la dimensión de Características del Entorno con sus indicadores: Situación Económica del País pregunta 20,21; Nivel de Competencia pregunta 22,23; Concentración de Mercado pregunta 24,25 y Grupos Estratégicos pregunta 26,27.

Para el instrumento de guía de entrevista tiene como fin obtener datos importantes que apoyen la investigación, se realizara una entrevista la gerente de la tienda la Curacao, Lic. Ernesto Manuel Palomino Rodríguez el día 08/10/21 por medio de una videoconferencia de la herramienta zoom. Las preguntas a desarrollar responden a la variable de la investigación, dos preguntas respecto a estrategia empresarial y dos preguntas respecto a supervivencia empresarial, para poder responder a nuestros objetivos.

3.2.2.1. Validación

Estos instrumentos fueron validados por contenido, no es necesario que sean validados. Los instrumentos están en los trabajos de investigación Xavier Franshescoli Caramantin Mori (2019). Titulado: “Las estrategias empresariales y la gestión administrativa del área de sistemas en la empresa Entel S.A. San Isidro, 2019”. Citado en el siguiente Link de recuperación:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40081>)

Y en el trabajo de investigación de Mamani Mercado Janessa Ana Esther (2017) Titulado “Factores críticos de éxito y supervivencia empresarial de las empresas productoras de pisco en la ciudad de Tacna, 2016”. Citado en el siguiente Link de recuperación:

<http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/304>)

3.2.2.2. Fiabilidad

El cuestionario tipo Likert de variable de estrategias empresariales ha pasado por fiabilidad de Alfa de Cronbach en el programa SPSS con un puntaje de 0.944. Por lo tanto, el instrumento es fiable y se encuentra apto para ser aplicado en el estudio de investigación.

Tabla 3.

Estadística de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	21

Nota: Ver anexo 04

3.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Para el presente estudio se desarrollará por el enfoque de investigación Mixto.

El análisis cualitativo de la investigación se realizó una entrevista al gerente volante de la Región Norte 3 Ernesto Manuel Palomino Rodríguez de la empresa la Curacao, se realizaron 5 preguntas por medio de la plataforma zoom que nos permitirá la recolección de información de acuerdo con el objetivo de estudio, enfocado a conocer las estrategias que utilizó la empresa la Curacao para sobrevivir de manera interna, este tipo de entrevista se basan en una guía de temas o preguntas diseñadas previamente por el investigador, ayudar a descubrir y explicar las causas por la cual se está dando dicho problema. La entrevista está diagramada en un organizador visual, donde para el objetivo general se plasma lo más relevante, enfocándose en conocer las estrategias empresariales aplicadas por la empresa.

Para desarrollar el primer objetivo específico para conocer los tipos de estrategias que la Curacao implementó y adoptó, fue necesario realizar preguntas claras y concretas al Gerente volante de la región Norte 2, que explique por qué decidieron enfocarse en ese tipo de estrategias (ver figura 2), como decidieron adoptar estas estrategias como organización de manera interna, que los incentive a tomar esta decisión como empresa y así analizar directamente con nuestra variable de estudio.

El análisis cuantitativo se desarrollará aplicando un instrumento de tipo Likert de 21 preguntas relacionados a la variable de estudio que es estrategias empresariales donde los valores fueron de del 1 que es nunca al 5 que es siempre, con el fin de identificar los niveles de las estrategias aplicadas en La Curacao, siendo el segundo objetivo específico. Se utilizó la herramienta Excel para realizar el cálculo de la desviación estándar donde se aplicó una fórmula del programa a cada una de las preguntas y así obtener de forma precisa el valor que necesitábamos y de la misma forma se calculó la media donde se sacó el promedio mediante formula del valor numérico de cada pregunta para así después de analizar de manera correcta y expresarlo en una tabla donde obtuvimos los niveles de las estrategias aplicadas en la empresa la Curacao que fueron plasmados mediante uso de gráficos de barras para cada pregunta que se dividieron por dimensión de la variable, además de una tabla general con las tres dimensiones a modo de resumen para utilizarlos de la mejor manera en la investigación y así tener presente los niveles bueno, regular y malo de las estrategias planteadas en La Curacao.

Para el desarrollo del tercer objetivo específico se utilizó tablas dinámicas para conocer las estrategias empresariales predominantes que han permitido la supervivencia de la empresa La Curacao, con los cuestionarios se realizaron 6 tablas cruzadas con las preguntas de puesto de trabajo con la pregunta 17; pregunta 10 con la pregunta 18 y la pregunta 16 con la pregunta 19 para las estrategias empresariales identificando las estrategias implementadas por los colaboradores para la satisfacción de sus clientes. Para la supervivencia se cruzaron las siguientes preguntas puesto de trabajo con la pregunta 27; la pregunta 17 con la pregunta 20 y la pregunta 18 con la pregunta 21; se observó como factor interno las decisiones estratégicas tomadas por la gerencia y como factor externo las políticas de gobierno significativas para el sector.

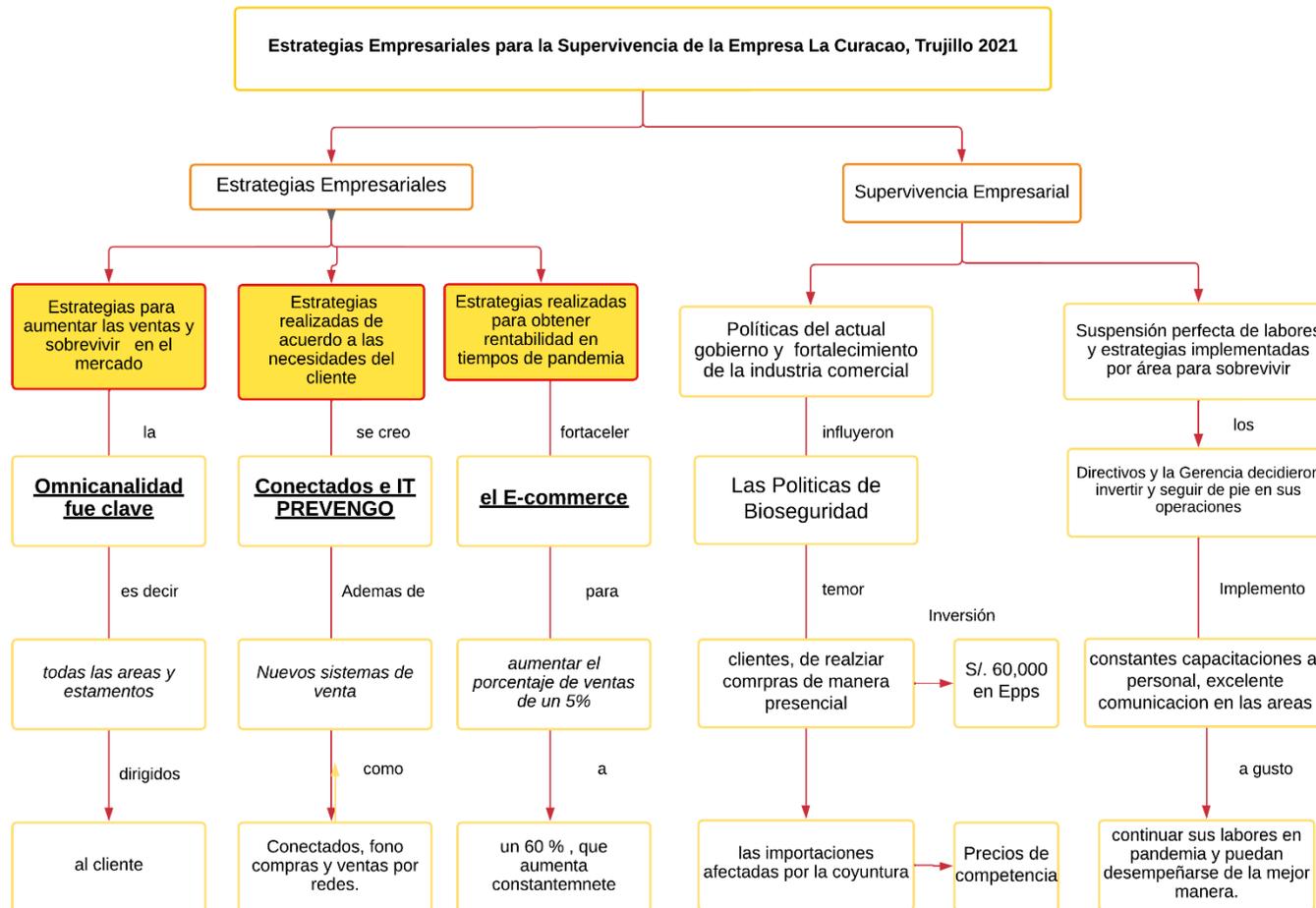
4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

4.1.1. Resultados de conocer las estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.

Objetivo General:

Figura 1.

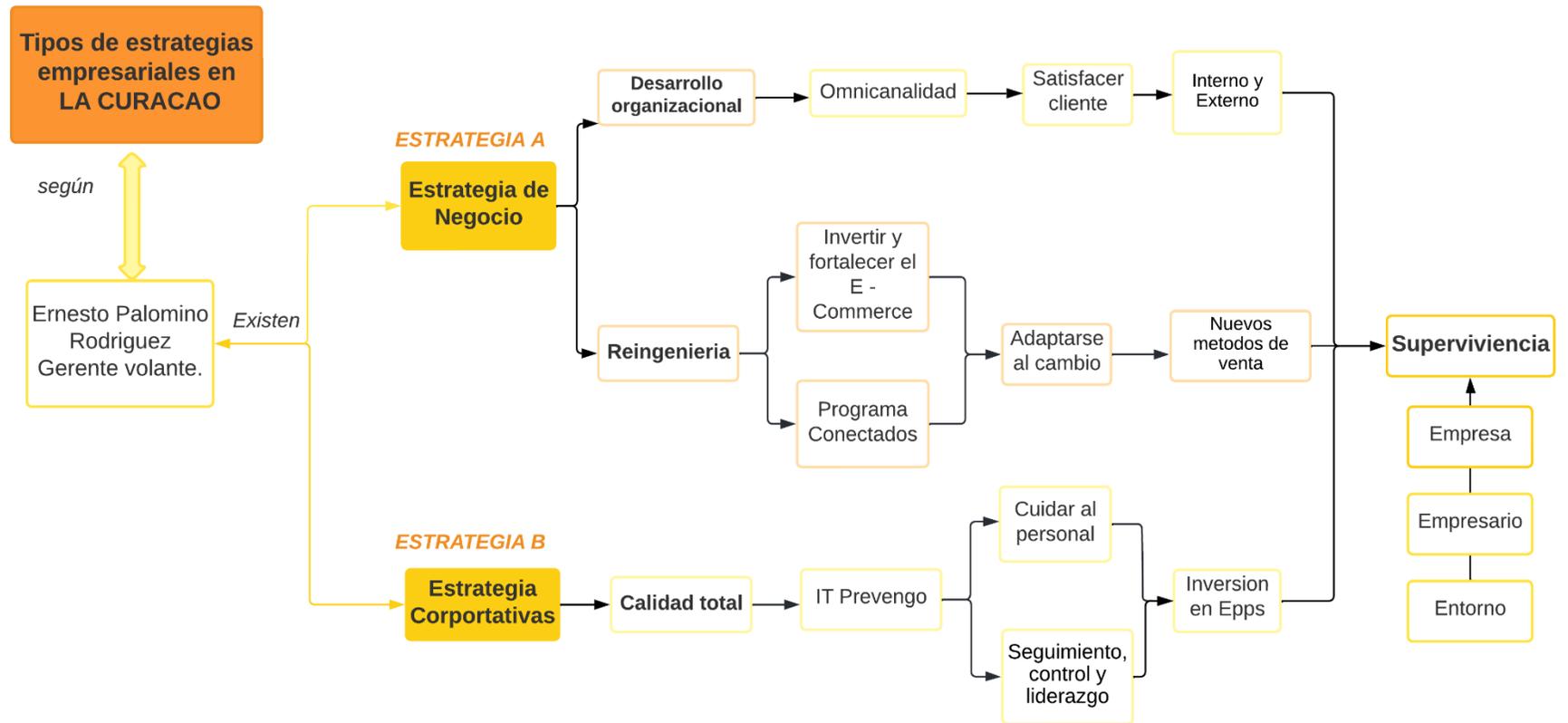


Nota: La Curacao implementa diferentes estrategias con el fin de sobrevivir en el mercado que ha sido cambiante por la crisis causada por el Covid - 19. Las principales estrategias que aplica La Curacao son tres: **Estrategia A, La omnicanalidad**, donde todas las áreas y estamentos de la empresa se enfocan en el cliente, con el fin de fidelizarlo y que se sienta seguro para que regrese a comprar, hablamos del cliente interno que es quien va a la tienda a hacer compras y el cliente externo que realiza sus comprar por internet, también se creó la **estrategia B: IT PREVENGO**, donde se puso a disposición de los colaboradores todos los equipos de protección personal, de la misma forma se contrató a médicos para que sean atendidos en caso de presentar síntomas, además de crear nuevos protocolos de seguridad para mantener la limpieza y desinfección de todas las áreas de la empresa, estas estrategias son parte de la campaña “Yo me cuido, tú me cuidas, nosotros te cuidamos”. A sí mismo como parte de la estrategia para aumentar las ventas, no caer en la suspensión perfecta de labores y seguir con las operaciones se planteó la **estrategia C: fortalecer el E-commerce**, creando distintos métodos de venta como los conectados, fono compras y venta por redes sociales, donde hasta el momento se obtuvo un crecimiento significativo de un 50% más en el total de ventas.

4.1.2. Resultados de los tipos de estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.

Objetivo específico 1:

Figura 2.



Nota: Los tipos de estrategias empresariales que utiliza la Curacao para sobrevivir fueron los siguientes: el tipo de **Estrategia A** fue la **estrategia de Negocio** en su desarrollo organizacional implementa la omnicanalidad, capacitando a todo el personal para la satisfacción del cliente externo e interno, se implementó la reestructuración en la empresa, al realizar cambios en la estructura organizacional, los objetivos y metas; la siguiente estrategia fue invertir y fortalecer el E-commerce, es importante adaptarse al cambio, analizar la perspectiva del entorno, buscando nuevos métodos de ventas. La venta por página web significa un aumento del 5% al 60% a 70% en el total de las ventas.

El segundo tipo de **Estrategia B** fue la **estrategia corporativa** por la parte de calidad total, se implementa la estrategia de It Prevengo, importante la aptitud conecta (seguimiento, control y liderazgo), el personal es parte fundamental de las operaciones, se invirtió un total de S/. 60,000 en equipos de protección personal, por parte del programa de atención al empleado se contrató a 6 profesionales médicos en la región y se adquirió 6 concentradores de oxígeno a la disponibilidad del personal, para brindarle seguridad al personal y los clientes.

4.1.3. Resultados de los niveles de la estrategia empresarial aplicados para la supervivencia empresarial de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.

Objetivo específico 2:

Nivel de la dimensión desarrollo organizacional en la empresa La Curacao

En la siguiente tabla se muestra la percepción de los colaboradores respecto al desarrollo organizacional donde todos los indicadores presentan un nivel bueno.

Tabla 4.

Niveles de estrategias para la supervivencia de la Curacao.

Dimensión	Media	Desviación estándar	Nivel
Desarrollo Organizacional	4.38	1.14	Bueno
Administración por calidad	4.37	1.18	Bueno
Estrategia de reingeniería	4.46	1.08	Bueno
TOTAL	4.40	1.13	Bueno

Nota: Se refleja que el nivel de estrategias utilizados en la Curacao para sobreponerse a la crisis causada por la Covid -19 es bueno y eso se visto reflejado en el crecimiento que ha tenido la empresa desde que empezó la pandemia hasta ahora.

Tabla 5.

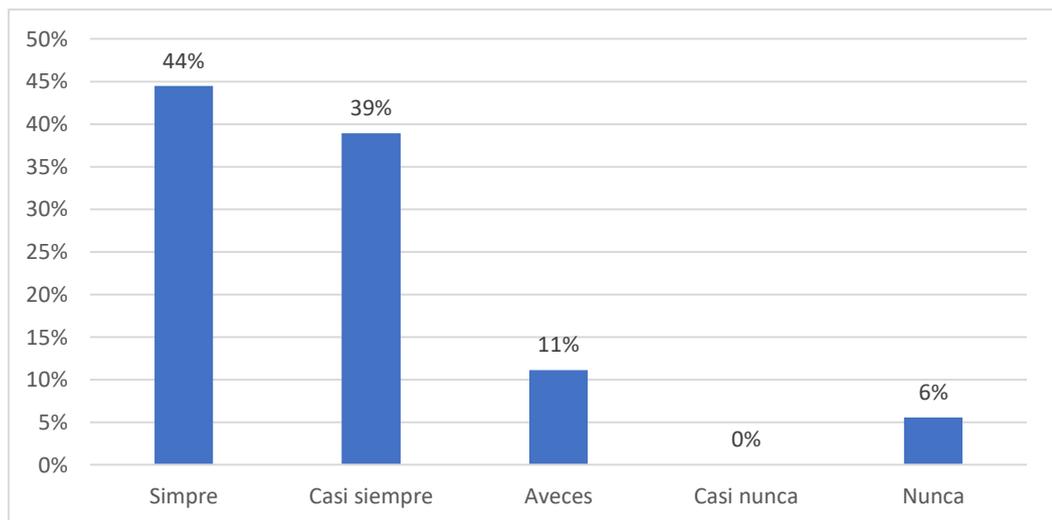
Nivel de la dimensión desarrollo organizacional en los colaboradores de la empresa La Curacao.

Dimensión	Indicadores	Media	Desviación estándar	Nivel
Desarrollo Organizacional	Resolución de problemas	4.17	1.04	Bueno
	Niveles jerárquicos de la empresa	4.50	1.15	Bueno

Se mide la calidad de tu trabajo	4.44	0.92	Bueno
Resolución de problemas	4.50	0.99	Bueno
Buena infraestructura	4.28	1.13	Bueno
Zonas de seguridad	4.39	1.42	Bueno
Capacitaciones en la empresa	4.56	1.29	Bueno
Oportunidades de ascender	4.22	1.17	Bueno
TOTAL	4.38	1.14	Bueno

Figura 3

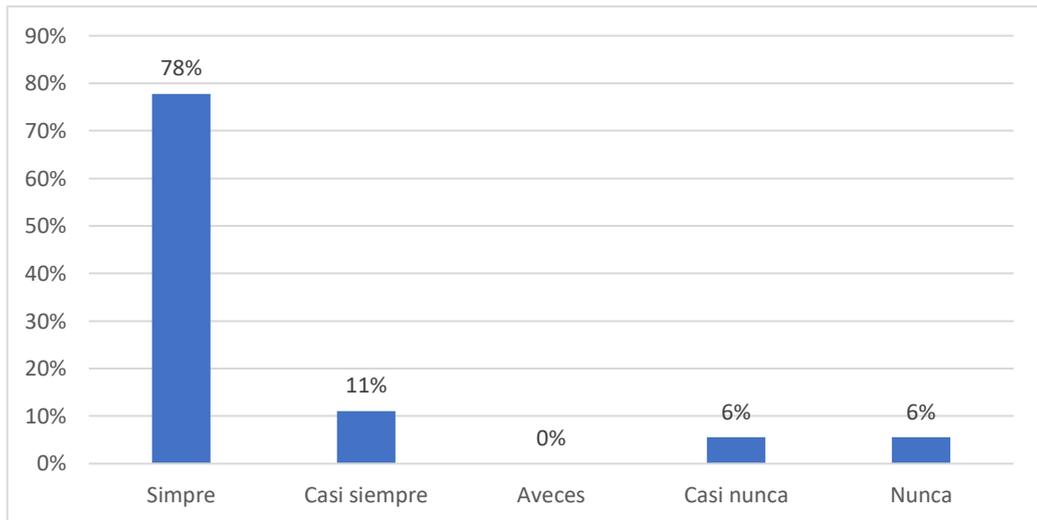
Dentro de la empresa los problemas se resuelven de forma rápida



Nota: La figura detalla que el 44% de los colaboradores indica que siempre se resuelven los problemas de rápida dentro de La Curacao, entre tanto, el 39% indica que casi siempre, en cambio, el 11% indica que a veces. Se determina que existe un buen manejo de los problemas dentro de La Curacao.

Figura 4

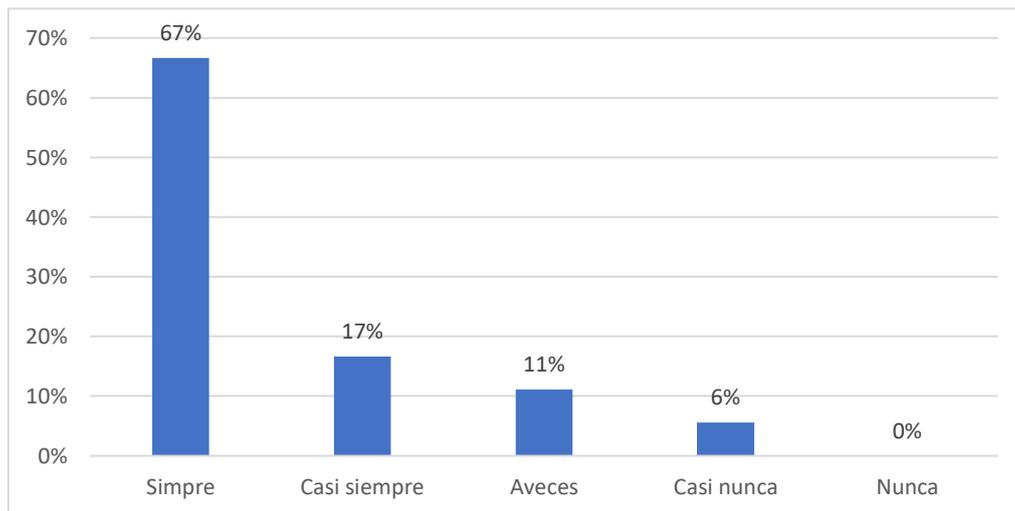
Conoces los niveles jerárquicos de tu empresa



Nota: La figura detalla que el 78% de los colaboradores indica que conoce los niveles jerárquicos dentro de La Curacao, entre tanto, el 11% indica que casi siempre, en cambio, el 6% indica que casi nunca y nunca. Se determina que los colaboradores de la Curacao conocen los niveles jerárquicos de la empresa, lo cual muestra un buen desarrollo organizacional.

Figura 5

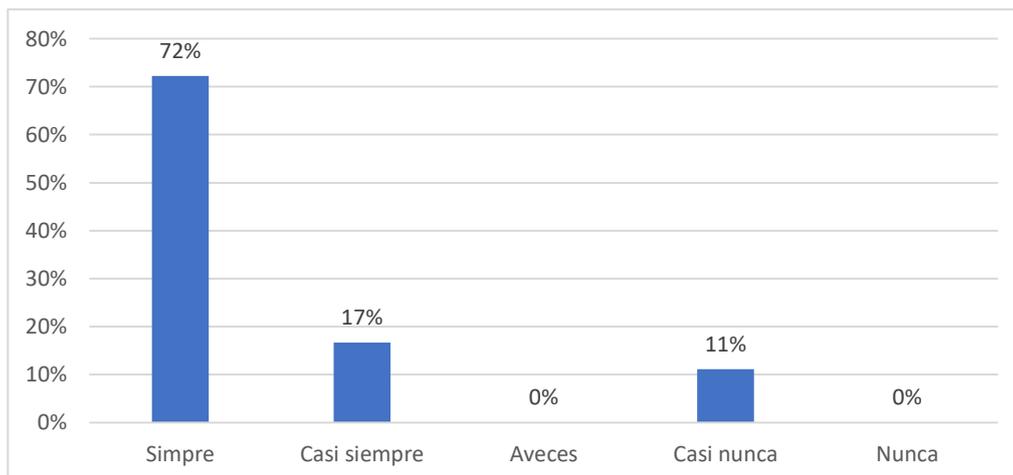
Con que frecuencia se mide la calidad de tu trabajo



Nota: La figura detalla que el 67% de los colaboradores indica que siempre se mide la calidad de su trabajo dentro de La Curacao, entre tanto, el 17% indica que casi siempre, en cambio, el 11% indica que casi nunca. Se determina que La Curacao mide frecuentemente la calidad de trabajo de sus colaboradores.

Figura 6

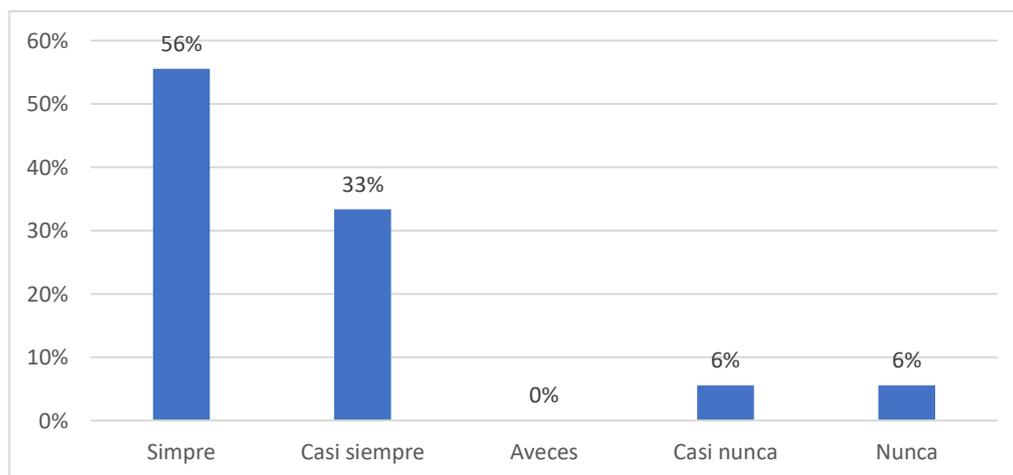
Sabes cómo resolver algún problema de los clientes de la empresa



Nota: La figura detalla que el 72% de los colaboradores indica que siempre sabe cómo resolver algún problema de los clientes dentro de La Curacao, entre tanto, el 17% indica que casi siempre, en cambio, el 11% indica que casi nunca. Se determina que en La Curacao los colaboradores conocen el procedimiento de resolución de

Figura 7

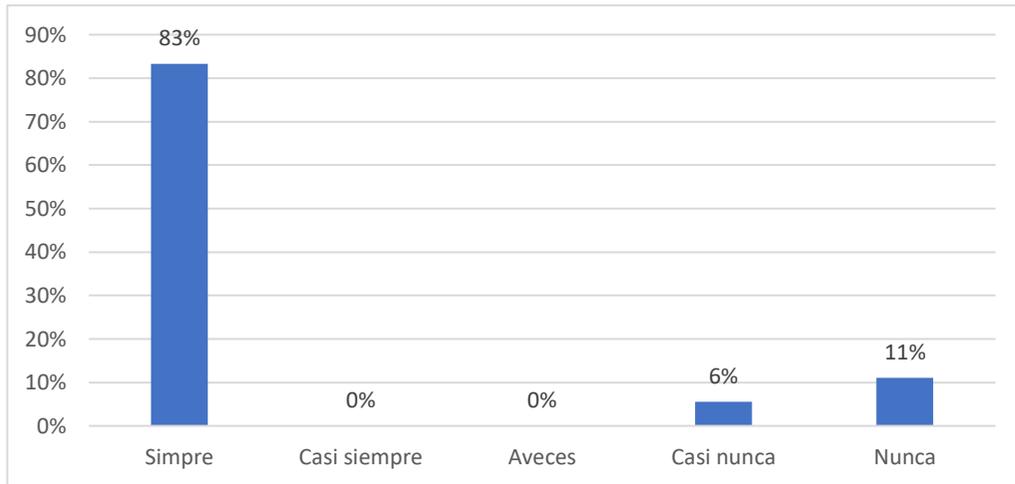
Existe buena infraestructura para realizar sus funciones



Nota: La figura detalla que el 56% de los colaboradores indica que existe una buena infraestructura para realizar sus funciones dentro de La Curacao, entre tanto, el 33% indica que casi siempre, en cambio, el 6% indica que casi nunca y nunca. Se determina que en La Curacao existe una buena infraestructura para que los colaboradores realicen sus funciones.

Figura 8

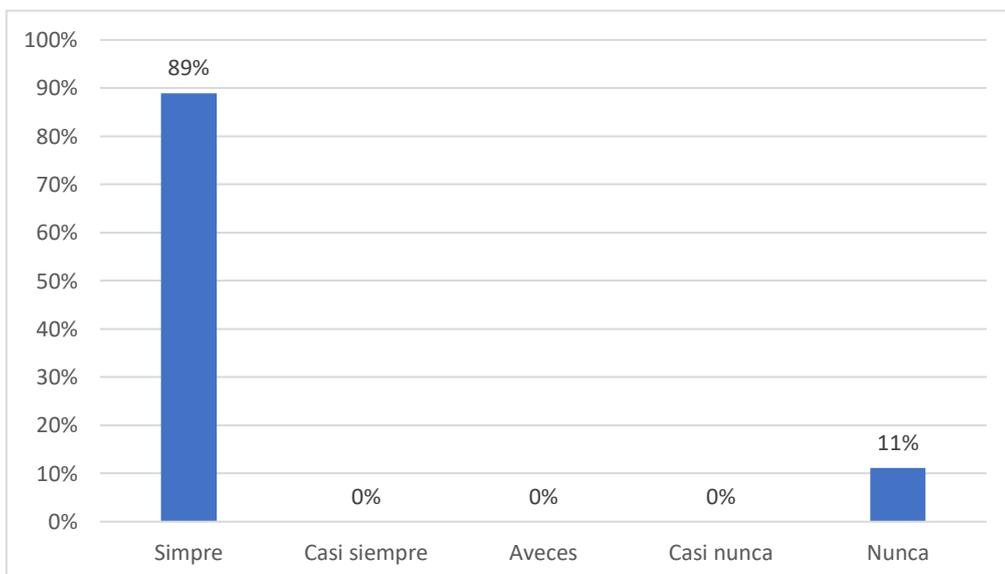
Conoce las zonas de seguridad en caso de accidentes o sismos



Nota: La figura detalla que el 83% de los colaboradores indica que conoce las zonas de seguridad en caso de accidentes o sismos dentro de La Curacao, entre tanto, el 6% indica que casi siempre, en cambio, el 11% indica que casi nunca. Se determina que la mayoría de colaboradores de La Curacao conocen las zonas de seguridad en caso de accidentes o sismos, con lo cual se observa que las estrategias de desarrollo organizacional tienen buena llegada a los colaboradores.

Figura 9

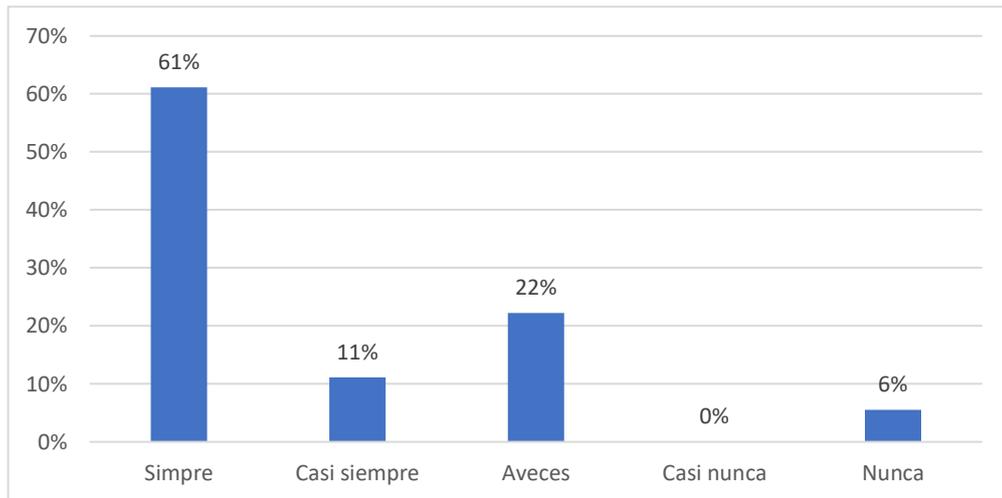
Con que frecuencia hay capacitaciones en la empresa



Nota: La figura detalla que el 89% de los colaboradores indica que siempre hay capacitaciones en La Curacao, en cambio, el 11% indica que nunca. Se determina que frecuentemente existen capacitaciones en La Curacao.

Figura 10

Tienes oportunidad de ascender en el puesto que laboras



Nota: La figura detalla que el 61% de los colaboradores indica que tiene oportunidad de ascender dentro de La Curacao, entre tanto, el 11% indica que casi siempre, en cambio, el 22% indica que a veces. Se determina que la mayoría de colaboradores de La Curacao tiene oportunidad de ascender dentro de la empresa mientras que el 22% percibe que solo a veces tiene una oportunidad de ascender.

Nivel de la dimensión calidad Total en la empresa La Curacao

En la siguiente tabla se muestra la percepción de los colaboradores respecto a la calidad total donde todos los indicadores presentan un nivel bueno.

Tabla 6.

Nivel de la dimensión calidad total en los colaboradores de la empresa La Curacao.

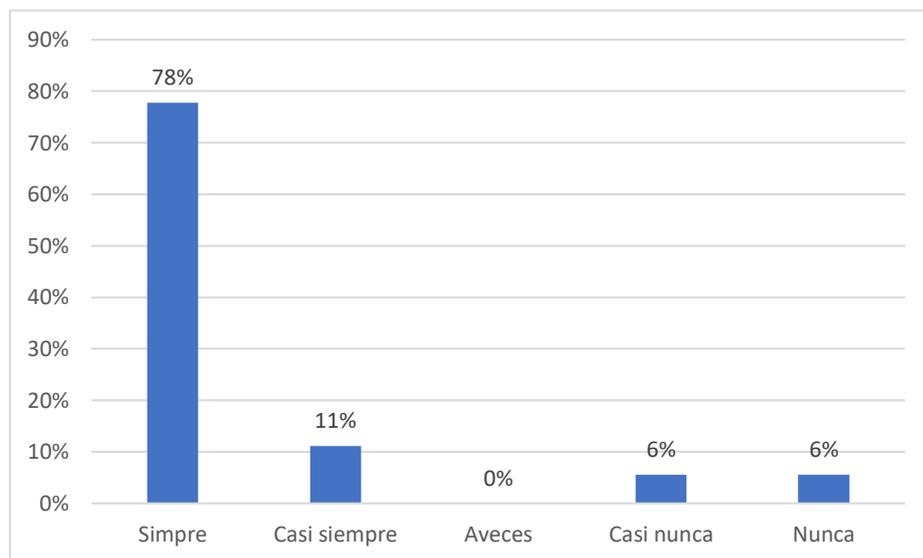
Dimensión	Indicadores	Media	Desviación estándar	Nivel
Calidad Total	Satisfacción al cliente	4.50	1.15	Bueno
	Capacitaciones	4.44	1.29	Bueno
	Evaluaciones de satisfacción al cliente	4.44	1.20	Bueno
	Productos para distribución	4.17	1.25	Bueno

Almacenan productos técnicamente	4.33	1.19	Bueno
Garantías por fallas	4.33	1.14	Bueno
Seguimiento a productos entregados	4.33	1.08	Bueno
TOTAL	4.37	1.18	Bueno

Nota: En cuanto a la dimensión Calidad Total se aprecia que en siete indicadores presenta un nivel bueno, con un promedio de 4.37 y una desviación estándar de 1.18

Figura 11

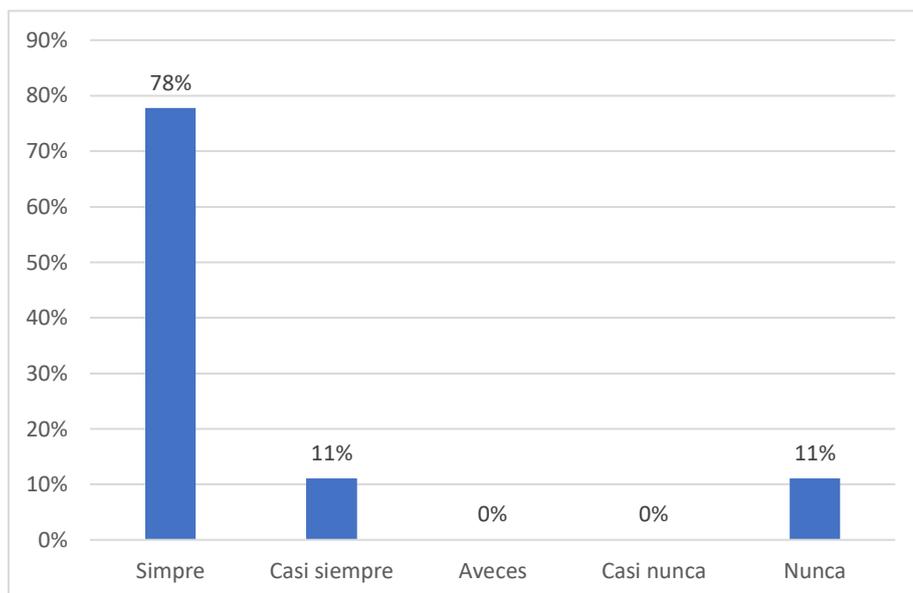
Procesos Orientados a satisfacer la necesidad del cliente



Nota: La figura detalla que el 78% de los colaboradores siempre están orientados a satisfacer la necesidad de los clientes de La Curacao, entre tanto, el 11% casi siempre, en cambio, el 6% de los colaboradores casi nunca y 6% nunca. Se determina que existe un buen proceso en la satisfacción a la necesidad de los clientes.

Figura 12

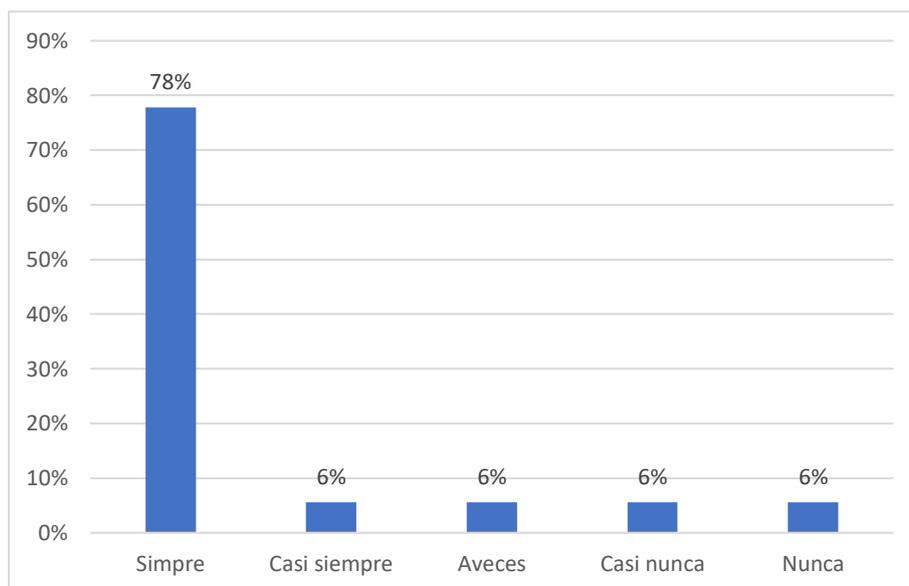
Empresa realiza capacitaciones para mejorar atención al cliente



Nota: La figura detalla que el 78% de los colaboradores muestra que siempre la empresa La Curacao realiza capacitaciones para mejorar la atención del cliente, entre tanto, el 11% casi siempre, en cambio , el 11% se muestra que nunca. Se determina que la empresa realiza capacitaciones orientadas a la atención del cliente.

Figura 13

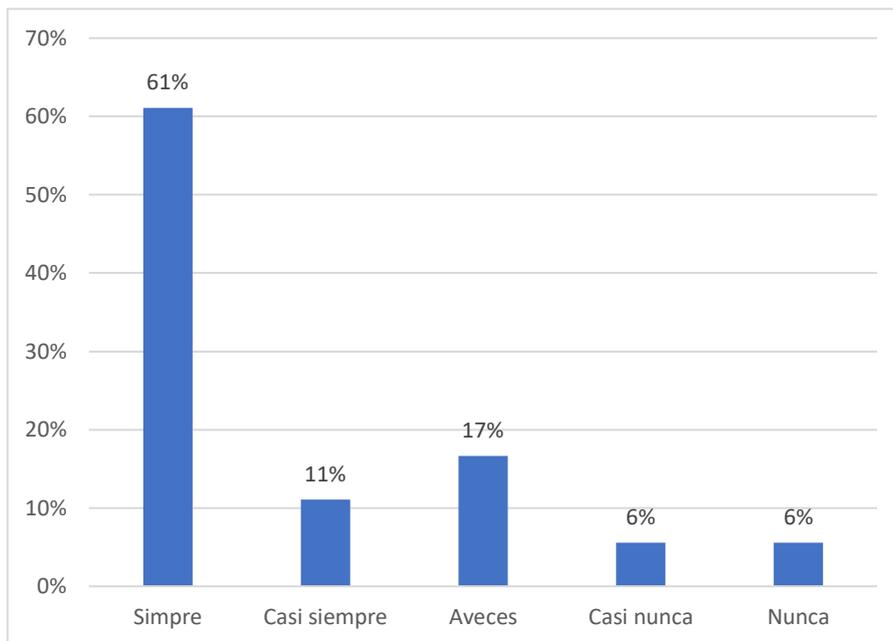
Realizan evaluaciones para medir la satisfacción del cliente



Nota: La figura detalla que el 78% de los colaboradores realizan evaluaciones para medir la satisfacción del cliente de La Curacao, entre tanto, el 6% casi siempre, el 6% a veces; en cambio, el 6% casi nunca y nunca. Determina que constantemente se realizan evaluaciones para la satisfacción.

Figura 14

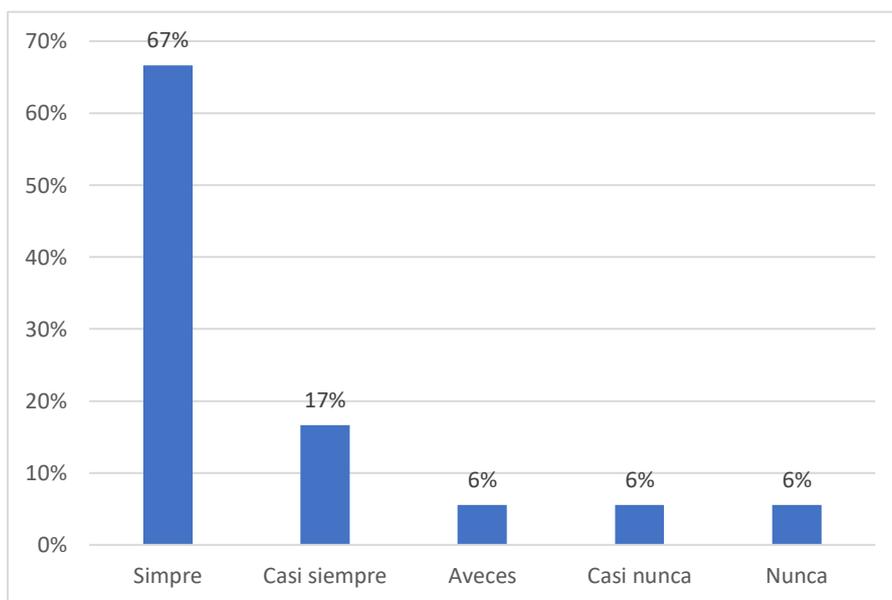
Productos en almacén para distribución



Nota: La figura detalla que el 61% de los colaboradores de La Curacao siempre almacena los productos para su distribución, entre tanto, el 17% a veces; en cambio, el 11% muestra que casi siempre lo realizan. Se determina que La Curacao realiza un buen almacenaje de sus productos para la distribución.

Figura 15

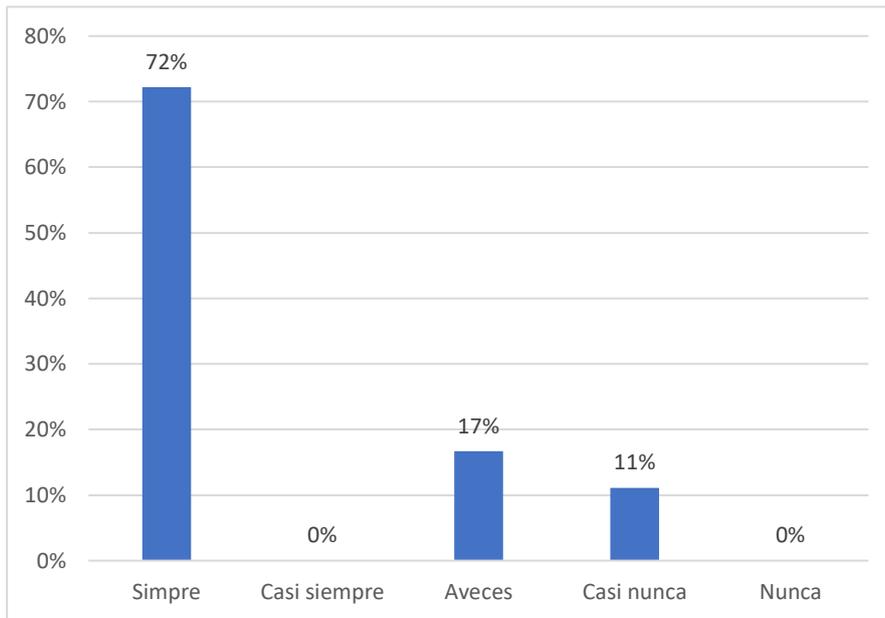
Almacena productos según recomendaciones técnicas



Nota: La figura detalla que el 67% de los colaboradores de la empresa La Curacao almacena los productos según recomendaciones técnicas, entre tanto, el 17% casi siempre; en cambio, el 6% muestra que casi nunca y el 6% nunca. Se determina que existe un buen almacenaje según recomendaciones técnicas.

Figura 16

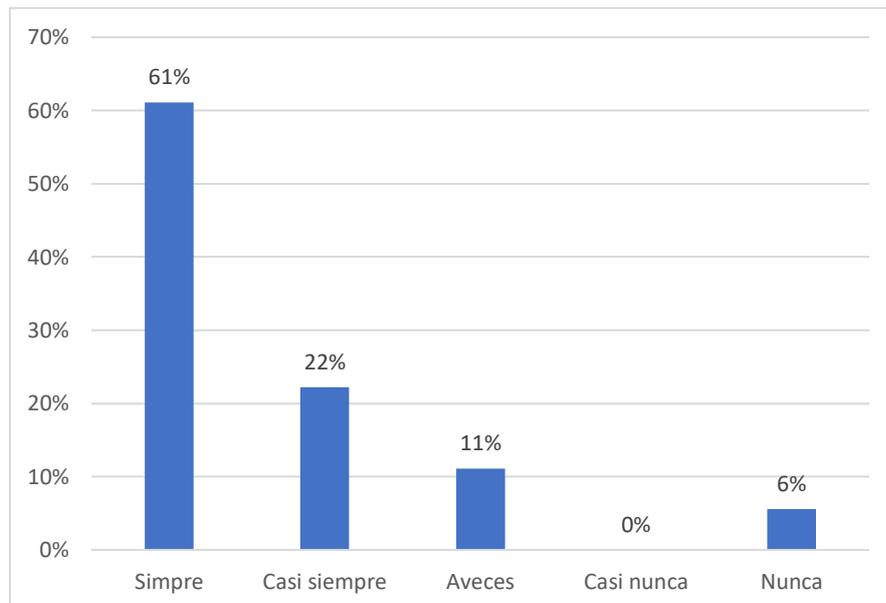
Productos tienen Garantía por fallas



Nota: La figura detalla que el 72% de los colaboradores de la empresa La Curacao muestran que siempre sus productos tienen garantía por fallas, entre tanto, el 17% a veces; en cambio, el 11% muestra casi nunca. Se determina que existe una buena garantía por fallas hacia los clientes de los productos que adquieren.

Figura 17

Realiza seguimiento a los productos entregados



Nota: La figura detalla que el 61% de los colaboradores de la empresa realizan siempre el seguimiento a los productos entregados, entre tanto, el 22% lo realizan casi siempre; en cambio, el 11% lo realizan a veces y el 6% no lo realiza nunca. Se determina que existe un buen seguimiento a los productos entregados.

Nivel de la dimensión estrategia reingeniería en la empresa La Curacao

En la siguiente tabla se muestra la percepción de los colaboradores respecto a la Reingeniería donde todos los indicadores presentan un nivel bueno.

Tabla 7.

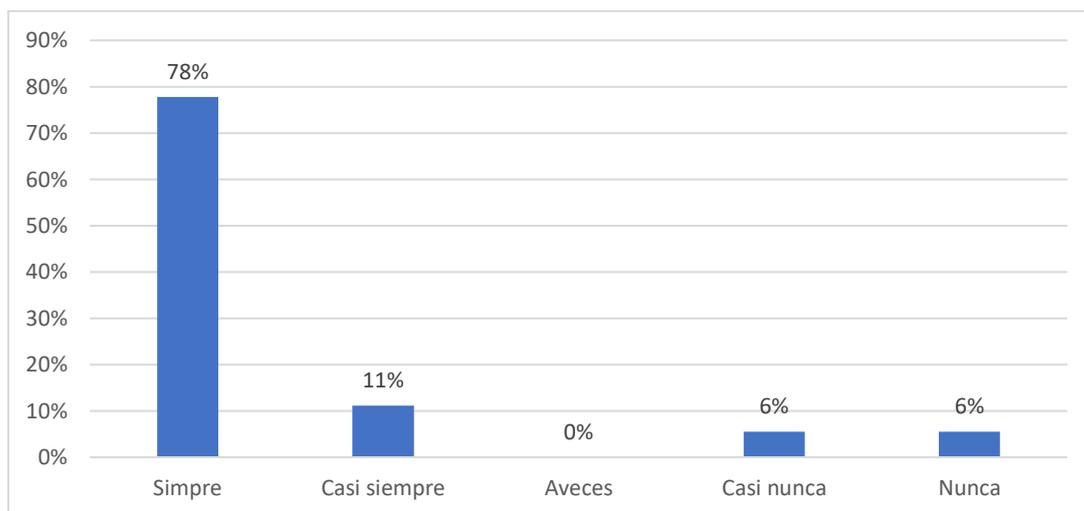
Nivel de la dimensión reingeniería en los colaboradores de la empresa La Curacao.

Dimensión	Indicadores	Media	Desviación estándar	Nivel
Reingeniería	Estrategias para aumentar ventas	4.50	1.15	Bueno
	Decisiones estratégicas	4.28	1.18	Bueno
	Necesidades de los clientes	4.44	0.86	Bueno
	Ventaja competitiva	4.56	1.15	Bueno
	Grandes locales	4.39	0.98	Bueno
	Capacidad tecnológica	4.61	1.14	Bueno
TOTAL		4.46	1.08	Bueno

Nota. En cuanto a la dimensión reingeniería se aprecia que en seis indicadores presenta un nivel bueno, con un promedio de 4.46 y una desviación estándar de 1.08

Figura 18

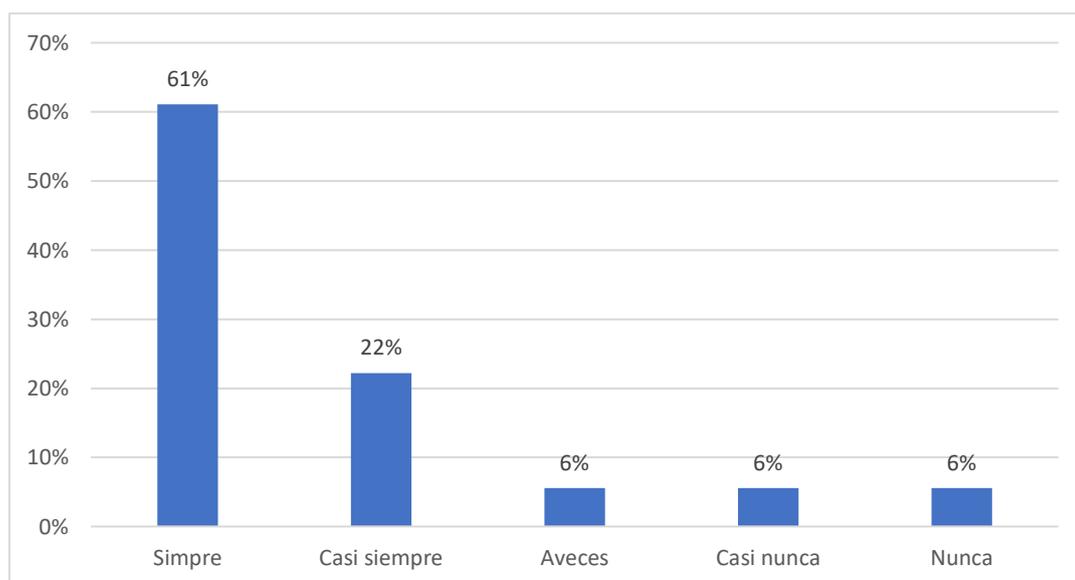
Realizan estrategias para aumentar ventas



Nota: La figura detalla que el 78% de los colaboradores de la empresa realizan estrategias para aumentar las ventas, entre tanto, el 11% lo realiza casi siempre; en cambio, el 6% casi nunca y por último el 6% nunca lo realiza. Se determina que la gran mayoría realiza estrategias para aumentar las ventas en la empresa.

Figura 19

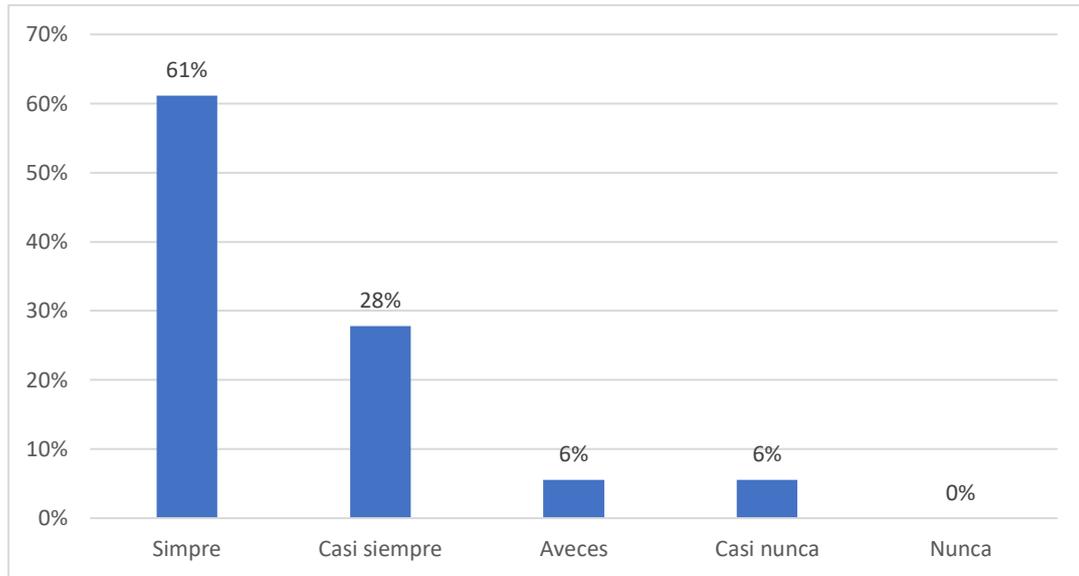
Forma parte en las decisiones estratégicas que se formulan



Nota: La figura detalla que el 61% de los colaboradores de la empresa forman parte de las decisiones estratégicas que se formulan, entre tanto, el 22% forma parte casi siempre; en cambio, el 6% muestra que forman parte a veces, otro 6% casi nunca y por último el 6% nunca participa. Se determina que gran parte de los colaboradores participan en formulación de decisiones estratégicas.

Figura 20

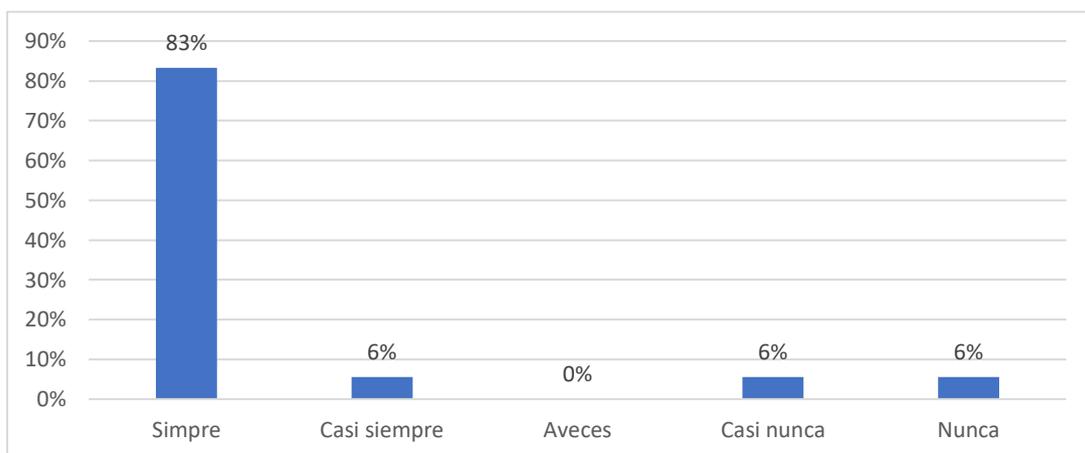
Conoce necesidades de clientes mejor que la competencia



Nota: La figura detalla que el 61% de los colaboradores de la empresa conoce necesidades de clientes mejor que la competencia, entre tanto, el 28% casi siempre conoce las necesidades; en cambio, el 6% a veces y por último el 6% casi nunca conoce las necesidades. Se determina que existe un buen conocimiento por parte de los colaboradores.

Figura 21

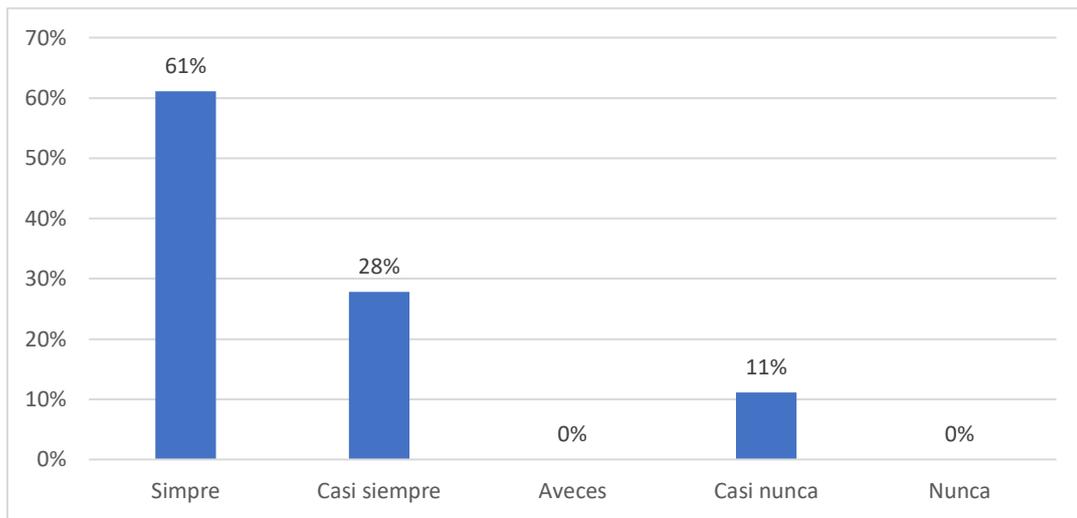
La estrategia para la ventaja competitiva se basa en la comprensión de la necesidad del cliente



Nota: La figura detalla que el 83% de los colaboradores indica que la estrategia para la ventaja competitiva se basa en la comprensión de la necesidad del cliente dentro de La Curacao, entre tanto, el 6% indica que casi siempre, casi nunca y nunca. Se determina que en La Curacao la principal estrategia para obtener ventaja competitiva se basa en la necesidad de sus clientes, como parte del cambio realizado por la pandemia.

Figura 22

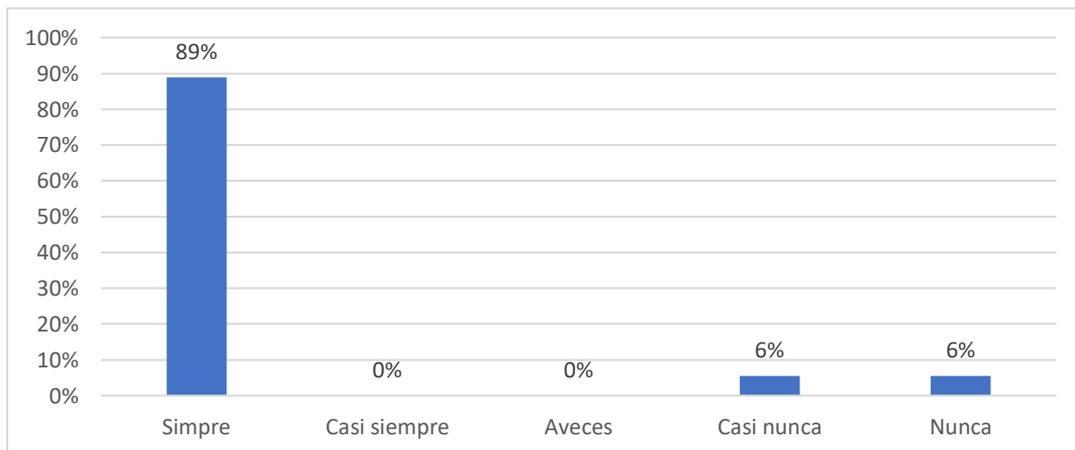
La apertura de grandes establecimientos comerciales en general beneficia a los consumidores



Nota: La figura detalla que el 61% de los colaboradores indica que siempre la apertura de grandes establecimientos comerciales en general beneficia a los consumidores, entre tanto, el 28% indica que casi siempre, en cambio, el 11% indica que casi nunca. Se determina que los colaboradores de La Curacao perciben que la apertura de distintos establecimientos genera mayor competencia y esto beneficia a los consumidores.

Figura 23

Tiene capacidad tecnológica acorde con las exigencias del mercado



Nota: La figura detalla que el 89% de los colaboradores indica que la Curacao tiene la capacidad tecnológica acorde con las exigencias del mercado, entre tanto, el 6% indica que casi nunca y nunca. Se determina que los colaboradores de La Curacao perciben que la empresa tiene capacidad tecnológica acorde a las exigencias del mercado y que ahora son totalmente necesarias por el tema de la pandemia.

4.1.4. Resultados de conocer las estrategias empresariales predominantes que han permitido la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.

Objetivo específico 3:

Tabla 8.

<i>Puestos de trabajo</i>		
Forman parte en las decisiones estratégicas que se formulan	N°	%
Siempre	11	61.11%
Casi siempre	4	22.22%
A veces	1	5.56%
Casi nunca	1	5.56%
Nunca	1	5.56%
Total, general	18	100.00%

Nota: De todos los encuestados el 94.44 forman parte en las decisiones estratégicas que se formulan, de los cuales la mayoría, 61.11% considera que siempre forman parte en las decisiones estratégicas porque la empresa informa de las estrategias tomando en cuenta sus aportes, mientras que el 5.56% menciona que no forman parte en las decisiones estratégicas que se formulan porque estas personas no tienen un compromiso con la organización.

Tabla 9.

Mejora en atención al cliente	Conocer las necesidades de los clientes								Total	
	SIEMPRE		CASI SIEMPRE		AVECES		CASI NUNCA			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Siempre	11	79%	3	21%	0	0%	0	0%	14	100%
Casi siempre	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	2	100%
Nunca	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	2	100%
TOTAL	11	61%	5	28%	1	6%	1	6%	18	100%

Nota: De todos los encuestados el 79% mencionan que la empresa siempre realiza capacitaciones para mejorar la atención del cliente lo cual ayuda a conocer las necesidades de los clientes mejor que la competencia, mientras que para un 21% indica que casi siempre la empresa casi siempre realiza capacitaciones para mejorar la atención de los clientes y conocen las necesidades de los clientes mejor que la competencia, con lo cual han logrado satisfacer las necesidades del cliente logrando aumentar las ventas de un 5% a un 60%.

Tabla 10.

Estrategias para aumentar las ventas	La estrategia para la ventaja competitiva se basa en la comprensión de la necesidad del cliente								Total	
	SIEMPRE		CASI SIEMPRE		CASI NUNCA		NUNCA			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Siempre	13	93%	1	7%	0	0%	0	0%	14	100%
Casi siempre	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
casi nunca	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	100%
Nunca	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
TOTAL	15	83%	1	6%	1	6%	1	6%	18	100%

Nota: De todos los encuestados el 83% mencionan que la empresa realiza estrategias para aumentar las ventas; asimismo el 93% afirman que la empresa siempre realiza estrategias para aumentar las ventas lo cual se basa en la comprensión de la necesidad del cliente, ya que existe un programa donde clientes puedes ser parte de la empresa vendiendo productos, lo cual hace aumentar las ventas y así mismo permite conocer las necesidades del cliente ; por otro lado, las personas que mencionan que la empresa casi siempre realiza estrategias para aumentar las ventas el 100% de este grupo afirma que casi siempre la estrategia para la ventaja competitiva se basa en la comprensión de la necesidad del cliente.

Tabla 11.

Puestos de trabajo

Han formado alianzas estratégicas que han permitido la optimización en sus servicios.	N°	%
Totalmente de acuerdo	4	66.67%
De acuerdo	2	33.33%
Total, general	6	100.00%

Nota: Todos los encuestados han forman parte de las alianzas estratégicas que han permitido la optimización de en sus servicios, donde 66.67% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que si forman parte en las decisiones estratégicas que se formulan en la empresa, porque ocupan los niveles jerárquicos como alta dirección y dirección media, conocen que estrategias va afrontar la empresa para su supervivencia; por otro lado, el 33.33% está de acuerdo en que si forman parte en

las decisiones estratégicas que se formulan en la empresa, porque el nivel jerárquico que ocupan es un nivel táctico, como los supervisores.

Tabla 12.

<i>Nivel de endeudamiento</i>		
Las políticas económicas del actual gobierno	N°	%
Totalmente de acuerdo	1	16.67%
De acuerdo	1	16.67%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	2	33.33%
En desacuerdo	2	33.33%
Total, general	6	100.00%

Nota: El 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo que el nivel de endeudamiento financiero de la empresa esta contralado y se encuentra en un nivel adecuado porque el nivel estratégico como los directivos, decidieron invertir en el personal para atención al cliente, que con lleva a no ir a la suspensión perfecta de labores; por otro lado, el 33.33% está en desacuerdo que las políticas económicas del actual gobierno están fortaleciendo la industria Comercial, porque el estado se encuentra en una constante incertidumbre y las decisiones no están totalmente claras; por otro lado, el 1% está totalmente de acuerdo con las políticas económicas del actual gobierno están fortaleciendo la industria Comercial.

Tabla 13.

<i>Tecnología adecuada para desarrollar un servicio de gran calidad.</i>		
La situación económica del país le ha permitido generar mayores ventas	N°	%
Totalmente de acuerdo	2	33.33%
De acuerdo	2	33.33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	16.67%
En desacuerdo	1	16.67%
Total, general	6	100.00%

Nota: El 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo que la empresa cuenta con la tecnología adecuada para desarrollar un servicio de gran calidad,

decidió invertir en una página web, generar una mayor interacción con el cliente así incrementar las ventas; siendo el 33.33% de los encuestados que están totalmente de acuerdo que la situación económica del país le ha permitido generar mayores ventas; por otro lado, el 16.67% está en desacuerdo que la situación económica del país le ha permitido generar mayores ventas porque las importaciones se vieron afectadas, con llevo a la subida de los precios de unos artefactos.

4.2. Discusión de resultados

En la presente investigación se determinó como objetivo 1 Identificar los tipos de estrategia empresarial para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021, en el presente estudio los tipos de estrategias que son utilizadas por La Curacao para sobrevivir en el mercado fueron la estrategias de negocios y corporativas, donde se aplicaron estrategias empresariales como el desarrollo organizacional, calidad total y la reingeniería donde además de tener en cuenta la perspectiva del empresario, perspectiva de la empresa y la perspectiva del entorno con el fin de sobrevivir y obtener mayor rentabilidad, así mismo en la investigación de Guzmán, Tarapuez y Parra (2017) "Estrategia y calidad en empresas colombianas de servicios" se indican que las organizaciones que utilizan estrategias empresariales de diferenciación, proactividad y de crecimiento se relacionan con la modificación de procesos por otro lado aquellas organizaciones que implementan estrategias empresariales de enfoque y estabilidad se relacionan con el establecimiento de procesos. Respecto a esto Ostos, Hinderer y Bravo (2017) en su artículo "Relationship between the Business Environment and Business Strategy Types: Evidence in Peruvian Companies", se implementan tres tipos de estrategias que son estrategia empresarial de prospectos, para analizar a los clientes (16%), de análisis, para tener en cuenta el mercado y el entorno (66%) y de defensores donde se mantiene el enfoque en productos existentes y mercado actual (18%), esto indica que las empresas buscan un comportamiento estratégico estable y realizan sus planes dependiendo de cómo analizan el comportamiento del entorno, para finalizar Castellanos (2015) determina que los tipos de estrategia son las siguientes Estrategias de Negocios, Estrategias Corporativas, Estrategias Internacionales, Estrategias Intensivas, de esta manera para el estudio se corroboró que existen diferentes tipos estrategias que si se aplican bien enfocadas al problema real se pueden lograr las metas deseadas y en esta situación de la pandemia sobrevivir y obtener rentabilidad.

En el segundo objetivo Identificar el nivel de estrategia aplicada para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021; en el presente estudio se encontró que el nivel de estrategias empresariales para la dimensión desarrollo organización es BUENA alcanzando un 4.38 de media, conlleva a que el personal conozca el nivel jerárquico de la empresa, estar capacitado para la resolución de problemas, tener buena relación con sus compañeros. La segunda dimensión de calidad total es BUENA alcanzando un 4.37 de media, están orientados a la satisfacción, atención al cliente y por último la dimensión de reingeniería es BUENA alcanzado un 4.46 de media, se enfoca primordialmente en las decisiones estratégicas que se toman, buscar la mejor ventaja competitiva basada en la necesidad del cliente, lo que va

permitir el aumento en ventas; por otro lado en la tesis de Llave y Muñico (2017) titulada “Estrategias de gestión empresarial y la competitividad en la empresa J&J vapor representaciones en el periodo 2016 – 2017”, encontró que un 41.11% de nivel de competitividad es un nivel bajo, se implementó las estrategias como las tecnologías de información y comunicación, mejorar la relación con los clientes y los procesos de ventas, pagos en consecuencia se obtuvo un nivel de 57.24% alcanzando un nivel medio, se alcanzó a incrementar en un 41.93% las ventas con una mayor calidad de productos y servicios; así mismo, en el artículo de Buil y Rocafort (2016) titulado “Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: El caso de Barcelona”, menciona que el nivel de motivación de los empleados, conocimientos y personalidad del gerente es de gran importancia que se mantiene con un 75%, el personal toma un papel importante en las ventas, se refleja en la rentabilidad que inicialmente es de 40% los primeros años, para finalizar Freije y Freije (2009), menciona que los niveles de estrategias empresariales son: estrategia corporativa, determina las diferentes actividades en que la empresa se va implicar y enfocarse en la asignación de recursos en todas las áreas de la empresa; estrategia competitiva, refiere a la competencia que las diferentes áreas van a desarrollar, con lleva a la búsqueda y obtención de ventajas competitivas de cada área y por último la estrategia operacional, se refiere a la utilización de recursos de las distintas áreas de la organización como finanzas, contabilidad, producción, logística, etc. van a contribuir a otros niveles de la estrategia, asimismo para el estudio se reafirma que el desarrollo organizacional, calidad total y reingeniería es parte fundamental para el incremento de ventas que con lleva a la supervivencia, también es importante la estabilidad del personal como son las capacitaciones orientados al servicio que se brinda, que eleva la motivación en su área de trabajo.

En el tercer objetivo conocer las estrategias empresariales predominantes que han permitido la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021; en el presente estudio se encontró que el 61.11% de los empleados considera que siempre forman parte en las decisiones estratégicas porque la empresa informa de las estrategias tomando en cuenta sus aportes, el 79% de los empleados mencionan que la empresa siempre realiza capacitaciones para mejorar la atención del cliente, en consecuencia se logró aumentar las ventas de un 5% a un 60% de la página web, donde el método de compra se volvió de suma importancia para tener una mayor participación. Por parte del personal de gerencia, administradores y supervisores se encontró que el 93% afirman que la empresa siempre realiza estrategias para aumentar las ventas lo cual se basa en la comprensión de la necesidad del cliente y que el 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo que la empresa cuenta con la tecnología

adecuada para desarrollar un servicio de gran calidad; sin embargo, en la investigación de Correa y Guayara (2020) titulada "Factores gerenciales y su influencia en la supervivencia empresarial en el departamento de Antioquia", encontró que los gerentes identifican sus oportunidades en la productividad con 27.82%, adaptabilidad con un 27.04%, toma de riesgo con 20.43%. Innovación e ingenio en un 16.27% enfrentando así la supervivencia en el mercado, se considera las estrategias que los gerentes usan en las empresas se debe a desarrollar las habilidades interpersonales dentro de la empresa un 31.73%, considera a la resolución de problemas como un factor importante, un 20.92% al trato y negociación; por otro lado Fuentes (2012), indica que la estrategia empresarial es la relación directa con el futuro de la empresa se vincula con el querer y deseo; se busca generar una ventaja competitiva que con lleva resultados y transformación empresarial, logrando un reconocimiento, para finalizar Segarra (2002), indica que la supervivencia empresarial de una empresa aplicando estrategias debe enfocarse en sus condiciones iniciales y como se muestra en el mercado ante su competencia directa, la probabilidad de supervivencia se intensifica al darse en mercados emergentes y por último el nivel de concentración de clientes en un mercado, así mismo para el estudio se encontró una expresión contraria a lo expresado en los demás estudios, la principal contribución de los demás estudios reflejan que las habilidades interpersonales en una empresa son un factor importante para revolucionar en las decisiones a tomar, desarrollar el trato con los clientes y concretar una negociación positiva para la empresa.

En cuanto el objetivo general que es conocer las estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021 donde las principales estrategias que se utilizan en La Curacao fueron la omnicanalidad, donde todas las áreas y estamentos de la empresa se enfocan en el cliente, con el fin de fidelizarlo y que se sienta seguro para que regrese a comprar, también se creó el IT PREVINGO donde se puso a disposición de los colaboradores todos los equipos de protección personal y también a médicos para que sean atendidos en caso de presentar síntomas, además de se fortaleció el E - commerce, creando distintos métodos de venta como los conectados, fono compras y venta por redes sociales, donde hasta el momento se obtuvo un crecimiento significativo de un 50% más en el total de ventas, de la misma forma Rivera (2015) en su investigación Enfoque técnico en la administración de riesgos empresariales (2014); tuvo como resultado que se aplicaron estrategias de negocio tales como identificación de riesgos y análisis de decisiones con herramientas como el diamante de Porter, análisis Pestel y FODA, además precisa que la eficiencia de las estrategias empresariales depende de las

perspectivas financieras un 65.8%, del mercado un 65.80 % mejoramiento continuo de sus servidores y proveedores un 64.5%. Con el fin de tomar las mejores decisiones orientadas a las metas y objetivo esperados. Así mismo Vargas y López (2018), en si investigación “Efectos de la Implementación de Estrategias Empresariales en los Micronegocios”. Obtuvo como resultado que los gerentes o propietarios basan sus objetivos y estrategias en obtener un mayor beneficio económico. Finalmente se encontró que el 29.90% de los administradores refieren el precio de la competencia y el 30.02% agrega el porcentaje al costo total de producción. Estas estrategias se dan con el fin de obtener la mayor rentabilidad posible. Finalmente, Rivera, Pulgarín y Malaver (2012), señalan que la estrategia empresarial es obtener una ventaja competitiva en la organización, que genera oportunidades en el mercado logrando explotar sus fortalezas, esta debe ser sostenible en el tiempo logrando superar las constantes dificultades de su entorno empresarial. Con lo cual podemos corroborar que las estrategias empresariales se dan para lograr ventajas competitivas y lograr sobrevivir en situaciones difíciles obteniendo la mayor rentabilidad posible.

CONCLUSIONES

- Los tipos de estrategias son utilizadas por La Curacao para sobrevivir, Trujillo 2021 fueron las estrategias de negocios y corporativas, específicamente las estrategias de desarrollo organizacional, de calidad total y de reingeniería donde se logró un crecimiento de 5% a 60 % en el total de ventas, por lo tanto, es importante adoptar las estrategias adecuadas para lograr obtener rentabilidad y mantenerse competitivos en un mercado que está siendo atacado por una crisis sanitaria.
- El nivel de estrategia aplicada para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021, observando que el nivel de desarrollo organizacional, calidad total y reingeniería es bueno obteniendo un 4.40 de media, enfocándose en las decisiones estratégicas orientadas al cliente, sin embargo, se considera importante enfocarnos en la implementación de estrategias interpersonales del personal.
- Las estrategias empresariales predominantes que han permitido la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021, considerando que el 61.11% consideran que son parte de las estrategias y un 93% del personal de nivel institucional y nivel medio realizan estrategias para incrementar las ventas, sin embargo, se considera de suma importancia, el desarrollo de habilidades blandas con los clientes.
- Las principales estrategias que se utilizan en La Curacao para sobrevivir fueron la omnicanalidad, el IT PREVINGO y el E-commerce, creando distintos métodos de venta como los conectados, fono compras y venta por redes sociales invirtiendo un total de S/. 60,000, por ende, es necesario enfocarse en el problema para generar estrategias que den soluciones favorables para la organización con el fin de sobrevivir en el mercado y ser competitivos.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar un programa de mejora continua a los procesos realizados para lograr adaptar las distintas estrategias a los nuevos cambios que se den por la crisis sanitaria, esto con el fin de estar preparados y optimizar las estrategias a los posibles cambios en beneficio de la empresa La Curacao.
- Incrementar las capacitaciones a los empleados, especialmente a los que se dedican a la atención al cliente y aprobación de créditos; mantenerlos motivados para que diariamente logren una actitud positiva en las funciones que realizan para lograr que su desempeño aumente y logren de forma eficaz sus objetivos.
- Implementar una matriz de evaluación de estrategias para aplicar las mejores estrategias de acuerdo con las necesidades de la empresa en un periodo determinado, esto con el fin de tener estabilidad frente a la incertidumbre y lograr mantener la rentabilidad obtenida los últimos meses.
- Promover la creación de talleres para incentivar al personal a conocer la importancia del desarrollo de las estrategias empresariales, que servirá de guía para poder identificar las diferentes ventajas y oportunidades con las que cuenta La Curacao, para gestionar conforme a sus propósitos.

REFERENCIAS

- Alaña -Castillo, T., Crespo García, M. K., & Gonzaga Añazco, M. (2018). ¿Cómo las estrategias empresariales permiten una ventaja competitiva en las micro, pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro?. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 251-256. [Fecha de consulta 14 de mayo de 2021]. ISSN: 2218-3620. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Arce Burgoa, L. (2007). La supervivencia como arma estratégica en mercados turbulentos, pp. 61-73 [Fecha de Consulta 22 de mayo del 2021]. ISSN: 1994-3733. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942453006.pdf>
- Arias- Sandoval, A. y Quiroga - Marin, R. (2008) Cese de actividades de las pymes en el área metropolitana de Cali (2000-2004): un análisis de supervivencia empresarial. Recuperado de: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=286ae3a5-bac6-41ee830f-52e471639e0d%40sessionmgr4004&vid=9&hid=4204>
- Audretsch, D. (1995). Innovation, growth and survival. *International Journal of Industrial Organization*, vol. 13: 441-457. [https://doi.org/10.1016/0167-7187\(95\)00499-8](https://doi.org/10.1016/0167-7187(95)00499-8)
- Azcona, M.; Manzini, F.; Dorati, J. (2013). Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación: Aplicación a la investigación en psicología. IV Congreso Internacional de Investigación, 13 al 15 de noviembre de 2013, La Plata, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.12219/ev.12219.pdf
- Bertram, D. (2006) Likert Scales: CPSC 681—Topic Report. Poincare, 1-11. Recuperado de: <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>
- Buil - Fabrega, M., y Rocafort - Nicolau, A. (2016). Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: El caso de Barcelona. *Intangible Capital*, 12(1),95-120. [fecha de Consulta 9 de Mayo de 2021]. ISSN: 2014-3214. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54943657005>
- Camacho M. (2021) Estudio sobre la implantación del teletrabajo en España. [Fecha de consulta 28 de abril 2021]. Recuperado de <https://factorialhr.es/blog/teletrabajo-espana/>
- Castellanos, L. (2015). *Estrategia y Planificación estratégica*. Maracaibo: Ediciones LC.

- Catelli, A. (2001). Controladoria: uma abordagem da gestão econômica - GECON. (2ª ed.) São Paulo: Atlas.
- Chaganti, R y Chaganti, R (1983). A profile of profitable and not so profitable small businesses. Journal of small business management, 21 (3), 43 – 51.
- Comisión Europea. (2002). Business Demography in Europe: “Factors Affecting Business Start-ups and End of Life”, Observatory of European SMEs, 5, pp. 29-45. ISBN 92-894-3456-2. Recuperado de: [file:///C:/Users/Habp2/Downloads/smes_observatory_2002_report5_en_1531%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Habp2/Downloads/smes_observatory_2002_report5_en_1531%20(1).pdf)
- Conexión ESAN (2020). Cómo reinventarse en la nueva normalidad y no morir en el intento. [Fecha de consulta 28 de abril 2021], Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/11/como-reinventarse-en-la-nueva-normalidad-y-no-morir-en-el-intento/>
- Correa – Paniagua, C. y Guayara – Villa, J. (2020). Factores gerenciales y su influencia en la supervivencia empresarial en el departamento de Antioquia: Una visión desde varias perspectivas. Administración Financiera. Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria. Recuperado de <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/647>
- Crecente- Romero, F., Gallo- Rivera, M., Garrido- Yserte, R. y Martinez- Gautier, D. (2015). La supervivencia empresarial durante la crisis económica: el papel de las características empresariales y territoriales. Conferencia internacional sobre ciencia regional: innovación y efectos de difusión geográfica: nuevos enfoques y pruebas. Universidad de Alcalá. Recuperado de <https://old.reunionesdeestudiosregionales.org/Reus2015/htdocs/pdf/p1352.pdf>
- Durán D. (1999). La Dirección y el control estratégico: su aplicación en los recursos humanos. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Expreso. (2021). “Cadena de tiendas Elektra se retira del mercado peruano”. Lima: Expreso. Recuperado de: <https://www.expreso.com.pe/economia/cadena-de-tiendas-elektra-se-retira-del-mercado-peruano/>
- Fernández, A. (2012). Conceptos de estrategia empresarial. Escuela de organización Industrial.
- Freije, A. y Freije, I. (2009). La estrategia empresarial con método. (3ra ed.). Barcelona: Editorial desclée de Brower.

- Fuentes, F. (2012). *Visión Gerencial. Prospectiva De Gestión Y Estrategia Empresarial*. Editorial Lulu.com.
- Garavito- Hernández Y., Mantilla- Duarte C., Rueda- Galvis J., Uribe- Bermúdez J. (2020). Impact of Employee Training and Strategic Alliances on Business Innovation and Survival. *Utopía y Praxis Latinoamericana* 25(5) ,77-94. Universidad de Zulia (Zulia) [Fecha de Consulta 6 de Mayo de 2021]. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3984208>
ISSN: 1315-5216. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27963984008>
- García, A. (2013). *Estrategias Empresariales*. Bogotá: Bilineata publishing.
- Gutiérrez, D., Coronado, G., Arredondo, L. y Méndez, O. (2013). *Estrategias Empresariales*. (2da ed). Editorial lagares de México.
- Guzmán- Diaz B, & Tarapuez E, Parra- Hernández R (2017). Estrategia y calidad en empresas colombianas de servicios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(80),593-609.[fecha de Consulta 13 de Mayo de 2021]. ISSN: 1315-9984. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055967004>
- Hernández, R. & Mendoza, C (2008). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p. <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/15.pdf>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ta edición). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Huy- Nguyen, Q (1999) emotional capability, emotional intelligence, and radical change, *academy of management of review*, 24(2), 325 – 345. Recuperado de: <file:///C:/Users/palomos/Downloads/AMR1999Emotionalcapabilityemotionalintelligenceandradicalchange16.pdf>
- INEI (2020). Encuesta de opinión sobre el impacto del covid-19 en las empresas. INEI. recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/resultados-encuesta-covid-lima-metropolitana-2020.pdf>
- Kish, L. (1975). *Muestreo de encuestas* (Ricardo Vinós Cruz López, trad). México: Editorial Trillas

- Kotler, P., y Armstrong, G. (2007). Marketing Versión para Latinoamérica. Pearson Educación.
- Lester, D. L., Parnell, J. A., & Carraher, S. (2003). Organizational life cycle: A five-stage empirical scale. *International Journal of Organizational Analysis*, 11(4), pp. 339-354.
- Llave, O. y Muñico, M. (2017). Estrategias de gestión empresarial y la competitividad en la empresa J&J vapor representaciones en el periodo 2016 – 2017. (Tesis de licenciatura). Universidad Privada del Norte. Lima. Recuperado, desde: <http://hdl.handle.net/11537/12474>
- López, P. y Puente, S. (2006). Determinants of firm survival. *Business demography in Spain* Madrid: Banco de España.
- Maldonado, J. (2018). La estrategia empresarial. Su formulación, planeación e implementación. Monterey. Recuperado de: https://www.academia.edu/36936153/LA_ESTRATEGIA_EMPRESARIAL
- Marques, A. C. F. (1994). Deterioração organizacional: Como detectar e resolver problemas de deterioração e obsolescência organizacional. São Paulo: Makron Books
- Mayorca- Beltran, D., & Mayorca- Capataz E, & Mayorca- Beltran M., (2020). El desempeño: fuente esencial para el mantenimiento y supervivencia de las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(31),1-12.[fecha de Consulta 13 de Mayo de 2021]. ISSN: 1900-5016. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409666285002>
- Mayorga, D. y Araujo, P. (2011). Plan de marketing. Perú. Universidad del pacifico.
- Meyer, M y Zuker, L. (1989). Permanently failing organizations. Newbry Park, CA: Sage Publications.
- Miranda- Evelio, J. (2020). Efecto covid-19 y la percepción de supervivencia empresarial (Caso pequeña y mediana empresa del occidente de Honduras). *Revista de la Universidad*, No. 1, 47-54. Disponible en: <https://tzibalnaah.unah.edu.hn/handle/123456789/13607?show=full>
- Montero, J. (2007). Estadística descriptiva. Thomson ediciones.
- Morales- Carrasco L., Morales- Ramos, K., Valle- Álvarez, A. (2017) Crecimiento y supervivencia empresarial en el sector de fabricación de calzado en ecuador. *Panorama económico*. [Fecha de Consulta 23 de Mayo de 2021]. ISSN: 0122-8900.

Disponible en <file:///C:/Users/palomos/Downloads/Dialnet-CrecimientoYSupervivenciaEmpresarialEnElSectorDeFa-6839609.pdf>

Morales- Gualdron, T. y Pineda- Zapata, U. (2015). Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia. *Pensamiento & Gestión* (Barranquilla), (38),176-207.[fecha de Consulta 13 de Mayo de 2021]. ISSN: 1657-6276. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64639792010>

Organización Internacional del trabajo (2021) Liderazgo empresarial durante la crisis de la COVID-19. Recuperado el 28 de abril del 2021 de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_766963.pdf

Ortega- Argiles, R. y Moreno, R. (2005). Estrategias competitivas y supervivencia empresarial. Barcelona, Provincia de Barcelona: Universidad de Barcelona. Departamento de Econometría, Estadística y Economía Española. Barcelona. Recuperado de: <http://www.alde.es/encuentros/anteriores/viiiieea/trabajos/o/pdf/ortega.pdf>

Ostos J., Hinderer H., Bravo E. (2017). Relationship between the Business Environment and Business Strategy Types: Evidence in Peruvian Companies. *Universidad & Empresa* (Bogota), 19(32) ,61-86. [Fecha de Consulta 6 de Mayo de 2021]. ISSN: 0124-4639. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187247578004>

Puebla, D., Tamayo, D., y Feijoó, A. (2018). Factores relacionaos a la supervivencia empresarial evidencia para Ecuador. *Analítica: revista de análisis estadístico*, 16,119-153.[fecha de Consulta 9 de Mayo de 2021]. ISSN: 1390-6208. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7291242>

Ramos, A.; Duran, G.; Aguilar, J. y García N. (2020) Las nuevas tecnologías como estrategia empresarial. *Revista RELAYN*, 4(1), 3-9. [fecha de Consulta 13 de Mayo de 2021]. ISSN: 2594-1674. Disponible en: <http://iquatroeditores.com/revista/index.php/relayn/article/view/129/161>

Redacción Gestión (2021) El 89% de empresas peruanas planea continuar con el teletrabajo, pese a fin de la cuarentena. Lima: Diario Gestión. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/el-89-de-empresas-peruanas-planea-continuar-con-el-teletrabajo-pese-a-fin-de-la-cuarentena-nndc-noticia/?ref=gesr>

- Rivera H, Pulgarin S, Malaver N. (2012). Estrategia Empresarial: Conceptos, teorías y principales herramientas. Editorial académica españolas
- Rivera- Leon, F. (2015). Enfoque técnico en la administración de riesgos empresariales (2014). Gestión En El Tercer Milenio, 18(36), 73-83. DOI: <https://doi.org/10.15381/gtm.v18i36.11739> Disponible: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/11739/10514>
- Rivera, H., Pulgarín, S. y Malaver, N. (2012). Estrategia empresarial. Conceptos, Teorías y principales Herramientas. Editorial académica española.
- Robert Johnson y Patricia Kuby (2007). Estadística elemental, lo esencial (3ª edición). México: editorial Thomson.
- Santana L. (2017). Determinantes de la supervivencia de microempresas en Bogotá: un análisis con modelos de duración. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales (Bogotá), 27(64),51-61.[fecha de Consulta 13 de Mayo de 2021]. ISSN: 0121-5051. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81850404005>
- Schumpeter, J. (1934). The theory of economic development. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Segarra, A. (2002). La Creación Y La Supervivencia De Las Empresas Industriales. Madrid: Editorial Civitas.
- Selltiz C. (1980). Métodos de investigación en las relaciones sociales. Madrid: Rialhp
- Serrano A., Tiuzo, S., Martínez M. (2019). Estrategias Empresariales para una Población Vulnerable en Colombia. Información tecnológica, 30(6), 147-156. Disponible en: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000600147&script=sci_arttext
- Sierra R. (1994) Técnicas de Investigación social. Madrid: Paraninfo.
- Tarziján, J. (2018). Fundamentos de estrategia empresarial. (5ta ed.). Ediciones universidad católica de Chile.
- Vargas- Hernández, J. y López- Aracena, L. (2018). Efectos de la Implementación de Estrategias Empresariales en los Micronegocios. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. Universidad de Guadalajara (Guadalajara), 4(1), 44-56. [fecha de Consulta 9 de Mayo de 2021]. ISSN: 2412-3730. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/327871998>

- Varona- Castillo, L., Gismera- Tierno, L. y Gimeno- Nogues, R. (2014). Supervivencia de las empresas según indicadores empresariales. Modelo lineal mixto con datos de panel, periodo 2004 al 2008, caso de España. Documento de Trabajo No. 13. Asociación Peruana de Economía (Lima). Recuperada de: <https://ideas.repec.org/p/apc/wpaper/2014-013.html>
- Vélez, Á., Restrepo, L., Garzón, M. y Méndez, C. (2005). Protocolo de investigación, Grupo de Perdurabilidad Empresarial. Bogotá, Colombia: Facultad de Administración, Universidad del Rosario.
- Whittington, R. (1993). what is strategy, and does it matter? New York: Routledge.
- Williamson, O. (1991). Strategizing economizing and economic organization. Strategic management journal, 12 (Special Issue 2), 75-94. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/smj.4250121007>
- Zapata- Guerrero, F., Ayup, J., Mayer- Granados, E. y Charles- Coll, J. (2020) Incubator efficiency vs survival of start-ups. [Fecha de Consulta 23 de Mayo de 2021] RAUSP Management Journal. DOI: 10.1108/RAUSP-04-2019-0063 disponible en: https://www.researchgate.net/publication/343260539_Incubator_efficiency_vs_survival_of_start-ups

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta sobre estrategias empresariales

OBJETIVO: Registrar el nivel de información y la opinión del personal de la empresa La Curacao. Sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales. Los cuestionarios serán procesados por personas externas.

Instrucciones:

Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuestas, elija la que mejor describa lo que piensa usted. Solamente una opción, marcar con un aspa "X" dentro del recuadro.

- 5. Siempre**
- 4. Casi Siempre**
- 3. A veces sí, a veces no**
- 2. Casi nunca**
- 1. Nunca.**

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES					
A. ESTRATEGIA DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL	1	2	3	4	5
1. ¿Dentro de la empresa los problemas se resuelven de forma rápida?					
2. ¿Conoces los niveles jerárquicos de tu empresa?					
3. ¿Con que frecuencia se mide la calidad de tu trabajo?					
4. ¿Sabes cómo resolver algún problema de los clientes de la empresa?					
5. ¿Existe una buena infraestructura para realizar sus funciones?					
6.- ¿Conoce las zonas de seguridad en caso de accidentes o sismos?					
7. ¿Con que frecuencia hay capacitaciones en la empresa?					
8. ¿Tienes oportunidad de ascender en el puesto que laboras?					
B. ESTRATEGIA DE CALIDAD TOTAL	1	2	3	4	5

9. ¿Los procesos están orientados a alcanzar la satisfacción del cliente?					
10. ¿La empresa realiza capacitaciones para mejorar la atención del cliente?					
11. ¿Se realizan evaluaciones para medir la satisfacción del cliente?					
12. ¿Cuenta con productos en su almacén para distribución?					
13. ¿Almacenan los productos según recomendaciones técnicas?					
14. ¿Los productos tienen garantías por fallas?					
15. ¿Realizan seguimiento a los productos entregados?					
C. ESTRATEGIA DE REINGENIERIA	1	2	3	4	5
16. ¿Realizan estrategias para aumentar las ventas?					
17. ¿Forma parte en las decisiones estratégicas que se formulan?					
18. ¿Se conocen las necesidades de los clientes mejor que la competencia?					
19. ¿La estrategia para la ventaja competitiva se basa en la comprensión de la necesidad del cliente?					
20. ¿La apertura de grandes establecimientos comerciales en general beneficia a los consumidores?					
21. ¿Tiene capacidad tecnológica acorde con las exigencias del mercado?					

Fuente: Xavier Franshescoli Caramantin Mori (2019). Tesis: LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y LA GESTION ADMINISTRATIVA DEL AREA DE SISTEMAS EN LA EMPRESA ENTEL S.A. SAN ISIDRO, 2019. Link:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40081>

Adaptado por: Becerra y Palomino (2021)

Anexo 2: Cuestionario de Supervivencia Empresarial

Estimados colaboradores de la empresa La Curacao:

Es un gusto saludarlos. A continuación, encontrará algunas afirmaciones sobre factores relevantes acerca de la Supervivencia Empresarial; lea atentamente cada frase y marque con una (X) la respuesta que mejor se ajuste a la realidad de su empresa. Por favor, llene todo el cuestionario, según las alternativas detalladas a continuación sin dejar de contestar ninguno de los ítems, considerando que:

5 = Totalmente de Acuerdo

4 = De Acuerdo

3 = Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo

2 = En Desacuerdo

1 = Totalmente en Desacuerdo

SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL					
A. CARACTERISTICAS DEL EMPRESARIO	1	2	3	4	5
1. El capital humano es el principal factor de productividad de su empresa.					
2. Valorar al personal y motivarlos adecuadamente es fundamental para el logro de los objetivos empresariales.					
3. La capacitación permanente al personal optimiza el rendimiento en sus labores.					
4. La empresa cuenta con políticas de reconocimiento por años de servicio.					
5. Es importante tener a todo el personal en planilla y con sus beneficios sociales para lograr su desarrollo personal y profesional.					
6. El personal se encuentra adecuadamente capacitado para las funciones que desempeña.					
7. Cumplir puntualmente con el pago de la planilla de haberes del personal es uno de los compromisos más importantes que tiene su empresa.					
B. CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA.	1	2	3	4	5
8. Inició sus actividades con los equipos e infraestructura necesarios para competir en el mercado.					
9. Inició operaciones con la cantidad necesaria de personal.					
10. Actualmente tiene suficiente personal para desarrollar con normalidad los procesos internos de acuerdo al tamaño de su empresa.					
11. Actualmente tiene las instalaciones adecuadas que le permitan incursionar en nuevos mercados					
12. La empresa tiene más de un año en el mercado					

13. La empresa tiene un nivel de madurez adecuado en el mercado.					
14. La empresa tiene historial crediticio que le permita acceder fácilmente a financiamiento					
15. La empresa ha tenido acceso a financiamiento inteligente que ha generado valor a la empresa.					
16. La empresa tiene suficiente liquidez para atender las deudas a corto plazo.					
17. El nivel de endeudamiento financiero de la empresa esta contralado y se encuentra en un nivel adecuado.					
18. La empresa cuenta con la tecnología adecuada para desarrollar un servicio de gran calidad.					
19. La empresa destina presupuesto para las acciones de innovación.					
C. CARACTERISTICAS DEL ENTORNO	1	2	3	4	5
20. Las políticas económicas del actual gobierno están fortaleciendo la industria Comercial.					
21. La situación económica del país le ha permitido generar mayores ventas.					
22. El nivel de presión generado por la competencia entre las empresas comercializadoras locales aún es bajo.					
23. El nivel de competencia entre las empresas comercializadoras aún permite que ingresen nuevas empresas al mercado.					
24. Actualmente las empresas comercializadoras aún tienen mucho mercado por explotar.					
25. Actualmente existen pocas empresas comercializadoras en la ciudad de Trujillo.					
26. Las empresas comercializadoras se han puesto de acuerdo para promocionar los productos que ofrecen.					
27. La empresa ha formado alianzas estratégicas que han permitido la optimización en sus servicios.					

Fuente: Mamani Mercado Janessa Ana Esther. Perú (2017) Tesis: FACTORES CRITICOS DE ÉXITO Y SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE PISCO EN LA CIUDAD DE TACNA, 2016 Link: <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/304>

Adaptado por: Becerra y Palomino (2021)

Anexo 3: Guía de entrevista

Empresa	<ul style="list-style-type: none"> • La Curacao 	
Entrevistadores	<ul style="list-style-type: none"> • Becerra Pretel, Heyner Alberto • Palomino Agüero, Juan Fabrizio 	
Entrevistado	<ul style="list-style-type: none"> • Lic. Palomino Rodríguez Ernesto Manuel – Gerente 	
Fecha	<ul style="list-style-type: none"> • 26/09/21 	
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Videollamada – Zoom 	
ENUNCIADO PREGUNTA	<u>RESPUESTA DEL ENTREVISTADO</u>	<u>ANÁLISIS</u>
1. ¿Realizan estrategias para aumentar las ventas y sobrevivir en el mercado?	<p><i>“Una estrategia fue la omnicanalidad, todas las áreas y los estamentos dirigidos al cliente totalmente, también la estrategia llamada “yo me cuido, tú me cuidas, nosotros te cuidamos”, estas dos estrategias tienen como objetivo que el cliente interno y externo se sienta seguro al observar que se cumplen con todos los protocolos de seguridad. Además, otra estrategia fue fortalecer el e-commerce consiguiendo ventajas competitivas como la atención personalizada”</i></p>	<p>El entrevistado nos comenta sobre las estrategias adoptadas por la empresa La Curacao para el aumento de ventas y como lograron sobrevivir en el mercado comercial bajo este contexto de pandemia, donde establecieron protocolos para los clientes internos y externos y además fortalecieron la parte de venta digital para lograr continuar con sus operaciones.</p>
2. ¿Cuáles de las estrategias que realizan son orientadas a las necesidades del cliente?	<p><i>“Para brindar una mejor atención al cliente que iba a la tienda se realizaron capacitaciones a toda la fuerza de ventas, además se creó el “IT PREVENGO” que consiste en poner a doctores disposición de los colaboradores para que</i></p>	<p>El entrevistado nos habla sobre las estrategias que realizaron orientadas a los clientes donde expresa todo los cambios realizados y las estrategias implementadas son dirigidas a la comodidad y seguridad de los clientes de la empresa. Esto se</p>

	<p><i>puedan atenderse en caso hubiera algún síntoma, además la empresa adquirió doce concentradores de oxígeno. También se crearon los sistemas de ventas como conectados, Fono compras y ventas por redes streaming, con el fin de que el cliente tenga distintas formas de comprar para que se sienta más cómodo y no necesariamente tenga que ir a la tienda”.</i></p>	<p>logra por parte de los dos lados cuidando a los clientes mediante protocolos y diferentes métodos de ventas donde el cliente puede ir a la tienda a comprar o hacer compras vía web o redes sociales, también cuidado a los colaboradores poniendo a disposición todo lo necesario en caso se encuentren con síntomas, además de las constantes capacitaciones.</p>
<p>3. ¿Cómo están afectando las políticas del actual gobierno? ¿Están fortaleciendo la industria comercial?</p>	<p><i>“Los Directivos y la Gerencia, vieron una oportunidad en la pandemia, la página web significaba el 5% de venta bruta, por motivos de la pandemia llego alcanzar hasta el 60% de ventas por esa herramienta, de todas las ventas. Las políticas del gobierno influyeron en los protocolos de bioseguridad, nosotros lo utilizamos como argumento de venta, invitábamos a nuestros clientes, por diferentes medios para que nos visite en la tienda, considerando que se tenía el cuidado en todas las políticas de bioseguridad o que realice las compras por la web. Llego un punto que no se tenía mercadería, las importaciones se vieron afectadas, los precios se vieron afectados ante la competencia”.</i></p>	<p>El entrevistado nos comentó que ellos no pensaron que la pandemia era una barrera sino una oportunidad, se comenzaron a desarrollar nuevas estrategias para afrontar las medidas sanitarias que el gobierno decreto, como la adquisición de apps. Constantes capacitaciones, se logró desarrollar un sistema de venta por área como en caja y almacén. Se dividió en dos etapas: La primera como el aprendizaje (la coyuntura se vio afectada la empresa). La otra etapa (conocimiento en la agresividad en venta, el equipo ya realiza publicidad en la calle, para la captación de potenciales clientes.).</p>
<p>4. ¿Cuáles son las estrategias que utilizo La Curacao para obtener rentabilidad en tiempos de Pandemia?</p>	<p><i>“La situación y el mercado fue favorable, principalmente nuestra participación fue del 10% en el mercado de electrodoméstico, nuestra competencia directa se retiró y algunos pasaron a suspensión perfecta. El e-commerce nos favoreció primordialmente para llegar a los clientes y generar mayor porcentaje de ventas de un 5% a un 60%, los resultados de rentabilidad por la región en el último semestre arrojaron cifras positivas de las 19 tiendas que se cuentan, antes de la pandemia costaba tener rentabilidad en Casa Grande, Huamachuco ”</i></p>	<p>El entrevistado comenta del mejor factor por la coyuntura del Covid-19 que fue la competencia como Carsa, Marcimex, Gallo más Gallo, ayudo a poder ganar más participación en el mercado, en zonas donde era difícil llegar a los clientes, lograr una competencia con las grandes empresas dedicadas a los electrodoméstico que se ubican en los centros comerciales como Mall Aventura Plaza y Real Plaza. La venta por página web ayudo mucho, incluyendo el sistema de conectados.</p>

<p>5. ¿Qué ha impedido que la Curacao vaya a la suspensión perfecta de labores? ¿Qué estrategias utilizaron por área para sobrevivir?</p>	<p><i>Para evitar la Suspensión perfecta de labores, la Curacao decidió invertir y seguir de pie para concentrar todo los esfuerzos al cliente para cuidarlo mediante una inversión de 60,000 soles en accesorios de protección personal para los trabajadores, además que la coyuntura nos fue enseñando poco a poco para aplicar de la mejor manera los diferentes protocolos, se comunicaba que las inversiones se realizaban para los trabajadores, las familias de estos; se comenzó a implementar las constantes capacitaciones para los gerentes, supervisores de ventas, cajeros y existe una excelente comunicación en todas las áreas.</i></p>	<p>El entrevistado comenta que la supervivencia empresarial se dio por la unidad de todas las áreas, saber que la empresa estaba brindando seguridad a sus trabajadores, para que se sientan a gusto en continuar sus labores en pandemia y puedan desempeñarse de la mejor manera. La inversión en equipos de protección personal, indica que la Curacao decidió apostar por continuar normalmente con sus operaciones brindando la mejor atención y respetando los protocolos de bioseguridad al público trujillano</p>
--	--	---

Anexo 4: Fiabilidad de los instrumentos

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
VAR0000 1	4,4667	,74322	15
VAR0000 2	4,6667	,61721	15
VAR0000 3	4,6000	,50709	15
VAR0000 4	4,7333	,45774	15
VAR0000 5	4,5333	,63994	15
VAR0000 6	4,6667	,61721	15
VAR0000 7	4,7333	,59362	15
VAR0000 8	4,4667	,63994	15
VAR0000 9	4,8667	,35187	15
VAR0001 0	4,8000	,41404	15
VAR0001 1	4,7333	,45774	15
VAR0001 2	4,2000	,56061	15
VAR0001 3	4,6000	,63246	15
VAR0001 4	4,7333	,45774	15
VAR0001 5	4,6667	,61721	15
VAR0001 6	4,8667	,35187	15
VAR0001 7	4,6000	,73679	15
VAR0001 8	4,6000	,63246	15

VAR0001 9	4,7333	,45774	15
VAR0002 0	4,5333	,63994	15
VAR0002 1	4,6667	,48795	15

**Resumen de procesamiento de
casos**

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido*	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
97,4667	66,267	8,14043	21

Anexo 5: Matriz de base de datos de Estrategias Empresariales

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES																					
N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
<i>Encuestado 01</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 02</i>	3	1	3	2	1	1	1	3	2	1	2	1	1	3	3	2	2	3	1	2	1
<i>Encuestado 03</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 04</i>	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
<i>Encuestado 05</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 06</i>	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	5	4	5
<i>Encuestado 07</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 08</i>	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2
<i>Encuestado 09</i>	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 10</i>	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
<i>Encuestado 11</i>	4	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
<i>Encuestado 12</i>	3	5	5	5	4	1	5	5	5	4	5	3	3	5	3	4	4	4	5	5	5
<i>Encuestado 13</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 14</i>	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5
<i>Encuestado 15</i>	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5
<i>Encuestado 16</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 17</i>	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 18</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Anexo 6: Matriz de base de datos de Estrategias Empresariales

SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL																												
N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	
<i>Encuestado 01</i>	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	5	2	2	5	
<i>Encuestado 02</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 03</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<i>Encuestado 04</i>	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5
<i>Encuestado 05</i>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	4	5	4	3	4	
<i>Encuestado 06</i>	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	3	3	4	2	4	

Anexo 7: Carta De Autorización De Uso De Información De Empresa

CARTA DE AUTORIZACION DE USO DE INFORMACION DE EMPRESA

Yo Ernesto Manuel Palomino Rodríguez identificado con DNI N° 18091645 en mi calidad de gerente volante de la región 3 de la empresa Conecta Retail S.A. (La Curacao) con R.U.C N° 20141189850, ubicada en la ciudad de Trujillo.

OTORGO AUTORIZACIÓN,

A los señores Becerra Pretel, Heyner Alberto identificado con DNI N° 73894239 y a Palomino Agüero, Juan Fabrizio identificado con DNI N° 72162889, estudiantes de la carrera profesional de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, para que utilicen la siguiente información de la empresa:

Aplicación de cuestionario y entrevista; Cantidad de trabajadores.

Con la finalidad de que puedan desarrollar su trabajo de investigación.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con "X" la opción seleccionada.

() Mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

(X) Mencionar el nombre de la empresa.

Firma y sello



Ernesto Palomino Rodriguez
GERENTE VOLANTE REG 3

Ernesto Manuel Palomino Rodriguez
DNI: 18091645

Este documento debe ser firmado por un representante inscrito en SUNAT y debe adjuntar una copia de su documento de identidad (DNI) para verificar la firma.

El egresado/ Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el trabajo de investigación, en tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Firma del estudiante



Becerra Pretel, Heyner Alberto
DNI: 73894239

Firma del estudiante



Palomino Agüero, Juan Fabrizio
DNI: 72162889

Anexo 8: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título del proyecto: “Estrategias Empresariales para la Supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021”							
Autores: Becerra Pretel, Heyner Alberto Palomino Agüero Juan Fabrizio							
PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	MARCO MUESTRAL
¿Cuáles son las estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021?	Conocer las estrategias empresariales para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.	1) Identificar la estrategia empresarial para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021. 2) Identificar el nivel de estrategia aplicada para la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021. 3) Conocer cuál de las estrategias empresariales ha permitido la supervivencia de la empresa La Curacao, Trujillo 2021.	No aplica	No aplica	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: se realizará una investigación en base a un enfoque cuantitativo debido a que se obtendrán resultados que sustentarán el análisis de nuestra variable. • Diseño: La investigación es no experimental ya que solo se observara la variable de estudio para después analizar las estrategias empresariales para la supervivencia que se presenta en la empresa La Curacao en la ciudad de Trujillo, al mismo tiempo es de 	En esta investigación se determina una población finita porque se conoce el tamaño, por ello la población del estudio será de 18 colaboradores de la empresa La Curacao sede el Trujillo.	Son todos los colaboradores que asisten a la tienda La Curacao en el año 2021. Se realizará la aplicación del cuestionario en una muestra de 18 trabajadores.

					<p>corte transversal, ya que, se realizó en un determinado tiempo y específico.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tipo: Esta investigación estará basada en un diseño exploratorio debido a que buscará obtener nueva información respecto a nuestra variable frente a la coyuntura actual.		
--	--	--	--	--	--	--	--