



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## ESCUELA DE POSGRADO

### PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Estrategias y gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet  
Moyobamba, 2019

#### TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

#### AUTOR:

Br. Gárate Paima, Paul Christian (ORCID: 0000-0002-0598-397X)

#### ASESOR:

Dr. Sánchez Dávila, Keller (ORCID: 0000-0003-3911-3806)

#### LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

TARAPOTO – PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar este trabajo a mis padres, por su gran apoyo incondicional desde el inicio de mi formación académica, por el ser el apoyo y sustento moral durante este proceso.

Paul

## **Agradecimiento**

Agradezco a cada uno de los docentes que fueron parte activa del desarrollo de mi proceso de aprendizaje, por su tiempo y dedicación para transmitir sus enseñanzas.

Agradezco de manera especial a los directivos de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba por abrirme las puertas de su empresa para realizar mi investigación.

El autor

## **Página del jurado**

## Declaratoria de autenticidad

### Declaratoria de autenticidad

Yo, Paul Christian, Gárate Paima, estudiante de la Unidad de Posgrado, del programa de Maestría en Administración de Negocios de la Universidad César Vallejo, filial Tarapoto; presento mi trabajo académico titulado: Estrategias y gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, en 64 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Administración de negocios es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Tarapoto, 15 de enero de 2020



Paul Christian, Gárate Paima

DNI: 46757858

## Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
Índice de tablas .....	viii
Índice de figura.....	ix
Resumen .....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO.....	15
2.1. Tipo y diseño de investigación .....	15
2.2. Variables, Operacionalización.....	15
2.3. Población, muestra y muestreo .....	18
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	18
2.5. Procedimiento .....	21
2.6. Métodos de análisis de datos .....	21
2.7. Aspectos éticos .....	21
III. RESULTADOS .....	22
IV. DISCUSIÓN .....	26
V. CONCLUSIONES .....	29
VI. RECOMENDACIONES .....	30
REFERENCIAS .....	31
Anexos.....	33

Matriz de consistencia.....	34
Instrumentos de recolección de datos .....	35
Validación de instrumentos.....	39
Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación.....	45
Base de datos.....	46
Autorización de publicación de tesis al repositorio .....	47
Informe de originalidad.....	48
Acta de aprobación de originalidad de tesis .....	49
Autorización final del trabajo de investigación .....	50

## Índice de tablas

Tabla 1. Nivel de estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019.....	22
Tabla 2. Nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019...	23
Tabla 3. Análisis de correlación entre estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019.....	24



## Índice de figura

Figura 1. Dispersión de puntos entre estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019.....	24
---	----

## RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo como Objetivo Establecer la relación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, se justificó en aportes teóricos de autores que permitieron el desarrollo de la investigación, bases teóricas que ayudaron a evaluar la problemática a través de los instrumentos de medición, la investigación es de tipo no experimental y diseño correlacional de corte transversal, se tuvo población y muestra a 18 colaboradores, en cuanto a la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario aplicado a los colaboradores, concluyendo que existe una relación positiva muy alta entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, de acuerdo al coeficiente de 0,931 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.05$ ), el mismo que permite inferir que el 93.1% de las estrategias se relaciona con la gestión empresarial, en dicha empresa.

Palabras claves: Estrategias, gestión, apuestas.

## **ABSTRACT**

The objective of this research study was to establish the relationship between the strategies and business management of the betting house Tinbet Moyobamba, 2019, it was justified in theoretical contributions from authors that allowed the development of the research, theoretical bases that helped to evaluate the Problematic through the measurement instruments, the research is of a non-experimental type and a cross-sectional correlational design, there was a population and a sample of 18 collaborators. Regarding the technique, the survey and the instrument were the questionnaire applied to the collaborators. concluding that there is a very high positive relationship between the strategies and business management of the betting house Tinbet Moyobamba, 2019, according to the coefficient of 0.931 (very high positive correlation) and a p value equal to 0.000 ( $p\text{-value} \leq 0.05$ ), the same that allows us to infer that 93.1% of the strategies are related to business management in said company.

Keywords: Strategies, management, betting.

## I. INTRODUCCIÓN

En cuanto a la realidad problemática: A nivel mundial, las apuestas por internet, está teniendo un gran auge de crecimiento, según fuentes oficiales, afirman que, durante el ejercicio del año 2015, esta industria tuvo un ingreso de 34.6 billones de euros, con lo cual se consagra como el crecimiento global. Debido a su gran crecimiento, este recibe mayor control legal sobre sus actividades. En el caso de Europa, los países recibieron mayor aporte de impuestos provenientes de empresas de este rubro que bordea los 16.47 billones de euros, sin embargo, las empresas pertenecientes a esta industria. (Chihuan, 2018).

La gran flexibilidad que existe en varios de los países a nivel mundial, hace del mercado de las apuestas un negocio muy atractivo para muchos inversionistas, estos implementan sus oficinas principales en los países donde pagan menos impuestos y operan desde esos puntos a nivel de las regiones aledañas. Otro factor determinante en el negocio de las apuestas, es el cambio que han sufrido los consumidores a nivel mundial, el aumento de los juegos online, las aplicaciones de juegos de azar, esta característica esencial posiblemente impulse el crecimiento del mercado durante los años venideros. Los proveedores de software de apuesta deportiva están aprovechando el factor de la creciente población que usa internet; resulta que la mayor parte de la población posee un teléfono móvil con conexión a internet, por consiguiente estos son usuarios propicios para implementar juegos de azar y salas de apuestas deportivas virtuales que estarán al alcance de todos los usuarios (centroapuesta, 2019).

La situación en Latinoamérica; las casas de apuestas obtuvieron 560 millones de euros en ganancia bruta, lo cual representa el 1.60% en relación a los porcentajes a nivel mundial, esta realidad en Latinoamérica es a razón que el país vecino de Colombia, es el único país en esta parte del mundo que tiene una legislación que abarque los temas relacionado con los juegos por internet. Coljuegos es el ente regulador de las actividades relacionadas con los juego de suerte y azar en Colombia. Este organismo descentralizado de orden nacional comenzó sus funciones en el 2012, realizando funciones que estaban dispersas en ese país. Los objetivos marcados de esta entidad es generar elementos que ayuden al cuidado de la salud pública, mediante actividades que promuevan el juego responsable. (Coljuegos, 2019)

La tecnología y el internet ha mejorado muchísimo estos últimos años en Latinoamérica, en la última década la implementación de fibra óptica ha ocasionado que el servicio de internet sea más estable y confiable, en consecuencia las páginas que utilizan los medio de pago electrónicos se han hecho más de fiar, las páginas de apuestas deportivas no han sido la excepción frente a este cambio del consumidor, Colombia único país en desarrollar una ley para esta actividad económica, ha sabido aprovechar este cambio favorable en la tecnología, es por ellos que las casas de apuestas tienen un enorme potencial en el País. De esta manera si hablamos en términos de tráfico de personas que visitan las páginas web de apuestas ya pueden sacar información muy interesante en cuanto al comportamiento del consumidor de apuestas deportivas, así mismo las personas que realizan búsqueda de información relacionado con apuestas deportivas son estables y creciente en el país vecino. (jugarbet, 2019)

En el contexto peruano, existe una amplia gama de emprendedores y negocios, uno de los cuales son las casas de apuestas, es un negocio joven en el mercado peruano, aún existe una amplia rama de investigación con respecto al tema, tal es el caso que hasta ahora no existe una legislación aplicable para estos negocios. La implementación de un plan que influya de manera empresarial de este negocio; este podría ser un buen punto de partida para poder evidenciar de manera real la gestión de estas empresas, la importancia que puede tener este tipo de negocio en la economía del país y el impacto con el puesto de trabajo. Sin embargo la casa de apuestas ha crecido mucho en los últimos 5 años y la expectativa de crecimiento sigue en aumento, con un estudio sobre la gestión empresarial con la aplicación de un plan estratégico se podría crear parámetros, de esta manera se podría regular mejor este mercado, así mismo se estaría extendiendo la economía actual, existen grandes casas de apuestas internacionales que están esperando la oficialización de las leyes en Perú y así poder establecer sus locales (Gestion, 2018).

Debido al incremento del mercado en cuanto a casas de apuestas en los últimos años, paralelamente se creó nuevos puestos de trabajo, en su mayoría corresponde a la PEA comprendida entre los 18 y 27 años, los puestos laborales ofrecidos son para atención al público y administración de empresas, esto sin mencionar los servicios indirectos ya

existentes, como la implementación de redes de computadoras, alquileres de local, servicio de pintado y trabajos en drywall (Gestion, 2018). En tanto, los negocios de las apuestas en la región ha estado presente hace tiempos, como la lotería que se juega a nivel nacional y que ha posicionado su marca en la región, es la Tinka, sin embargo, no es hasta la creación de su formato *Te Apuesto* que se comienza a relacionar abiertamente las apuestas con el mundo deportivo, el formato original viene siendo el mismo hasta la actualidad, el llenado de cartillas, con revistas o catálogos semanales que brindan la información de los partidos y el valor por el cual se multiplicaría el dinero que un usuario puede ganar.

Este formato se extendió a nivel de toda la región San Martín, pero aún no se hablaba de locales de apuestas deportivas, la forma de brindar el servicio para los usuarios, era en base a puntos de ventas con pequeños puestos ubicados en los locales o puntos más comerciales de las ciudades. Las casas de apuestas deportivas en la región San Martín hacen su aparición por el año 2014, con la Marca SportBet con el sistema Tinbet en la provincia de San Martín, este no llega a tener la acogida necesaria para acaparar al público Tarapotino, no es hasta mediados del 2015 que se abre otro local de apuestas en Tarapoto con el nombre de SportBet Venecia, este dio el paso inicial cambiando el formato, creando locales acogedores, brindando atención personalizada. Este cambio dio paso a que las demás casas de apuestas deportivas pusieran los ojos en Tarapoto. Así mismo, la marca SportBet con sus Sistema Tinbet, encuentran en la ciudad de Moyobamba un mercado muy llamativo, la atención y métodos de pago, han llevado a ganar la confianza de los clientes y hacer de Tinbet Moyobamba una casa de apuestas confiable y con el mejor ambiente para las apuestas deportivas, sin embargo esta no cuenta con un plan estratégico óptimo que permita evidenciar las estrategias a aplicar a corto y largo plazo, por lo tanto la Gestión empresarial de los representantes se ve limitada, debido a que solo realizan actividades en curso de cada eventualidad, realizando una gestión de manera empírica.

En cuanto a los antecedentes a nivel internacional, se mencionan los siguientes autores: Rodríguez, A. (2014), *Plan de negocios para el desarrollo y comercialización de un aplicativo móvil para el sector de las apuestas permanentes en Colombia*. (Tesis de

maestría). Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, Colombia. La investigación es de tipo descriptivo exploratorio, diseño no experimental, tuvo como población 1763 personas y muestra de 384 personas, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, concluyendo que: El plan hace posible el diseño de las actividades de las empresas son las guías para que marche bien ya que de ellos depende que ese negocio prospere y sean influencia en de manera sistematizada sobre la forma como se realizará las actividades con la finalidad de prever las posibles contingencias y evaluar si el negocio es viable o no.

Vargas, H. (2014), *Propuesta de un plan estratégico para optimizar la competitividad del Depósito Dental Noemí Caicedo*. (Tesis de maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. La investigación es de tipo aplicada con enfoque cualitativo y cuantitativo, tuvo una población de 860 y como muestra 156, la técnica fue la encuesta y el instrumento fue cuestionario, concluyendo que: el ente económico, está atravesando su etapa inicial de crecimiento por lo que se observan problemas como demoras en la atención a los clientes, no se cumplen los tiempos permitidos, además la variedad de productos que se ofrecen es muy limitada. Además, se identificó que las actividades de la empresa están enmarcadas bajo los lineamientos de la estrategia de enfoque genérico, con lo cual se busca lograr la fidelización de los actuales clientes al mismo tiempo que se capta a los potenciales, sin descuidar de brindar un producto y servicio que logre satisfacer las necesidades del público.

Durán, M., Calles, F., & Leyva, A. (2015). *La planeación estratégica como herramienta de toma de decisiones en la gestión empresarial de las PyME's*. (Artículo científico) Se realizó una investigación de campo, tipo exploratorio, población y muestra 29 empresas, la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, concluyo que: las PyME's difícilmente llevan a cabo actividades de planeación estratégica por desconocimiento a los beneficios que provee realizar esta actividad en la económico direccionado de una empresa, además no se visualiza la importancia de llevar un control en las actividades del proceso productivo con la finalidad de agregar calor en los procesos mediante la verificación de los avances en función al logro de objetivos planteados. Además, se identificó que, de la muestra encuestada, el 43% difícilmente ha llevado a cabo las actividades de planeación estratégica dentro de las

empresas, sin embargo existe un porcentaje que alcanza un total del 62% que si lleva a cabo esta actividad pero no se rige bajo lineamientos formales, es decir se lleva a cabo de forma verbal, más no se plasma en un documento que puede ser visto por todos los miembros representativos de la empresa; es por ello que se observan dificultades para poder cumplir con los objetivos pensados, asimismo, no se pueden proyectar los rendimientos de las actividades económicas.

A nivel nacional: Romero, O. (2016). *La gestión estratégica y su influencia institucional en los planes estratégicos de las universidades públicas del Ecuador. Caso: Universidad Técnica de Machala*. (Tesis de maestría) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. La investigación de tipo aplicada, de diseño no experimental descriptivo transeccional y correlacional, tuvo como población 2496 personas y una muestra de 530 personas, la técnica fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, concluyo que: La empresa se establece en fines didácticos y estratégicos que mediante los resultados menciona su relación y luego de haber llevado a cabo el procesamiento estadístico recabados durante el proceso, se procedió a calcular el valor de Spearman, el cual arrojó datos que ayudan a firmar la existencia de un resultado positivo acogidas para el estudio.

Gonzales, A. (2017). *Gestión estratégica empresarial y competitividad de personal del Colegio Data System's Ingenieros*. (Tesis de maestría) Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. Posee un diseño no experimental de enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo correlacional, abarcó una población y muestra de 69 docentes, técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, concluyó que: se encontraron buenos niveles de presencia en cuanto a los factores gestión en relación con la competitividad del personal encargado de desempeñar sus funciones dentro de la empresa. Además, mediante los procesos estadísticos aplicados, se puede determinar la correlación existente entre variables y dimensiones donde se centra el problema encontrado, en este sentido, se determinó que la competitividad ejerce una alta influencia sobre la gestión estratégica relacionadas a las políticas institucionales, planeación y monitorear las actividades, esta afirmación se lleva a cabo luego de haber obtenido un valor de correlación igual a ( $r=0,824$ ) lo cual afirma un grado moderado alto, además se obtuvo una significativa igual a ( $p=0,000$ ).



Amorós, J & Dávila, K. (2017), *La gestión empresarial y la competitividad de las clínicas en la ciudad de Cajamarca*. (Tesis de maestría) Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca, Perú. La investigación es de tipo básica, de nivel descriptivo correlacional transaccional, de diseño no experimental, tuvo como población y muestra a 26 colaboradores, técnica la encuesta, instrumento el cuestionario, concluyó que: se encontró evidencia suficiente para poder afirmar que la gestión de la empresa posee una asociación con la competitividad presentada por la clínicas privadas, esto indica que al tener un grado de correlación significativa, si se realiza una modificación ya sea positiva o negativa en la gestión, estos resultados se verán replicados en la competitividad, esta afirmación se da luego de obtener un resultado de significancia igual a 0,01 (bilateral) y un resultado de ( $r = 0,645$ ), con lo cual se evidencia lo planteado anteriormente en cuanto al grado de relación.

A nivel local menciona: Wong, L. (2019), *Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto*. (Tesis de maestría) Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú. Investigación de tipo descriptivo propositivo, de diseño transversal con corte en el tiempo, tuvo como población y muestra a 61 personas, la técnica fue encuesta y el instrumento fue el cuestionario, concluyó que: después de realizarse la confiabilidad esto tuvo un resultado igual a 0.953, se afirma que existe desconocimiento por parte de los colaboradores sobre los lineamientos estratégicos de empresa, además la gestión empresarial no está muy aclarada en los mismos; por lo tanto, con el valor obtenido se entiende que existe una excelente relación en las variables.

Ruiz, K. (2016), *Planificación Estratégica y Eficacia en Empresas Operadoras Turísticas del Distrito de Tarapoto, 2016*. (Tesis de maestría) Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú. Investigación de tipo descriptivo correlacional, tuvo como población y muestra 18 empresas, como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, concluyó que: después de haber abordado el análisis estadístico correspondiente a determinar la relación existente, se determinó que la gestión empresarial se relaciona de las empresas estudiadas, en el sentido que a mayores niveles de planificación, mejor se tendrá una idea clara sobre las actividades a realizar

y tener un detalle sobre sobre los objetivos planteados. Esta determinación se encuentra apoyada por una valoración obtenida igual a 0.814 lo cual da cuenta de una “correlación positiva”.

En cuanto a las teorías, la primera variable: Plan estratégico. San Martín (2010), como una de las más importantes herramientas de la gestión directiva que posee los lineamientos sobre el direccionamiento de actividades dentro de una empresa en un plazo determinado. Según Pimentel (1999) el planeamiento posee beneficios importantes para la empresa ya que hace posible alcanzar la eficiencia mediante una adecuada gestión, de este modo se alcanza un beneficio bilateral que mejora la eficiencia de la empresa al mismo tiempo que mejore a los colaboradores. (p.6).

Planificación estratégica posibilita tener una amplia visión prospectiva sobre el futuro deseado para la empresa, para ello se debe realizar un análisis coherente sobre las diferentes inclemencias locales que mueven la industria en la cual se encuentra la empresa y, sobre ello direccionar las actividades necesarias a realizar para poder sobrellevar las dificultades previstas, de modo que logre alcanzar con el objetivo general. Según Pimentel (1999) la planificación empieza por la definición acertada del compromiso y la gestión estratégica, además de la definición de objetivos claros y alcanzables; todo ello hace que el desempeño de la empresa alcance mayores niveles sostenidos en un amplio conocimiento de las actividades a realizar y cuáles son los objetivos a alcanzar. Este procedimiento hace posible visualizar el panorama que enfrentará la empresa en un futuro y como estas inclemencias pueden afectar el modelo de negocio y en función a ello se planean las actividades y estrategias necesarias para poder lograr el objetivo general.

Beneficios del plan estratégico: Castellanos (2015), sostiene que existen diferentes beneficios que trae la planificación estratégica al ser aplicadas de manera correcta, entre ellas: Hace posible la identificación de potenciales oportunidades ofrecidas por el ambiente externo que pueden beneficiar a la empresa. Plantea un panorama claro sobre los problemas que requieren de la acción administrativa. Posibilita que se desarrolle tanto en los recursos como en el control que pueda tener las grandes empresas. Se adelanta a los hechos, es decir ayuda a determinar acciones para no ser

afectados por las inclemencias futuras. Hace posible tomar las mejores decisiones para respaldar el cumplimiento de los objetivos. Posibilita una adecuada distribución equitativa de los recursos que posee la empresa. Permite conocer los diferentes escenarios posibles que pueden variar dentro de la industria en la cual opera el ente económico. Ayuda a obtener mejores resultados, sostenidos en una clara planificación sobre lo esperado y la distribución adecuada de recursos. Diferencias del plan estratégico entre el sector público y sector privado: Surdez & Aguilar (2011), define: En el ámbito empresarial se conceptualiza como el planeamiento de las actividades a realizar los objetivos en plan de las funciones del directorio para poder alcanzar estrategias estandarizadas y mientras que, en el ámbito público, está enmarcado en dar cumplimiento a los objetivos estatales del gobierno nacional. (p. 43).

A continuación, las diferencias y similitudes en los procedimientos del plan estratégico de acuerdo a su ámbito de aplicación. Según Pimentel (1999) afirma que es indispensable que la planificación estratégica se encuentre centrada en los procesos críticos que posee la empresa, de esto depende el éxito o fracaso de las actividades empresariales. (p.6). Según Pimentel (1999) los lineamientos estratégicos deben estar siempre adaptados a la realidad que vive la empresa. Para realizar una correcta planificación estratégica, es muy importante realizar una evaluación detallada y sincera tanto en lo interno y externo que rigen el comportamiento de la actividad empresarial dentro de la industria con el entorno económico social.

Importancia del plan estratégico: San Martín (2010), afirma que realizar este procedimiento es muy importante porque permite que la empresa pueda identificar sus debilidades y fortalezas internas para luego contrastarlas con los factores externos que le brinda el entorno comercial en su sector, tales como las oportunidades o las amenazas que pueden afectarle y, en función a ello realizar el diseño del mejor camino para salvaguardar el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Permite tener una orientación clara sobre cuáles son las aspiraciones de crecimiento futuro de la empresa, por lo tanto, los directivos tendrán la posibilidad de distribuir los recursos en función las actividades necesarias para alcanzar la planeación establecida. Permite que los planificadores determinen las actividades críticas a las que se puede enfrentar las empresas hoy en día tienen que desarrollar actividades esto partiendo de modelo

de negocio y establecer las mejores estrategias para poder sobrellevarlas y no permitir que afecte al cumplimiento de los objetivos.

Gamboa, Mena & Mora (2012), define que: Promueve el planeamiento de objetivos y las temáticas que se abordan en un ente económico. En el ámbito de la actividad organizacional, suelen suceder que tratan numerosos temas, lo cual genera que en ocasiones no se identifique sobre qué es lo prioritario y como direccionar de manera articulada el futuro. La planificación por sí misma no garantiza el éxito de una organización ya que la esencia está en adaptar la planeación a las características de las organizaciones. Estructura de un plan estratégico: Según Pimentel (1999) la estructura de un plan estratégico se compone de la siguiente manera:

Misión: consiste en la determinación de la esencia de la empresa, es decir cuáles son las actividades fundamentales que realiza, como lo realiza, sus aspectos éticos, cuales son las elaciones de valor son sus clientes y como entrega el servicio. Es importante que la determinación de la empresa esté bien definida ya que esta proyecta una imagen hacia el público sobre las intenciones de la empresa. Es por ello que debe poseer un amplio campo de aplicación y proyecciones estratégicas sobre las cuales se puedan diseñar un sin número de estrategias con la finalidad de generar valor para la empresa y los clientes. Visión: La empresa en el futuro de acuerdo al alcance de la planificación que bien puede ser a corto, mediano o largo plazo.

Pimentel (1999) sostiene que un elemento importante de la planificación estratégica son los valores corporativos, los cuales reflejan la filosofía de la empresa enmarcada en sus actividades cotidianas, en ello se detallan las diferentes orientaciones sobre las creencias y predominantes de la actividad comercial como pueden ser la responsabilidad, la puntualidad, entre otros, de acuerdo al modelo de negocio.

Como parte importante de la planificación, se encuentra la determinación de los objetivos estratégicos, los cuales representan las aspiraciones de la empresa en términos de crecimiento enmarcados en un tiempo específico. La determinación de objetivos, modelan en cierto modo la distribución de los recursos de la empresa y las estrategias que se emplearán para poder alcanzarlos y dar cumplimiento a lo planeado. En este sentido, las estrategias forman parte de las herramientas establecidas para poder

alcanzar los objetivos planteados mediante la definición de recursos y metas que contribuirán al logro principal, de una u otra manera indican la forma como se piensa dar cumplimiento a los objetivos estratégicos. En tanto, las políticas, son lineamientos que rigen la realización, determinando su nivel de alcance que muchas veces pueden ser utilizadas para la resolución de problemas relacionados con el desarrollo adverso de actividades que hayan sido establecidas para llevarse a cabo siguiendo las políticas internas. (Pimentel, 1999).

Para la segunda variable Gestión empresarial, tenemos como autor principal a Koontz & O'donnell (2004), quien sostiene que, son las actividades destinadas a dar cumplimiento pleno de la planificación estratégica de la empresa, entre ellas las políticas establecidas, llevar a cabo las actividades bajo la misión y objetivos determinados. Por lo tanto, una gestión regida por la eficacia, tiene como proceso principal la coordinación interna en cuanto a las actividades que se necesitan realizar para poder obtener resultados de calidad que den cumplimiento a las proyecciones estratégicas. Hernández (2011), sostiene que as actividades orientadas a la gestión, han evolucionado como respuesta a los avances tecnológicos sobre este campo, a medida que se han ido perfeccionando los procesos internos de la empresa buscando generar mayor satisfacción en el público. Según Gitman (1986) la gestión empresarial está comprendida por aquellas actividades, estrategias y lineamientos orientados a dar cumplimiento a las políticas de la empresa, por lo tanto, es indispensable aclarar que una política no es una determinación legal sino un documento que rige las actividades internas de un ente económico. Es decir, es un estrato del acuerdo interno sobre cómo se llevarán a cabo los diferentes procedimientos dentro de la entidad.

Para Koontz & O'donnell (2004) sostienen que la actividad de gestión debe contemplar en funciones que simplemente se entrelazan como es la planeación, organización, dirección y control de las actividades y procesos realizados dentro de la empresa. En tanto, La planeación, se encarga de llevar a cabo el análisis sobre las proyecciones estratégicas de la empresa y determina los objetivos a alcanzar a nivel de gestión, de modo que estos contribuyan al logro puede ser a largo plazo o curto pero tienen que llegar a los objetivos propuestos; sin embargo se realiza la delimitación de las actividades que se deben realizar asigna los recursos que considere

necesarios. (Koontz & O'donnell,2004). La organización en la gestión se encarga de la división del trabajo interno, es decir de delimitar aquellas actividades y determinar si estas requieren de recursos adicionales, así como también asigna los equipos de trabajo a las diferentes actividades. Por otro lado, la organización define la estructura relacional de la empresa, es decir divide las áreas para simplificar las relaciones de autoridad interna, en este sentido, las divide en áreas de línea o staff. Esto permite que los colaboradores tengan claro cuáles son los niveles organizacionales y a quienes deben realizar sus reportes.

Koontz & O'donnell (2004). La fase de dirección, esta actividad generalmente se deriva a las áreas gerenciales o a aquellas áreas que tienen contacto directo con la fuerza laboral, por lo tanto, en esta etapa se realiza la guía de la realización del trabajo, así como la comunicación de los diferentes requerimientos de calidad necesaria que haya establecido la planificación, en ella se realiza el acompañamiento a los encargados de desempeñar las actividades que conllevan a logro de resultados. Para Koontz & O'donnell (2004). El control es la última etapa que desarrolla la gestión en una empresa u organización, esta se enfoca esencialmente en la verificación que las actividades planeadas y dirigidas se lleven en el marco de lo establecido por la empresa, así, en el caso de encontrarse divergencias en los resultados, se apliquen las medidas correctivas necesarias a fin de obtener los resultados necesarios, además, realiza los reportes de lo encontrado a las autoridades pertinentes.

Evaluación de la gestión empresarial: Según Flores (2005) afirma que esta actividad consiste en la verificación del desempeño de las actividades orientadas a la gestión interna de una empresa u organización. Para poder llevar un control adecuado de la gestión, es necesario cumplir con ciertos estándares que rigen estos procedimientos, entre ellos: Haberse definido los objetivos de la empresa teniendo en cuenta los niveles jerárquicos, así como el plazo de cumplimiento (tiempo), además de las consideraciones externas que pueden afectar la actividad comercial. Es necesario que se establezca una clara estructura organizacional en la cual se delimiten correctamente las obligaciones y atribuciones de las diferentes áreas de la empresa a fin de no incurrir en conflictos que pueden afectar la productividad general a nivel empresarial u organizacional. Es necesario la existencia de un sistema establecido de control de

los resultados que se vayan obteniendo a medida que se llevan a cabo las actividades paleadas, con la finalidad de realizar un cotejo pertinente si estas se ajustan a las proyecciones de la empresa y brindar el soporte requerido si estos no se ajustan a lo establecido.

Según Flores (2005) los objetivos internos son elementos indispensables dentro de la gestión empresarial, ya que estas representan las proyecciones para el futuro de la empresa, estas a su vez ayudan a determinar las actividades que se deben realizar para brindar crecimiento a la empresa. Según Clery (2007) existen diferentes estándares que permiten realizar una evaluación a la gestión empresarial, entre ellos se encuentran los siguientes: Grado de cumplimiento de los objetivos, la existencia de políticas empresariales determinadas en función a la realidad comercial y al entorno de la empresa; Además, debe existir una capacidad de recursos para dar cumplimiento a las actividades asignadas; se debe llevar a cabo una justa repartición de los recursos para llevar a cabo los procesos que pueden ser de bienes o servicios; finalmente, se debe contar con un respaldo financiero óptimo que permita sostener las actividades desarrolladas que se incurren en gastos. Por otro lado, para poder evaluar la gestión, se puede aplicar diferentes enfoques: En foque hacia la creación de valor. Son las actividades orientadas en dotar de resultados representativos que ayuden a lograr los objetivos organizacionales. Debe existir una adecuada gestión de los canales de comunicación interna de la empresa. Capacidad para realizar toma de decisiones enmarcadas en la ética empresarial.

Según Clery (2007) existen diferentes instrumentos o herramientas que permiten realizar la evaluación del desempeño de la gestión, entre ellos se encuentran el título enunciativo, el manejo financiero interno, las auditorías, el tablero de control, análisis de los ratios financieros para conocer el aporte o rendimiento de las diferentes partidas de la estructura financiera, informes de análisis enmarcados en actividades de la empresa para propiciar crecimiento. Dimensiones de la Gestión empresarial: Para Koontz & O'donnell (2004) la posibilidad de realizar la medición a esta variable, reside en las siguientes dimensiones. **La planeación.** Se encarga de determinar los horizontes empresariales de manera prospectiva teniendo en cuenta la evolución interna en relación a la industria en la cual opera la empresa, asimismo, se encarga de

determinar los recursos y las actividades que se realizan siendo esto necesario en su realización en el logro de los objetivos. Además, ayuda a determinar cuáles serán las estrategias que se utilizarán en aras del cumplimiento de los lineamientos establecidos, es decir, define el mapa de la actividad empresarial.

**La organización.** Se encarga de determinar la estructura de la empresa y define los diferentes niveles jerárquicos que darán forma a la estructura interna. Es de suma importancia ya que hace posible la delimitación de funciones internas a fin de tener un control más amplio sobre la realización del despliegue de procesos orientados al desarrollo de actividades necesarias. Además, ayuda a los colaboradores para identificar en qué posición de la estructura se encuentran y, a quienes deben realizar sus reportes en caso de ser necesarios. En síntesis, este proceso permite determinar las fuerzas laborales internas que harán posible el desarrollo de las actividades requeridas para dar cumplimiento a los objetivos planificados. (Koontz & O'donnell, 2004). **La dirección.** Consiste en llevar a cabo las actividades de acompañamiento a los encargados de desarrollar los procesos internos necesarios, es decir, esta fase se encarga de transmitir de manera clara la planificación estratégica a fin de que se lleven a cabo las actividades planeadas para dar cumplimiento a los objetivos estratégicos que conllevarán al desarrollo de la empresa. (Koontz & O'donnell, 2004, p.94).

**El control.** Consiste en los procedimientos orientados a verificar el cumplimiento de los lineamientos establecidos en la planificación, tanto a nivel de procesos como de gestión, es por ello que se encarga de evaluar que se cumplan los estándares de calidad requeridos. Se encarga de cotejar que los resultados se encuentren dentro de los estándares requeridos. No se trata de una actividad fiscalizadora para sancionar directamente los incumplimientos, sino que está orientada a brindar el soporte necesario para aplicar las medidas correctivas de ser necesario para cumplir con lo establecido. (Koontz & O'donnell, 2004).

Teniendo como problema general ¿Cuál es la relación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019? Y como problemas específicos ¿Cuál es el nivel de estrategias de la casa de apuesta Tinbet



Moyobamba, 2019? ¿Cuál es nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019?

La Justificación del estudio fue conveniente porque busca solucionar la problemática encontrada con aportes y recomendaciones que se pueda brindar en función a los resultados encontrados, del punto de vista social, ayudará que la empresa tenga una contribución con el estado a través del pago de sus obligaciones tributarias, así mismo la presente investigación servirá como base para investigaciones posteriores, así mismo se justifica en aportes teóricos de autores que permitieron el desarrollo de la investigación, bases teóricas que ayudaron a evaluar la problemática a través de los instrumentos de medición. Implicancia práctica, además servirá a que la empresa pueda tener un diagnóstico de la situación que atraviesa para que pueda reformular estrategias que lo permiten crecer como tal, así mismo permitirá implantar nuevas estrategias que ayuden a su crecimiento, en ese sentido la investigación justifica en metodologías científicas existentes que orientan a la formulación del problema, a sus objetivos e hipótesis de esta manera se concluye a la respuesta de los objetivos.

Para ello se tuvo como objetivo general el establecer la relación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019 y como objetivos específicos el describir el nivel de estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019 y describir el nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019, donde se planteó la siguiente hipótesis general: Existe relación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019 y como hipótesis específicas: HE1: las estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, es adecuado. HE2: EL nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019, es alta.

## II. MÉTODO

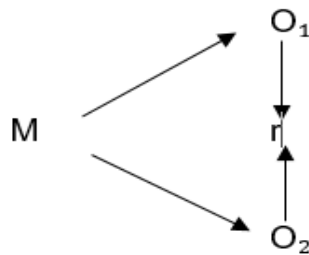
### 2.1. Tipo y diseño de investigación

#### Tipo de investigación

No experimental, estos estudios se realizaron sin la manipulación deliberada de variables y de corte transversal ya que se recopilaron datos en un momento único. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.187)

#### Diseño de investigación

Correlacional, ya que se presentó de manera objetiva y detallando los resultados de la variable que está siendo estudiada, asimismo se buscó relacionar las variables que son plan estratégico y gestión empresarial en un tiempo y espacio definido con el fin de lograr observarla y describirle, buscando analizar las características que se muestran en la realidad planteada. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.187)



Dónde:

M: Muestra

O<sub>1</sub> = Estrategias

O<sub>2</sub> = Gestión empresarial

*r* = Relación de las variables de estudio

### 2.2. Variables, Operacionalización.

#### Variable

Variable 1: Estrategias

Variable 2: Gestión empresarial

## Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Estrategias	Pimentel (1999) el planeamiento posee ventajas para las empresas ya que hace posible alcanzar la eficiencia mediante una adecuada gestión, de este modo se alcanza un beneficio bilateral que mejora la eficiencia de la empresa al mismo tiempo que mejore a los colaboradores. (p.6).	Sera evaluada a través de los instrumentos de recolección de datos de acuerdo a sus indicadores.	Misión	Declaración de propósitos Determinación de objetivos Formulación de estrategias	Ordinal
			Visión	Actividades futuras de la organización	
Gestión empresarial	La gestión empresarial son las actividades destinadas a dar cumplimiento pleno de la planificación estratégica de la empresa, entre ellas las políticas establecidas, llevar a cabo las actividades bajo la misión y objetivos determinados. (Koontz & O'donnell, p.86).	Sera evaluada a través de los instrumentos de recolección de datos de acuerdo a sus indicadores.	Valores corporativos	principios creencias Reglas de regulación. objetivos	Ordinal
			Objetivos estratégicos, estrategias y políticas	Estrategias Políticas Cursos de acción metas	
			Planeación	Políticas empresariales Métodos de logro	
			Organización	Relaciones de autoridad y jerarquía División de trabajo Trabajo en equipo	

---

Dirección	Ejecución de actividades
	Actos gerenciales
Control	Comparación y evaluación de resultados
	Medición de operaciones

---

### **2.3. Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

Conformado por todos los colaboradores de la empresa, que en este caso son 18, datos obtenidos según el registro de pagos del personal durante el año 2018.

#### **Muestra**

La muestra fue igual que la población, por ser finita, es decir comprendió los 18 colaboradores durante el año 2018.

#### **Muestreo**

El muestreo que se utilizó para la presente investigación fue el no probabilístico por conveniencia, ya que se trabajó con la población en su conjunto.

#### **Criterios de selección**

#### **Criterios de inclusión**

Se incluyó al personal administrativo que labora en la empresa.

#### **Criterio de exclusión**

Se excluyó al gerente titular ya que llegó a ser uno de los socios de la empresa.

### **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.**

La técnica fue la encuesta; siendo el instrumento el cuestionario; El cuestionario para la variable de plan estratégico fue adaptado de la teoría de Pimental (1991) y para el cuestionario de gestión empresarial fue adaptado de la teoría de Koontz & O'donnell, (2004) de acuerdo a sus dimensiones e indicadores.

El instrumento estuvo compuesto por 4 dimensiones para la variable plan estratégico y para la variable gestión empresarial conformada por 4 dimensiones. De los cuales la variable plan estratégico conforma 27 preguntas y cada dimensión por las siguientes para la misión conformada del 1 al 4, visión conformada del 5 al 8, valores corporativos del 9 al 11, los objetivos estratégicos, estrategias y políticas conformada del 12 al 27. Para la variable gestión empresarial conformada por 33 preguntas de los cuales se clasificó por dimensiones para planificación conformada del 1 al 4,

organización conformada del 7 al 18, dirección conformada del 19 al 25 y control conformada del 26 al 33.

Los cuestionarios de cada variable están compuestos por 5 ítems que se valoraron en la escala de Likert, para la primera variable va desde 1 “Muy malo” hasta 5 “Muy bueno”, y para la segunda variable va desde 1 “Muy malo” hasta 5 “Muy bueno”, instrumento que fue convertido de la escala original.

### **Validez**

El instrumento empleado en el estudio se validó y su aplicación fue mediante el juicio de expertos, en un número de tres.

Variable	N.º	Especialidad	Promedio de validez	Opinión del experto
Plan estratégico	1	metodólogo	44	Existe suficiencia
	2	contadora	45	Existe suficiencia
	3	docente	46	Existe suficiencia
Gestión empresarial	1	metodólogo	45	Existe suficiencia
	2	Contadora	45	Existe suficiencia
	3	docente	46	Existe suficiencia

Los instrumentos fueron validados mediante la evaluación de los profesionales en la materia fueron tres ellos fueron quienes evaluaron y verificaron de manera coherente y pertinente quienes dieron un valor a la validez. Teniendo el siguiente promedio de 4.516, representando el 90.33%, por lo que tiene la concordancia de los jueces dando a conocer la veracidad y la alta validez; reuniendo las condiciones metodológicas para ser aplicado.

### **Confiabilidad**

De acuerdo a la confiabilidad se menciona los instrumentos aplicados y se procedió al análisis del alfa de Cronbach, cuyo valor para que tenga la consistencia de aplicabilidad debió estar lo más cercano al 1. De tal manera, la confiabilidad se obtuvo procesando los datos obtenidos de la aplicación de una prueba piloto correspondiente

a cada variable, de tal manera, se garantizó la fiabilidad de los instrumentos de la presente investigación.

Como criterio general, se tuvo en cuenta los puntajes según resultados del coeficiente de alfa de Cronbach (George & Mallery, 2003).

- Coeficiente alfa  $>.9$  es excelente
- Coeficiente alfa  $>.8$  es bueno
- Coeficiente alfa  $>.7$  es aceptable
- Coeficiente alfa  $>.6$  es cuestionable
- Coeficiente alfa  $>.5$  es pobre
- Coeficiente alfa  $<.5$  es inaceptable (pág. 231).

La confiabilidad del instrumento de la variable plan estratégico y gestión empresarial se realizó a través del Alfa de Cronbach.

#### **a) Variable 1: Plan estratégico**

En cuanto a resultados arrojo el siguiente numero de 0,801 al ser superior a 0,75 estos resultaron significativos; por lo que, arrojaron una fuerte confiabilidad. De tal manera, que tuvo validez de contenido porque representa el concepto de todos los ítems de la variable a medir; así como validez de criterio.

#### **b) Variable 2: Gestión empresarial**

Seguidamente para la variable se menciona un resultado de 0,876 al ser superior a 0,75 estos resultaron significativos; por lo que, arrojaron una fuerte confiabilidad. De tal manera, que tuvo validez de contenido porque representa el concepto de todos los ítems de la variable a medir; así como validez de criterio.

### **Conclusiones**

Se realizó las validaciones correspondientes, mediante estos números que se presentó líneas arriba se puede dar su confiabilidad y posteriormente se aplicó, en cuanto a la base de datos presentados se procesó se obtuvo resultados lo cual permitió realizar interpretaciones del mismo y finalmente se estableció su correlación, de este modo se realizó las conclusiones, y recomendaciones del caso.

## 2.5. Procedimiento

Se mencionó el problema, se procedió a plantear los problemas de estudio, las justificaciones, las hipótesis y los objetivos, se recurrió a fuentes primarias y secundarias para la construcción del marco teórico donde se profundizó el conocimiento a través del estudio de las variables. Del mismo modo se dio a conocer la metodología de estudio, para luego pasar al capítulo de resultados donde se tabularon los datos obtenidos haciendo uso de la estadística descriptiva, con lo que se contrastó los resultados con los antecedentes y las teorías. Finalmente, se estableció las conclusiones y recomendaciones.

## 2.6. Métodos de análisis de datos

Para la recolección de datos se dio mediante los instrumentos dirigidos que se da en la muestra y luego fue validado por dichos instrumentos por los expertos, así mismo se expresó a través de tablas y figuras estadísticas y la contrastación de la hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación del Pearson, para este procedimiento se utilizó el SPSS V. 24. Este coeficiente toma valores entre -1 y 1, indicando si existe una dependencia directa (coeficiente positivo) o inversa (coeficiente negativo) siendo el 0 la independencia total, los cuales se pueden ver a continuación. Donde se representa de la siguiente forma:

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

## 2.7. Aspectos éticos

Se respetó la participación de los investigadores, se respetó las precisiones APA de la universidad.



### III. RESULTADOS

#### Objetivo específico 1. Nivel de estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019

Tabla 1

*Nivel de estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019*

Intervalos	Intervalo	F	Porcentaje
Muy malo	27 - 49	3	17%
Malo	49 - 70	2	11%
Regular	70 - 92	10	56%
Bueno	92 - 113	3	17%
Muy bueno	113 - 135	0	0%
	Total	18	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los colaboradores de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019

#### **Interpretación:**

Del total de personas encuestadas, el 17% manifestó que la estrategias que emplea la empresa lo consideran como muy malo, el 11% lo consideran como malo, el 55% como regular y solo el 17% como bueno, dichos resultados se justifican en que la gran mayoría del personal no conoce la misión, visión y documentos normativos de la empresa, considerando que las estrategias que se aplican y las actividades muchas veces no conllevan a al cumplimiento de los objetivos, la empresa no ofrece más servicios adicionales a los clientes, no teniendo indicadores de medición de sus resultados y cumplimiento de objetivos.

**Objetivo específico 2. Describir el nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019.**

Tabla 2.

*Nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019*

INTERVALOS	Intervalo	f	PORCENTAJE
Muy mala	33 – 59	1	6%
Mala	59 – 85	7	39%
Regular	85 – 112	7	39%
Buena	112 – 138	3	17%
Muy buena	138 – 165	0	0%
	Total	18	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los colaboradores de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019

**Interpretación:**

En cuanto a la gestión empresarial, el 5% manifestó que existe una mala gestión empresarial, el 39% lo considera como mala, el 39% como regular y solo el 17% lo considera como buena, debido a que la empresa no planifica de manera adecuada sus actividades, no tiene una estructura establecida, donde se evidencie las líneas de responsabilidad y autoridad, no se cuenta con un MOF y RIT para evitar la duplicidad de funciones, el personal no se encuentra distribuida de manera adecuada, no se delega correctamente algunas funciones gerenciales que hacen los colaboradores, la empresa no tiene la capacidad de innovación suficiente o no se esfuerza por ello, se improvisan la ejecución de actividades, sin embargo la empresa cuenta con un sistema adecuado de control de procesos de ventas y con un sistema adecuado de control de procesos de marketing.

**Objetivo general: Relación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019.**

**Hipótesis general**

Existe relación significativa entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019.

**Regla de decisión**

-Si el p valor es  $> 0,05$  se acepta la Hipótesis Nula (H0).

-Si el p valor  $< 0,05$  se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alternativa (H1)

Tabla 3.

*Análisis de correlación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019*

Estrategias	Gestión empresarial		
	Coefficiente de Pearson	p-valor	N
	,931**	.000	18

*Fuente:* Base de datos del SPSS. V.24

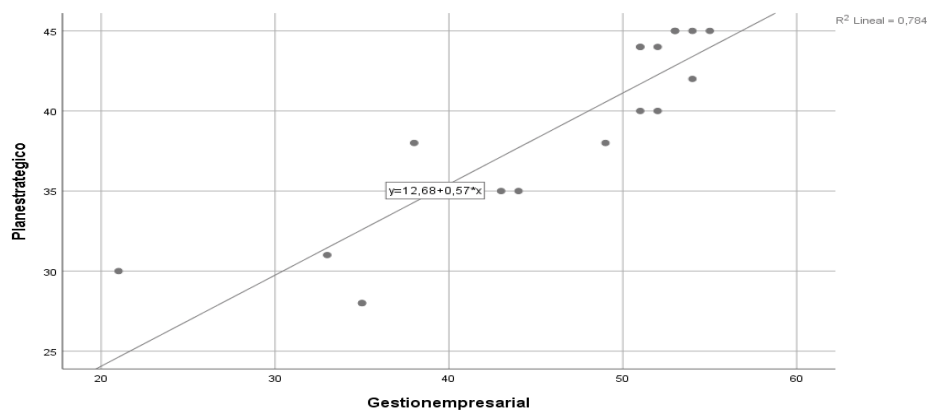


Figura 1. Dispersión de puntos entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019

*Fuente:* Base de datos del SPSS. V.25

**Interpretación:**

En la Tabla 3, se observa la relación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019. Mediante el análisis estadístico Rho de Pearson se obtuvo el coeficiente de 0,931 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.05$ ), por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, las estrategias se relaciona con un (nivel muy alto) con la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019.

#### IV. DISCUSIÓN

En el presente acápite se desarrolla la discusión de los hallazgos del estudio, destacando la existencia de una relación positiva muy alta entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, de acuerdo al coeficiente de 0,931 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.05$ ), el mismo que permite inferir que el 93.1% de las estrategias se relaciona con la gestión empresarial, en dicha empresa. En base a lo mencionado, cabe precisar lo importante que es contar con un plan estratégico que permita a la empresa plasmar sus estrategias a mediano y largo plazo, con actividades y acciones que permitan dar cumplimiento a las metas y objetivos propuestos, que permita establecer una visión y misión clara que permita planificar y determinar objetivos pensando en el futuro, visualizando nuevas oportunidades y amenazas.

Al contrastar con los resultados del estudio realizado por Wong (2019) donde menciona que después de haber obtenido un valor de Alfa de Cronbach igual a 0.953, se afirma que existe desconocimiento por parte de los colaboradores sobre los lineamientos estratégicos de empresa, además la gestión empresarial no está muy aclarada en los mismos; por lo tanto, con el valor obtenido se entiende que existe una excelente relación en las variables. Al mismo tiempo Romero (2016) hace mención que luego de haber llevado a cabo el procesamiento estadístico de los datos recabados durante la investigación, se procedió a calcular el valor de Spearman, el cual arrojó datos que ayudan a firmar la existencia de una correlación positiva entre las variables acogidas para el estudio, así mismo, Ruiz (2016), en su investigación citada coincide con dichos resultados al manifestar que después de haber abordado el análisis estadístico correspondiente a determinar la relación existente, se determinó que la gestión empresarial se relaciona con la eficacia de las empresas estudiadas, en el sentido que a mayores niveles de planificación, mejor se tendrá una idea clara sobre las actividades a realizar y tener un detalle sobre los objetivos planteados. Esta determinación se encuentra apoyada por una valoración obtenida igual a 0.814 lo cual da cuenta de una “correlación positiva”.

El estudio también muestra las estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, con un nivel muy malo en un 17%, seguido del nivel malo con un 11%, un nivel regular con un 56% y con un nivel bueno un 17%, De acuerdo a los resultados se muestra una clara predominancia del nivel regular, mostrando una gran brecha en la gestión empresarial

de la casa de apuestas, estos resultados se justifican en que la gran mayoría del personal no conoce la misión, visión y documentos normativos de la empresa, considerando que las estrategias que se aplican y el desarrollo de actividades muchas veces no conllevan a al cumplimiento de los objetivos, la empresa no ofrece más servicios adicionales a los clientes, no teniendo indicadores de medición de sus resultados y cumplimiento de objetivos.

Al contrastar con los resultados del estudio realizado por Durán, Calles & Leyva (2015) donde menciona que las PyME's difícilmente llevan a cabo actividades de planeación estratégica por desconocimiento a los beneficios que provee realizar esta actividad importante para el crecimiento económico direccionado de una empresa, además no se visualiza la importancia de llevar un control en las actividades del proceso productivo con la finalidad de agregar valor en los procesos mediante la verificación de los avances en función al logro de objetivos planteados. Además, se identificó que, de la muestra encuestada, el 43% difícilmente ha llevado a cabo las actividades de planeación estratégica dentro de las empresas, sin embargo existe un porcentaje que alcanza un total del 62% que si lleva a cabo esta actividad pero no se rige bajo lineamientos formales, es decir se lleva a cabo de forma verbal, más no se plasma en un documento que puede ser visto por todos los miembros representativos de la empresa; es por ello que se observan dificultades para poder cumplir con los objetivos pensados, asimismo, no se pueden proyectar los rendimientos de las actividades económicas, así mismo Vargas (2014), en su investigación citada coincide con dichos resultados al manifestar que el ente económico, está atravesando su etapa inicial de crecimiento por lo que se observan problemas como demoras en la atención a los clientes, no se cumplen los tiempos permitidos, además la variedad de productos que se ofrecen es muy limitada. Además, se identificó que las actividades de la empresa están enmarcadas bajo los lineamientos de la estrategia de enfoque genérico, con lo cual se busca lograr la fidelización de los actuales clientes al mismo tiempo que se capta a los potenciales, sin descuidar de brindar un producto y servicio que logre satisfacer las necesidades del público, Rodríguez, (2014), en su investigación citada coincide con dichos resultados al manifestar que el plan de negocio es una herramienta que hace posible el diseño de las actividades de una empresa con la finalidad de obtener una guía sistematizada sobre la forma como se realizará las actividades con la finalidad de prever las posibles contingencias y evaluar si el negocio es viable o no.

El estudio también muestra la gestión empresarial, de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, con un nivel muy malo el 6%, seguido del nivel malo con un 39%, un nivel regular con un 39% y con un nivel bueno un 17%. De acuerdo a los resultados se muestra una clara predominancia del nivel regular y malo, mostrando una gran brecha en el plan estratégico de la casa de apuestas, debido a que la empresa no planifica de manera adecuada sus actividades, no tiene una estructura establecida, donde se evidencie las líneas de responsabilidad y autoridad, no se cuenta con un MOF y RIT para evitar la duplicidad de funciones, el personal no se encuentra distribuida de manera adecuada, no se delega correctamente algunas funciones gerenciales que hacen los colaboradores, la empresa no tiene la capacidad de innovación suficiente o no se esfuerza por ello, se improvisan la ejecución de actividades, sin embargo la empresa cuenta con un sistema adecuado de control de procesos de ventas y con un sistema adecuado de control de procesos de marketing.

Al contrastar con los resultados del estudio realizado por González (2017), donde menciona que se encontraron buenos niveles de presencia en cuanto a los factores gestión en relación con la competitividad del personal encargado de desempeñar sus funciones dentro de la empresa. Además, mediante los procesos estadísticos aplicados, se pudo determinar la correlación existente entre variables y dimensiones donde se centra el problema encontrado, en este sentido, se determinó que la competitividad ejerce una alta influencia sobre la gestión estratégica relacionadas a las políticas institucionales, planeación y monitorear respectivo a las actividades que se llevan a cabo, esta afirmación de lleva a cabo luego de haber obtenido un valor de correlación igual a ( $r=0,824$ ) lo cual afirma un de grado moderado alto, además se obtuvo una significativa igual a ( $p=0,000$ ), así mismo Amorós & Dávila (2017), en su investigación citada coincide con dichos resultados al manifestar que se encontró evidencia suficiente para poder afirmar que la gestión de la empresa posee una asociación con la competitividad presentada por la clínicas privadas, esto indica que al tener un grado de correlación significativa, si se realiza una modificación ya sea positiva o negativa en la gestión, estos resultados se verán replicados en la competitividad, esta afirmación se da luego de obtener un resultado de significancia igual a 0,01 (bilateral) y un resultado de ( $r = 0,645$ ), con lo cual se evidencia lo planteado anteriormente en cuanto al grado de relación.

## V. CONCLUSIONES

- 5.1.** Existe relación positiva muy alta entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, de acuerdo al coeficiente de 0,931 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.05$ ).
- 5.2.** El nivel de estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, con un nivel muy malo de un 17%, seguido del nivel malo con un 11%, un nivel regular con un 56% y con un nivel bueno un 17%, con una absoluta predominancia del nivel regular.
- 5.3.** El nivel de gestión empresarial, de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, es muy malo con un 6%, seguido del nivel malo con un 39%, un nivel regular con un 39% y con un nivel bueno un 17%, con una predominancia del nivel malo y regular.



## **VI. RECOMENDACIONES**

- 6.1.** El gerente de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, debe aplicar estrategias que le permitan mejorar el nivel de su gestión, con planes operativos que conlleven al cumplimiento de las estrategias existente en la empresa, así mismo la empresa debe mejorar sus servicios brindando mayor comodidad al cliente a la hora de realizar sus jugadas.
  
- 6.2.** El gerente debe reformular sus estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, debido a que no tiene planes de expansión y crecimiento en el mercado actual, no innova en cuanto a sus servicios, así mismo realizar actividades publicitarias para que incremente su nivel de concurrencia.
  
- 6.3.** El gerente de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, debe evaluar la actual gestión que viene desarrollando, así mismo reformular actividades que no conllevan al cumplimiento de los objetivos, ampliar la diversidad de servicios que ofrece la empresa.

## REFERENCIAS

- Amorós, J., & Dávila, K. (2017). *La gestión empresarial y la competitividad de las clínicas en la ciudad de Cajamarca*. Cajamarca.
- Castellanos, L. (2015). *Estrategia y planificación*. Venezuela: Ediciones LC Venezuela.
- centroapuesta. (18 de Setiembre de 2019). <https://www.centroapuesta.com/la/>. Obtenido de <https://www.centroapuesta.com/la/>: <https://www.centroapuesta.com/la/estrategias/temas-sobre-casas-de-apuestas/estadisticamente-cuales-paises-juegan-mas/>
- Chihuan, L. F. (2018). Proyecto de ley que regula los juegos de puestas por internet. *Ley que regula los juegos de puestas por internet*. Lima, Lima, Perú: Congreso de la República.
- Clery, C. (2007). *El Libro de las MYPES*. Argentina: Ediciones granicas.
- Coljuegos. (2019). [www.coljuegos.gov.co](http://www.coljuegos.gov.co). Obtenido de [www.coljuegos.gov.co](http://www.coljuegos.gov.co): [https://www.coljuegos.gov.co/publicaciones/coljuegos\\_nuevavisioan\\_pub#targetText=Coljuegos%20es%20la%20Empresa%20Industrial,de%20Hacienda%20y%20Cr%C3%A9dito%20P%C3%BAblico](https://www.coljuegos.gov.co/publicaciones/coljuegos_nuevavisioan_pub#targetText=Coljuegos%20es%20la%20Empresa%20Industrial,de%20Hacienda%20y%20Cr%C3%A9dito%20P%C3%BAblico).
- Durán, M., Calles, F., & Leyva, A. (2015). La planeación estratégica como herramienta de toma de decisiones en la gestión empresarial de las PyME's. *Academia sin frontera*, 22.
- Flores, J. (2005). *MYPES Administración y gestión*. Peru: Centro de especialización en Contabilidad y Finanzas.
- Gamboa, R., Mena, P., & Mora, J. (2012). *La importancia de los planes estratégicos participativos en la federaciones de Municipalidades: Caso Federación Metropolitana de Municipalidad (FEMETROM)*. Costa Rica: ABRA Revista Internacional de CIneicas Sociales.
- Gestión. (2018). <https://Gestión.pe>. Obtenido de <https://Gestión.pe/economia/>: <https://Gestión.pe/economia/casas-apuestas-deportivas-pagarian-nuevo-impuesto-afectara-premios-244854-noticia/>
- Gitman, J. (1986). *Fundamentos de Administración*. Mexico: Harper & Row Latinoamericana.
- González z, A. (2017). *Gestión estratégica empresarial y competitividad de personal del colegio Data System's Ingenieros*. Lima.
- Hernández, H. G. (2011). *La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional y de relaciones humanas*.

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, C. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw hill.
- jugarbet. (2019). <https://jugarbet.com>. Obtenido de <https://jugarbet.com>: <https://jugarbet.com/colombia/>
- Koontz, & O'donnell. (2004). *Administración Moderna: Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas*. Mexico: Litográfica Ingramex S.A.
- Pimentel, L. (1999). *Introducción al concepto de planificación estratégica*. Mexico.
- Rodríguez, A. (2014). *Plan de negocios para el desarrollo y comercialización de un aplicativo móvil para el sector de las apuestas permanentes en Colombia*. Colombia.
- Romero, O. M. (2016). *La gestión estratégica y su influencia institucional en los planes estratégicos de las universidades públicas del Ecuador. Caso: Universidad Técnica de Machala*. Lima.
- Ruiz, H. K. (2016). *Planificación estratégica y eficacia en empresas operadoras turísticas del distrito de Tarapoto, 2016*. Tarapoto.
- San Martín, C. (2010). *Planeamiento estratégico de la biblioteca de la facultad de farmacia y bioquímica de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Lima.
- Surdez, E. G., & Aguilar, N. (2011). *Gestión estratégica en el sector público y en el sector privado diferencias y similitudes*. Administración.
- Vargas H. E. (2014). *Propuesta de un plan estratégico para optimizar la competitividad del Depósito Dental Noemí Caicedo*. Ecuador.
- Wong, L. S. (2019). *Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto*. Tarapoto.

# **Anexos**

## Matriz de consistencia

**Título:** “Relación del plan estratégico en la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019”

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos												
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuál es relación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuál es el nivel de estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019? ¿Cuál es nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Establecer la relación entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Conocer el nivel de estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, es adecuado Conocer el nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019, es alta.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Hi: Existe relación significativa entre las estrategias y la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> HE1: Las estrategias de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019, es adecuado HE2: EL nivel de gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet Moyobamba, 2019, es alta.</p>	<p>Técnica Encuesta.</p> <p>Instrumentos</p> <p>Nombres:</p> <p>Autor:</p> <p>Cuestionario</p>												
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones													
No experimental	<p><b>Población</b> La población estará conformada por 18 colaboradores.</p> <p><b>Muestra</b> La muestra será igual que la población.</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">Variables</th> <th style="width: 70%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Estrategias</td> <td style="text-align: center;">Misión</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Visión</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Valores corporativos</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Objetivos estratégicos, estrategias y políticas</td> </tr> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Gestión empresarial</td> <td style="text-align: center;">Planeación</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Organización</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Dirección</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Control</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Estrategias	Misión	Visión	Valores corporativos	Objetivos estratégicos, estrategias y políticas	Gestión empresarial	Planeación	Organización	Dirección	Control	
Variables	Dimensiones														
Estrategias	Misión														
	Visión														
	Valores corporativos														
	Objetivos estratégicos, estrategias y políticas														
Gestión empresarial	Planeación														
	Organización														
	Dirección														
	Control														

## Instrumentos de recolección de datos

### CUESTIONARIO: Estrategias

**Instrucción.** Dejo en sus manos este instrumento para ser respondido con toda la objetividad posible, será la manera que aporte para el desarrollo de la investigación.

Marca una sola alternativa en la escala de valoración

- (1) Totalmente en desacuerdo.
- (2) En desacuerdo
- (3) Indiferente
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

ESTRATEGIAS						
N°	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
<b>Misión</b>						
01	Conoce la misión de la empresa					
02	La empresa brinda las pautas de cómo ejecutar su misión.					
03	La misión de la empresa es clara.					
04	Conoce Ud. los resultados del diagnóstico situacional de su empresa					
<b>Visión</b>						
05	¿Conoce Ud. la visión de la empresa?					
06	La empresa promueve el conocimiento de la visión.					
07	Las estrategias siempre están acorde a la visión planteada.					
08	Hay compromiso de los trabajadores con la visión de la empresa.					
<b>Valores corporativos</b>						
09	Conoce Ud. cuáles son valores que promueve la empresa					
10	Los valores que tiene la empresa son los más adecuados para el mercado de tecnologías de la información.					
11	Los valores de la empresa generan confianza.					
<b>Objetivos estratégicos, estrategias y políticas</b>						

12	Las actividades que realizan el personal conllevan a los objetivos.					
13	Los objetivos de la empresa son alcanzables.					
14	Los objetivos de la empresa forman parte del compromiso del colaborador					
15	La empresa tiene productos acorde a la segmentación de sus clientes.					
16	Hay adecuado conocimiento sobre las estrategias de segmentación de mercado que emplea la empresa					
17	La empresa ofrece servicios adicionales según el tipo de clientes.					
18	Los procesos de fidelización de la empresa están bien formulados.					
19	Los clientes están satisfechos con los servicios que ofrecen.					
20	Las alianzas estratégicas con sus proveedores hacen que sean unos de los líderes en el mercado local.					
21	La empresa ofrece servicios adicionales según el tipo de clientes.					
22	Los clientes están satisfechos con los servicios que ofrecen.					
23	Ud. conoce los indicadores estratégicos que deben ser evaluados para la medición de las metas dentro de la empresa					
24	¿Conoce Ud. los planes que están previstos en la empresa?					
25	¿Conoce Ud. qué planes a corto, mediano y largo plazo tiene su empresa?					
26	¿Conoce Ud. qué indicadores deben ser evaluados para el cumplimiento de las metas de la empresa?					
27	¿Cree Ud. que el plan vigente en la Empresa es óptimo?					

## CUESTIONARIO: Gestión empresarial

**Instrucción.** Dejo en sus manos este instrumento para ser respondido con toda la objetividad posible, será la manera que aporte para el desarrollo de la investigación.

Marca una sola alternativa en la escala de valoración

- (1) Totalmente en desacuerdo.
- (2) En desacuerdo
- (3) Indiferente
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

<b>GESTIÓN EMPRESARIAL</b>						
N°	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
<b>Planificación</b>						
01	La visión de la empresa está correctamente planteada.					
02	La misión está claramente planteada para los fines que busca la empresa					
03	Se siente identificado con los valores corporativos de la empresa					
04	La empresa alcanza sus metas propuestas.					
<b>Organización</b>						
07	La organización de la empresa se estructurada adecuadamente.					
09	Los procesos de la empresa están bien elaborados.					
10	Las funciones, puestos y jerarquía de la organización de la empresa están bien elaborados.					
11	Las funciones contempladas en el Manual de Operación y Funciones (MOF) están correctamente planteadas.					
12	La estructura jerárquica es óptima.					
13	El organigrama está correctamente elaborado.					
14	El reglamento de Operación y Funciones (ROF) está diseñado adecuadamente.					
15	El personal está correctamente distribuido de acuerdo a sus competencias.					



16	Los recursos humanos son competentes para las tareas encomendadas.					
17	Todas las actividades están contempladas en los procedimientos de la empresa.					
18	Se delegan correctamente las funciones en la empresa					
<b>Dirección</b>						
19	Reconoce Ud. la efectividad del marketing de la empresa.					
20	Es importante saber si la empresa tiene la capacidad de innovación suficiente o se esfuerza por ello.					
21	Se considera satisfecho con las gestiones de recursos humanos que mantienen en la empresa.					
22	En cuanto a distribución del tiempo en la empresa considera que se está realizando un trabajo con valor añadido.					
23	El personal de la empresa desarrolla o ejecuta los procesos formalizados					
24	El gerente planifica la ejecución de actividades.					
25	En ocasiones se improvisan la ejecución de actividades ajenas a lo planificado.					
<b>Control</b>						
26	Es importante para Ud. saber que los directivos de la empresa realizan una autoevaluación.					
27	La empresa cuenta con un sistema adecuado de control de procesos de ventas.					
28	La empresa cuenta con un sistema adecuado de control de proyectos de Tecnologías de la información.					
29	La empresa cuenta con un sistema adecuado de control de procesos de adquisiciones de servicios de tecnologías de la información. (Control de proveedores).					
30	La empresa cuenta con un sistema adecuado de control de procesos de marketing.					
31	La empresa cuenta con un sistema adecuado de control de inventarios.					
32	La empresa cuenta con un sistema adecuado de control financiero.					
33	La empresa cuenta con un sistema adecuado de control de evaluación de desempeño de personal.					

## Validación de instrumentos



### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

#### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Sánchez Dávila Keller  
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo  
 Especialidad : Magister en Gestión y Políticas Públicas  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Plan estratégico  
 Autor del instrumento : Br. Paul Christian Gárate Paima

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1)    DEFICIENTE (2)    ACEPTABLE (3)    BUENA (4)    EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				✓	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Plan Estratégico</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				✓	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Plan Estratégico</b>					✓
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Plan Estratégico</b> , de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				✓	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Plan Estratégico</b> .				✓	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				✓	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				✓	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						44

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente y apto para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

44

Tarapoto, 27 de octubre de 2019.

Mg. Keller Sánchez Dávila  
DOCENTE POS GRADO

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Ruiz Trigo, Elmer.  
 Institución donde labora : Universidad Alas Peruanas  
 Especialidad : Magister en Administración y Dirección de Empresas  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Plan estratégico  
 Autor del instrumento : Br. Paul Christian Gárate Paima

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					✓
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Plan Estratégico</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					✓
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Plan Estratégico</b>					✓
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Plan Estratégico</b> , de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Plan Estratégico</b> .					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>46</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

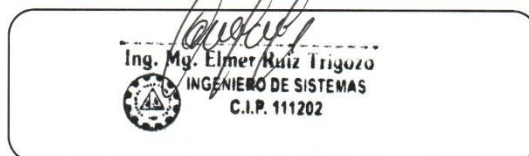
III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento apto para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

46

Tarapoto, 05 de Noviembre de 2019.





**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Panduro Pinedo, Wendy Cristie.  
 Institución donde labora : Coopac San Martín de Porres  
 Especialidad : Magister en Administración de Negocios  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Plan estratégico  
 Autor del instrumento : Br. Paul Christian Gárate Paima

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				✓	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Plan Estratégico</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				✓	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Plan Estratégico</b>					✓
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Plan Estratégico</b> , de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				✓	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Plan Estratégico</b> .					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				✓	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				✓	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					45	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

*Instrumento apto para su aplicación*

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45

Tarapoto, 05 de Noviembre de 2019.



Paul Christian Gárate Paima  
Mg. Gárate Paima Paul Christian  
Rutubo 2-10-1997

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Ruiz Trigoso, Elmer.  
 Institución donde labora : Universidad Alas Peruanas  
 Especialidad : Magister en Administración y Dirección de Empresas  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Gestión empresarial  
 Autor del instrumento : Br. Paul Christian Gárate Paima

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					✓
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Gestión Empresarial</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					✓
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión Empresarial</b> .				✓	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Gestión Empresarial</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					✓
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión Empresarial</b> .					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>46</b>


(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

Instrumento apto para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 46

Tarapoto, 05 de Noviembre de 2019.

  
 Ing. Mg. Elmer Ruiz Trigoso  
 INGENIERO DE SISTEMAS  
 C.I.P. 111202

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

- II. Apellidos y nombres del experto : Sánchez Dávila Keller  
 III. Institución donde labora : Universidad César Vallejo  
 IV. Especialidad : Magister en Gestión y Políticas Públicas  
 V. Instrumento de evaluación : Cuestionario Gestión Empresarial  
 VI. Autor del instrumento : Br. Paul Christian Gárate Paima

VII. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				✓	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Gestión Empresarial</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				✓	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión Empresarial</b> .					✓
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Gestión Empresarial</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				✓	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				✓	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión Empresarial</b> .					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					✓
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>45</b>


(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

VIII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento coherente y apto para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45

Tarapoto, 27 de OCTUBRE de 2019.

  
-----  
Mg. Keller Sánchez Dávila  
DOCENTE POS GRADO



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Panduro Pinedo, Wendy Cristie.  
 Institución donde labora : Coopac San Martín de Porres  
 Especialidad : Magister en Administración de Negocios  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Gestión empresarial  
 Autor del instrumento : Br. Paul Christian Gárate Paima

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				✓	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Gestión Empresarial</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				✓	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión Empresarial</b> .					✓
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: <b>Gestión Empresarial</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					✓
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					✓
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				✓	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					✓
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión Empresarial</b> .					✓
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				✓	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					✓
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						<b>45</b>

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

*Instrumento apto para su aplicación*

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45

Tarapoto, 05 de Noviembre de 2019.

  
 Br. Paul Christian Gárate Paima  
 Instrumento N° 10-1001

## Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



**Oficio N° 001 – 2019 – TM.**

**Señor.-**

Paul Christian Gárate Paima

REF.- Solicitud de autorización para trabajo de investigación, de fecha 19 de Julio 2019

La empresa Tinbet Moyobamba SAC. Con RUC 20604660069, con domicilio fiscal en el JR. Reyes Guerra 495 – Moyobamba, autoriza:

Que el estudiante del programa de estudios Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Cesar Vallejo; señor Paul Christian Gárate Paima identificado con DNI 46757858, realice el trabajo de investigación denominado "*Relación del plan estratégico con la gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba 2019*". La empresa por su parte brindará las facilidades que crea conveniente con respecto a información solicitada durante la mencionada investigación.

Moyobamba, 12 de Agosto de 2019.

TINBET MOYOBAMBA S.A.C.  
RUC 20604660069  
ANGEL RENATO REATEGUI FLORES  
SUB GERENTE

RUC 20604660069

JR. Reyes Guerra 495 – Moyobamba

Teléf. 042-351329

942443515



## Base de datos

### Variable I

	D	L	U	C	r	u	n	i	j	A	L	m	n	U	r	M	K	s	i	U	T	V	A	I	L	KS	KS	PL	PL	PL	
1	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	total			
2	4	4	5	5	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	5	4	4	5	5	4	4	4	1	2	3	2	4	91			
3	5	5	5	4	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	4	3	3	2	3	2	101			
4	4	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	4	4	5	4	4	1	3	4	3	4	71			
5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	1	4	1	46		
6	2	3	3	2	5	3	4	3	3	4	4	3	3	3	5	4	3	4	5	3	1	1	4	3	2	3	4	87			
7	3	3	4	4	5	1	2	2	1	2	2	2	2	3	3	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	89			
8	1	1	1	2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	1	5	4	5	4	90			
9	1	2	2	2	4	3	2	3	3	2	2	3	1	1	1	5	5	5	3	3	2	3	1	2	3	3	5	72			
10	1	1	2	2	2	2	4	2	4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	4	5	4	4	56			
11	1	3	2	4	4	1	3	1	1	3	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	45			
12	4	3	2	4	4	1	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	5	52			
13	3	2	3	2	5	3	2	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	2	4	3	4	92			
14	4	4	5	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	5	4	4	2	1	2	2	3	2	2	5	81			
15	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	39			
16	4	4	3	4	3	2	2	1	2	2	2	1	5	4	5	4	3	4	5	2	3	2	1	1	1	2	4	76			
17	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	1	2	1	2	4	77			
18	2	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	93			
19	4	3	2	4	4	1	3	1	1	3	3	1	2	3	2	5	5	5	3	5	4	4	1	2	1	1	5	78			
20																															
21																															

### Variable II

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ		
1	LIENTE	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	p28	p29	p30	p31	p32	3	TOTAL			
2	1	3	3	2	3	3	2	5	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	80		
3	2	4	5	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	1	1	1	5	1	1	75		
4	3	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	5	3	2	3	4	4	4	2	3	3	2	4	5	5	4	4	3	3	5	4	3	3	95			
5	4	2	5	1	2	2	1	4	2	2	2	1	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	107			
6	5	3	5	3	4	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	4	5	4	5	4	4	4	79		
7	6	2	5	1	2	2	3	1	1	2	2	1	2	1	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	51			
8	7	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	1	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124			
9	8	3	4	3	2	1	1	5	2	2	3	3	3	4	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	5	1	66			
10	9	5	5	4	4	1	2	4	4	4	5	4	4	2	4	4	3	2	2	4	4	1	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	120			
11	10	5	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	1	4	3	2	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	82			
12	11	4	3	4	4	1	2	5	4	4	4	4	2	2	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	72				
13	12	4	5	3	2	4	4	4	2	2	4	3	3	4	5	4	2	1	2	5	4	5	5	5	5	5	3	3	2	2	3	3	4	3	115			
14	13	2	4	2	3	3	2	4	3	3	2	2	2	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	1	1	1	1	106			
15	14	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	3	1	1	4	4	4	4	4	5	4	5	3	1	2	1	2	2	2	110			
16	15	1	3	2	2	3	3	2	2	2	1	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	1	1	4	4	3	3	101		
17	16	1	2	2	2	3	4	3	2	2	1	2	5	5	5	5	3	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	72			
18	17	3	2	4	4	1	1	1	4	4	3	4	5	5	5	5	3	2	3	1	4	3	3	4	5	4	4	2	2	1	4	4	4	1	105			
19	18	1	4	1	3	2	2	1	3	3	1	1	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	105			
20																																						
21																																						