



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

Incidencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad  
económica en centros comerciales frente al coronavirus –  
Chimbote 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Economista**

**AUTORA:**

Ramirez Diaz, Lucero de Jesus ([orcid.org/0000-0002-9014-6024](https://orcid.org/0000-0002-9014-6024))

**ASESOR :**

Mg. Pizarro Rodas Wilder ([orcid.org/0000-0002-6713-3401](https://orcid.org/0000-0002-6713-3401))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

**LINEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2022

## DEDICATORIA

Dedicado a estudiantes de economía como yo para fomentar la investigación científica, y abundar a mucha más profundidad temas económicos como unidad de estudio.

## AGRADECIMIENTOS

A mi abuela Perpetua Fernández por el apoyo económico para lograr el culmino de mis estudios universitarios, a mi familia en general por el apoyo moral y emocional para la realización del presente trabajo de investigación y a mis asesores que me ayudaron ante cualquier inquietud que tuve relacionado a la investigación.

## Índice de contenidos

|  |           |
|--|-----------|
| Dedicatoria .....  | ii        |
| Agradecimientos .....                                      | iii       |
| Índice de contenidos .....                                 | iv        |
| Índice de tablas.....                                      | v         |
| Índice de gráficos y figuras .....                         | vii       |
| RESUMEN.....   | vii       |
| ABSTRACT .....   | viii      |
| I. INTRODUCCIÓN .....                                      | 1         |
| II. MARCO TEÓRICO .....                                    | 5         |
| III. METODOLOGÍA: .....                                    | <b>10</b> |
| 3.1. Tipo y diseño de Investigación .....                  | 10        |
| 3.2. Variables y operacionalización .....                  | 10        |
| 3.3. Población, muestra y muestreo .....                   | 10        |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos ..... | 11        |
| 3.5. Procedimientos .....                                  | 12        |
| 3.6. Método de análisis de datos .....                     | 12        |
| 3.7. Aspectos éticos .....                                 | 14        |
| IV. RESULTADOS .....                                       | 15        |
| V. DISCUSIÓN .....   | 25        |
| VI. CONCLUSIONES .....                                     | 32        |
| VII. RECOMENDACIONES .....                                 | 33        |
| REFERENCIAS .....  | 34        |
| ANEXOS   |           |

## Índice de tablas

|               |    |
|---------------|----|
| Tabla 1.....  | 17 |
| Tabla 2 ..... | 19 |
| Tabla 3.....  | 21 |
| Tabla 4.....  | 23 |

## Índice de gráficos y figuras

|                |   |
|----------------|---|
| Figura 1 ..... | 5 |
| Figura 2.....  | 8 |

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la incidencia de las estrategias organizacionales sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. La investigación tiene un enfoque cuantitativo, aplicada, de diseño descriptivo causal.

La información obtenida se obtuvo de fuentes primarias, mediante la aplicación de una encuesta por elaboración propia, teniendo como muestra a 304 propietarios de los locales dentro de los centros comerciales seleccionados.

Previamente desarrollado el modelo requerido para la investigación, se obtuvieron los resultados que nos permiten dar respuesta a todos nuestros objetivos; se determina la incidencia entre ambas variables a manera general, especificando la influencia de la formalización organizacional, la especialización organizacional y el profesionalismo organizacional sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales, tanto en los costos, la liquidez y los ingresos percibidos por estos.

Palabras clave: Estrategias, desarrollo organizacional, sostenibilidad económica.

## ABSTRACT

The objective of this research work is to determine the incidence of organizational strategies on economic sustainability in shopping centers against coronavirus - Chimbote 2022. The research has a quantitative, applied approach, with a causal descriptive design.

The information obtained was obtained from primary sources, through the application of a self-made survey, taking as a sample 304 owners of the premises within the selected shopping centers.

Having previously developed the model required for the investigation, the results were obtained that allow us to respond to all our objectives; The incidence between both variables is determined in a general way, specifying the influence of organizational formalization, organizational specialization and organizational professionalism on the economic sustainability of shopping centers, both in costs, liquidity and income received by them.

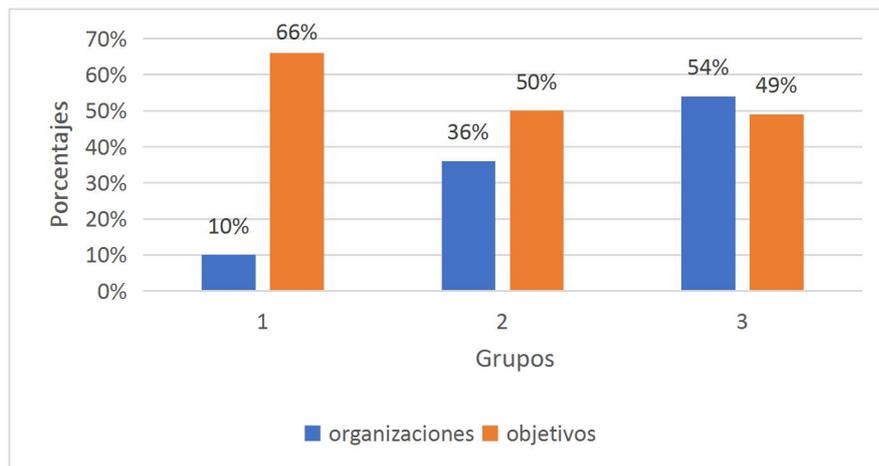
Keywords: Strategies, Organizational Development, economic sustainability

## I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la situación actual dentro de la ciudad de Chimbote, donde la reinserción económica apenas y empieza, se toma como principales casos a los centros comerciales, ya que son los espacios más importantes para el confort y abastecimiento de las familias, por ello es importante que se mantengan estables dentro del mercado, ser reconocidos como establecimientos sostenibles y para lograrlo deben hacer uso de las estrategias correctas.

Figura 1

*Empresas y nivel de objetivos logrados mediante las estrategias organizacionales - 2016*



Nota. El gráfico representa en porcentajes la cantidad de empresas y su nivel de objetivos alcanzados mediante el uso de estrategias organizacionales. Tomado de “Datos impresionantes sobre la gestión estratégica”, por Roncancio Gabriel, 2016.

En la actualidad la estabilidad de una empresa frente a la crisis sanitaria es capacidad de sostenibilidad económica, el aumento de su retorno de inversión, así mismo el consumo y a la vez el ahorro para lograr la permanencia a largo plazo. (Kumar Dey, 2019).

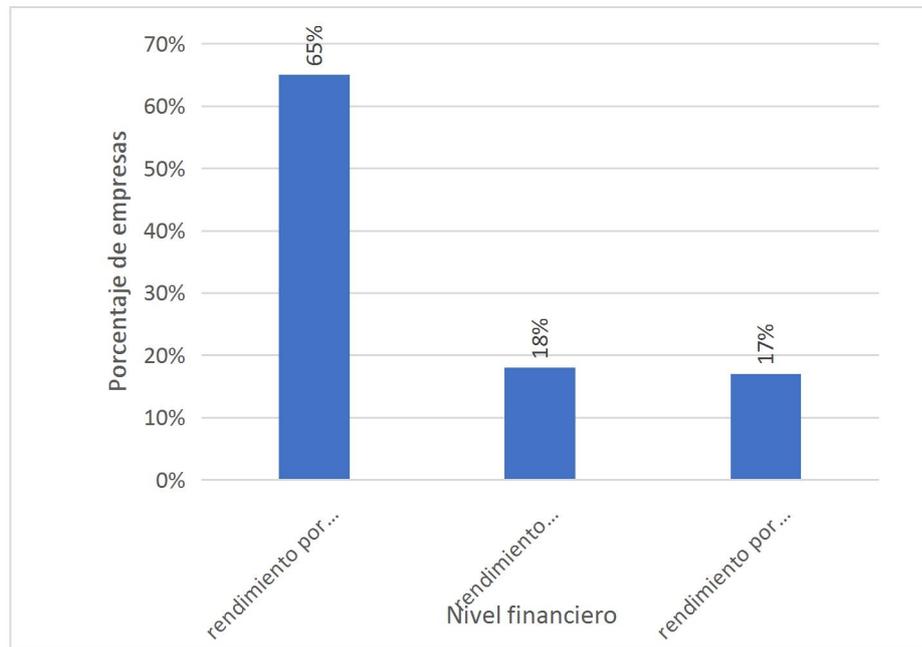
Los centros comerciales para lograr esta sostenibilidad económica a lo largo de este tiempo vienen implementando estrategias organizacionales porque representan a cada uno de sus recursos y los medios que usarán para lograr sus objetivos y el propósito de su organización, con estas

estrategias deberán priorizar los problemas y lograr resolverlos, creando medios que serán aplicadas bajo el personal más calificado (Sánchez Sumelzo, 2018).

Dentro de los centros comerciales estas estrategias deben ser renovadas mínimo cada cuatro años ya que buscan realizar una transición adecuada, y de esta manera poder hacer frente, reconocer y gestionar los cambios necesarios según las circunstancias que se atraviesen (Jauregui, 2021). En este caso teniendo en cuenta la existencia de una pandemia, la renovación de estas estrategias es mucho más necesaria ya que van a ayudar a que se puedan acoplar de manera más eficiente a los cambios ocurridos en el mercado debido al coronavirus y seguir siendo empresas sostenibles económicamente, ya que les permitirá el desarrollo de sus recursos humanos, mejora de sus productos o servicios y un crecimiento continuo.

Figura 2

*Nivel financiero de empresas que ejecutan estrategias organizacionales*



Nota. El grafico representa en porcentajes la cantidad de empresas y su nivel de rendimiento financiero mediante el uso de estrategias organizacionales. Tomado de Why Good strategies fail Lessons for the C-suite, por ©The Economist Intelligence Unit Limited, 2013.

Hoy por hoy la sostenibilidad económica de una empresa toma mucha más importancia, ya que la sostenibilidad se va a relacionar directamente al crecimiento del negocio, cualquier negocio considerado sostenible proyecta al mercado mucha más confianza y credibilidad, de esta manera mucho más respaldo frente a la competencia directa o indirecta (Gadisa, 2021). Para que una organización conozca del nivel de viabilidad y sostenibilidad de su negocio debe tener en cuenta sus tres ejes principales, dentro de los centros comerciales que se reconocen en la presente investigación estos serán los siguientes: los costos, los ingresos y la liquidez (Uriza, 2019).

Los costos, los ingresos y la liquidez dentro de los centros comerciales mediante las estrategias organizacionales deben reflejar un balance dentro del mercado, el eje administrativo y productivo (Valdivia, 2020) . Ya que este balance les permitirá a los centros comerciales la capacidad de generar entradas liquidadas de efectivo necesarias para poder cubrir sus salidas y a la vez sean capaz de generar fondos de inversión para el crecimiento del negocio (Sosa, 2020) .

Por todo lo mencionado anteriormente es que se la presente investigación ve la necesidad de realizar el estudio de ambas variables, ya que se relacionan y en la realidad actual toman mucha más importancia sobre todo frente a la crisis económica y sanitaria que se atraviesa y se plantea el siguiente problema general de la investigación: ¿Las estrategias organizacionales inciden sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022?

También se menciona los siguientes problemas específicos: ¿La formalización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022?. ¿La especialización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022?. ¿El profesionalismo organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022?

Finalmente, la investigación se justifica porque brinda información relevante dentro de las ciencias económicas, aportando estrategias de

desarrollo organizacional para un mayor crecimiento económico, así que tomando en cuenta lo importante que es actualmente lograr una reinserción económica, sería base de información y de ayuda principalmente para nuestra unidad de estudios que son los centros comerciales y de la misma forma a otro tipo de organización, permitiendo que logren identificar puntos clave para alcanzar mayor sostenibilidad dentro del mercado. También se busca que el presente estudio sea motivación a otros estudiantes de economía para que indaguen más sobre el tema y resalten la importancia de ambas variables.

Donde se tendrá como objetivo general: Determinar la incidencia de las estrategias organizacionales sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.

Y los objetivos específicos son los siguientes: Determinar si la formalización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. Señalar si la especialización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. Indicar si el profesionalismo organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. Resultando con la siguiente hipótesis general: Las estrategias organizacionales inciden considerablemente sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.

Y con las siguientes hipótesis específicas: La formalización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. La especialización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. El profesionalismo organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Para (Villas Boas, 2020) el coronavirus ha repercutido sobre el día a día de todos. En este aspecto, las empresas han sido susceptibles de realizar transformaciones sustanciales en base a esto se busca encontrar los cambios y la incidencia entre las estrategias organizacionales y la sostenibilidad dentro de centros comerciales, se abarcarán ambas variables para especificar puntos importantes de cada una de ellas.

Empezando con la variable independiente que es representada por las estrategias organizacionales, que según diferentes autores nos mencionan lo siguiente:

Dentro de las primeras teorías, tenemos la de (Checkland, 1896), que nos dice: en toda organización se plantea un agrupamiento complejo de estrategias, seres humanos y de equipamiento que tienen en común un objetivo general encajado dentro de una empresa. Junto con (Winch, 2014) mencionan que las empresas se apoyan principalmente en el capital humano y sus estrategias organizacionales para lograr un adecuado desempeño en sus operaciones en general y obtener la suficiente sostenibilidad para mantenerse dentro del mercado.

(Hermund & Aspelund, 2020) nombra que estas estrategias agrupan ideas acerca de la organización, el ambiente que la rodea y el hombre que la organiza, buscando de esta manera propiciar de mejor forma el desarrollo, el crecimiento de sus habilidades, destrezas, competencias y objetivos como organización.

Es así que, para llevar a cabo la implementación de estas estrategias (Balkin & David, 2021) señala que la mayoría de empresas optarían por prácticas adaptadas no solo a su tamaño, sino también a su cultura y las oportunidades que brinda cada uno de su personal sobre la naturaleza del negocio. Estas serán la unidad del negocio y un predictor significativo en relación al mercado. Los principales objetivos para (Steensen, 2014) dentro del desarrollo organizacional son: optimizar la efectividad organizacional de personal. (objetivos y resultados) y fomentar las relaciones humanas dentro de la organización, donde dentro de esta se busca un aumento de la colaboración a nivel de grupo para tomar decisiones en la organización, Igualdad de autoridad y responsabilidad para todos los miembros y el aumento de la efectividad del resultado de trabajo

En el mundo moderno, la manera más eficaz de lograr un desarrollo en las grandes o las pequeñas empresas (en este caso en los centros comerciales) es cambiar su cultura mediante estrategias de desarrollo organizacional, estas buscan proyectar con anticipación un cambio intencional luego de analizar la organización y así poder mejorarla con eficacia.

Para ello (Gaynor Butterfield, 2021) afirma que se deberá tomar en cuenta las dos dimensiones del diseño organizacional donde primero son las de diseño organizacional estructural que van a describir únicamente características internas de las organizaciones que permitirán medirlas y compararlas frente a otras.

Según (Ramos, Panta, & Ramos, 2020) en el libro “Teoría y diseño organizacional” dentro de este diseño se tienen los siguientes puntos:

La formalización organizacional que abarca toda la documentación legal de la organización. Esta documentación debe incluir información de las regulaciones, la constitución y descripción específicas de la organización.

Así para (Santos Loor, 2021) la especialización organizacional, en este punto tiene que señalar los conocimientos y las tareas organizacionales, deben de ser subdivididas en funciones de manera separada para cada empleado, y este debe desarrollar solo un rango de tareas, la especialización se va a medir si está es baja va a impedir que los conocimientos y las tareas de los trabajadores sean manejadas y desarrolladas correctamente.

Dentro de esto (Arroyo Pita, 2017) menciona la centralización organizacional que señalara el nivel jerárquico que tiene cada autoridad dentro de la organización para poder tomar una decisión.

(M. Falbe, C. Dandridge, & Kumar, 2021) señala que nos va a permitir reconocer cuando es que la toma de decisiones se mantiene en un nivel superior para así determinar a la organización como centralizada. De lo contrario cuando las decisiones son delegadas a niveles bajos se reconocer organización como descentralizada.

El profesionalismo organizacional según (Aliaga Merás, 2021) permite conocer el nivel de educación y capacidad de los empleados. El profesionalismo dentro de las instituciones se puede medir según los periodos de entrenamiento para cada trabajador, tanto como los años de estudio y preparación de cada uno de ellos. El profesionalismo de una organización puede ser tan alto o bajo de acuerdo al rubro en el que se especialice.

En segundo lugar, dentro del profesionalismo organizacional pese tiene las estrategias de diseño organizacional contextual, no menos importantes ya que son las que permiten dar forma a las dimensiones estructurales.

Se caracterizan por presentar a la organización de acuerdo a su tamaño, la tecnología que requieren, los objetivos y a su vez el ambiente externo que las rodea. Quiere decir que estas dimensiones contextuales son

la representación de elementos dentro de la estructura y los procesos de trabajos.

Dentro tenemos los siguientes puntos a considerar: La tecnología organizacional, las estrategias junto a los objetivos de la organización y el ambiente externo.

(Martínez Álvarez, 2020) dice que para lograr evaluar o entender una organización ambas dimensiones son necesarias y deben ser ajustadas dentro de la organización para poder llegar a cada uno de los objetivos que se requieren, teniendo entre ellos el crecimiento, el desarrollo y sostenibilidad económica del negocio.

En definición general la sostenibilidad económica es ser capaz de lograr un nivel de producción económico alto de forma indefinida. Dentro de un contexto empresarial, tomando el caso de los supermercados, la sostenibilidad económica se dará cuando se utilicen los activos de la empresa para mantener su funcionamiento a largo plazo.

Por otro lado, (Medeiros & Duarte Ribeiro, 2014) las empresas deben hacer frente a un escenario cada vez más competitivo donde la innovación es considerada como una necesidad de supervivencia en la mayoría de los mercados.

Entonces (Orellana Nirian, 2021) aporta que la sostenibilidad económica de un negocio es la base de la organización, ya que de ella depende su persistencia en el mercado a largo plazo, para generar sostenibilidad económica se debe de administrar correctamente cada recurso y generar rentabilidad financiera.

Para generar sostenibilidad el empresario tiene que identificar todo elemento interviniente, principalmente los siguientes:

Iniciando con los ingresos, (Torres, 2016) menciona que estos representan el incremento de los recursos económicos. Es la recuperación de un activo, los ingresos van a señalar los incrementos del patrimonio neto de la empresa.

Dentro de la distribución de los ingresos según (Gomez Velaysosa, 2020) y (Morales González, 2020) , se verán involucradas la oferta y la demanda, para las cuales se deberá encontrar un balance entre ambas para

poder considerarse rentable y competitivo dentro del mercado, ya que son consideradas un determinante en la planificación a largo plazo de una empresa.

(Mirón Gomez, 2019) menciona que dentro de los ingresos que se perciban por ventas se debe de tomar en cuenta los costos de cada producto o el servicio que presten. Y al fijar el costo total de producción, se puede fijar también el costo unitario que es el elemento básico para el estudio de la capacidad para generar ingresos.

(Vazquez Bustamante, 2020) muestra al costo total como la implicancia a totalidad de los costos para conocer de toda la organización, mientras que el costo unitario podrá determinar el costo por unidad de todo producto y servicio en específico.

Luego se nombra a la liquidez como parte de los ingresos, que (Altamirano Peña, 2020) menciona importante dentro de cualquier negocio, y representa la capacidad de obtener dinero en efectivo para que así se pueda hacer cargo de sus obligaciones o deudas a corto plazo y poseer a la vez un fondo flexible de inversiones. La liquidez les va a permitir mantenerse activos dentro del mercado y crecer su proceso productivo. Y si la liquidez falla, como resultado se tiene el llamado cierre por “insolvencia”.

Tomando en cuenta a (Escursell, 2021) día de hoy sobre todo por la crisis sanitaria que se atraviesa donde muchos negocios cerraron por falta de liquidez, son los mecanismos de control de liquidez, donde se realizan las siguientes acciones primordiales de control:

Así (Hinostroza Flores & Chumpitazi Dulanto, 2020) indican que el crear una estructura de manejo y control de todo el movimiento de dinero dentro de la empresa, esto mediante un consejo administrativo y económico, sistemas de información, y seguimiento junto con la medición contable necesaria. (M, 2016) aporta que contar con estrategias y planes de contingencia ante la ausencia de ingresos necesarios y así finalmente no dejar de lado la supervisión organizacional constante de la empresa.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de Investigación

El tipo y el diseño de una investigación son diferentes, el tipo es explicar el grado de profundidad con que será abordado nuestro fenómeno de estudio, mientras que cuando se menciona el diseño, señala la estrategia que se adoptó para encontrar respuesta a la problemática señalada dentro de la investigación. (De Aguiar, 2017)

Es un tipo de investigación aplicada, de diseño descriptivo causal, para poder identificar en este caso la incidencia entre estrategias de desarrollo organizacional y la sostenibilidad económica de los centros comerciales.

De la misma manera se reconoce como una investigación cuantitativa, porque se hizo uso de herramientas matemáticas y estadísticas para lograr describir y explicar cada una de las variables, tanto la dependiente como la independiente de la presente investigación.

#### 3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Estrategias organizacionales

Variable dependiente: Sostenibilidad económica

#### 3.3. Población, muestra y muestreo

En cuanto la población es aquella que toma en cuenta los datos de una población a manera completa, si usar un muestreo de por medio. En este caso la población es finita, está representada por los propietarios de cada local comercial en funcionamiento (especificando ser 9 centros comerciales ubicados en Chimbote), siendo específicamente 950 locales en total.

- Criterios de inclusión: Siendo únicamente seleccionados los propietarios de cada local en el interior de los centros comerciales ubicados en la ciudad de Chimbote.

- Criterios de exclusión: Todo aquel que no figure como propietario de cada local en el interior dentro de los centros comerciales ubicados en la ciudad de Chimbote.

En cuanto la muestra, representa el subconjunto parte de la población en la que mi investigación, en este caso se obtuvo como resultado a 304 propietarios de los locales dentro de los centros comerciales, para esto se hizo uso del muestreo aleatorio simple con un margen de error del 5% y un 95% de confiabilidad.

Para el muestreo se aplicó la siguiente fórmula

$$n = \frac{N p * q * z^2}{(N - 1)e^2 + Z^2 p * q}$$

**n**= expresara el número de la muestra.

**N** = Población

**e** = Grado de error

**Z<sup>2</sup>**= nivel de confianza

**p** =0.5

**q** =0.5

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En cuanto la recolección de datos es recopilación de toda la información necesaria se buscará describir la situación de la muestra de la población elegida. (Falcon&Herrera, 2005).

Para ellos la técnica seleccionada fue la encuesta, para ellas se trabajó de acuerdo al formulario de tipo Likert, que con lleva preguntas precisas, con la finalidad de poder obtener información para el estudio.

El instrumento seleccionado fue un formulario que consta de 31 preguntas específicas que sirvieron para obtener la información necesaria para cada indicador de ambas variables.

Se requirió la revisión de tres expertos relacionados al tema a desarrollar en la presente investigación, donde se les brindo la documentación necesaria para que se pueda calificar la validez y confiabilidad del instrumento antes de ser aplicado.

### 3.5. Procedimientos

Se procedió a la entrega del documento que permite la autorización de la organización para publicar su identidad en los resultados de las investigaciones a cada uno de los centros comerciales antes de ser aplicado el formulario.

Se llevo a cabo la aplicación del formulario dentro de los centros comerciales a la muestra requerida, posteriormente se hizo uso del software estadístico necesario para la medición y explicación de los resultados que se obtuvieron.

### 3.6. Método de análisis de datos

Se llevó a cabo la validez de los datos obtenidos a través del SPSS, los cuales fueron procesados para la confiabilidad del instrumento a través del Alfa de Crombach que permitió calcular la consistencia interna de cada ítem, quiere decir que arrojó el promedio de la correlación entre ítems para verificar la consistencia interna del instrumento utilizado.

Seguido de esto se optó por el planteamiento de un modelo econométrico logit ordenado para cada una de los objetivos tanto general y específicos según se requiere.

Dentro de la estadística, se conoce al modelo logit ordenado como un modelo de probabilidades proporcionales, este es un modelo de regresión ordinal, es decir, indicado justo para variables dependientes ordinales, siendo en nuestro caso por ejemplo, si las respuestas a nuestras preguntas dentro de la encuesta debieron responderse entre: “ totalmente en acuerdo”, “de acuerdo”, “ ni de acuerdo ni en desacuerdo”, “ en desacuerdo”, “totalmente en desacuerdo”, y el propósito de mi análisis es determinar que tan bien se pudo predecir la respuesta mediante las otras preguntas.

Se realizará el levantamiento de la información obtenida mediante la aplicación de la encuesta y se procederá a correr el modelo econométrico dentro del programa STATA.

El logit ordenado presenta la siguiente estructura:

*Supongamos tres resultados observados para y:  $y = 0, 1, 2$ , entonces:*

$$y^* = \beta_1 x_1 + \dots + \beta_k x_k + \varepsilon,$$

*Donde:  $y^*$ , es nuestra variable dependiente*

*$\beta_1$ , representa el parámetro que captura el efecto marginal del aumento de  $X_1$*

*$X_1$  representa las variables independientes*

*$\varepsilon \sim N(0, 1)$ , es decir los errores se distribuyen entre media 0 y varianza 1*

*y supongamos, al mismo tiempo, se define dos puntos de corte:  $\alpha_1 < \alpha_2$*

*Por lo tanto, se observarán valores discretos de acuerdo con la siguiente regla:*

$$y = 0, \text{ si } y^* \leq \alpha_1$$

$$y = 1, \text{ si } \alpha_1 < y^* \leq \alpha_2$$

$$y = 2, \text{ si } \alpha_2 < y^*$$

En aplicación a nuestras variables establecemos el siguiente modelo (modelo general):

$$\text{eovic} = 2 \text{ si, } \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ escpp} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_1$$

$$\text{eovic} = 3 \text{ si, } \alpha_1 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ escpp} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_2$$

$$eovic = 4 \text{ si } \alpha_2 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ esccp} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_3$$

$$eovic = 5 \text{ si } \alpha_4 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ esccp} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u$$

Dónde:

Se seleccionó a los ingresos como dimensión principal de la variable dependiente para desarrollar el modelo ya que este indicador permite indicar la suficiencia de las demás dimensiones (costos y liquidez). Ya que según nuestra teoría por (Mirón Gomez, 2019) y (Altamirano Peña, 2020) sí existen ingresos, los costos están bien fijados y la liquidez es la necesaria para generar solvencia económica dentro de las empresas.

- Eovic: aplicar estrategias organizacionales para generar variaciones en los ingresos del centro comercial

Y el conjunto de las variables fueron obtenidas de las dimensiones: formalización, especialización y profesionalismo organizacional que se ubican dentro de la variable independiente (estrategias organizacionales), y está conformado inicialmente por:

- Ccttp: contar con una sola sede, estar legalmente inscrita y con título de propiedad
- Esccp: expandir nuevas sedes del centro comercial frente la pandemia del coronavirus
- Ceo: tener conocimiento de lo que son las estrategias organizacionales
- Ctabeo: aplicar estrategias organizacionales antes de la pandemia del coronavirus dentro de su centro de trabajo
- Ctapeo: aplicar actualmente dentro de su centro de trabajo estrategias organizacionales
- Ctoe: distribuir funciones de manera ordenada y específica dentro del centro de trabajo
- Eftct: ejercer más de una función por trabajador dentro de su centro de trabajo
- Reselo: contar con estudios secundarios completos para ejercer sus labores dentro de la organización

- Reuelo: contar con educación universitaria para ejercer sus labores dentro de la organización
- Rtpelo: contar con título profesional para ejercer sus labores dentro de la organización
- Fpciet: implementar más equipos tecnológicos frente a la pandemia del coronavirus
- Lnet: utilizar dentro de sus labores equipo tecnológico
- Uetscc: usar equipos tecnológicos mejoró el sistema del centro comercial
- Rcieo: recibir capacitaciones internas sobre estrategias organizacionales

### 3.7. Aspectos éticos

Dentro de los principales aspectos éticos que se tomaron en cuenta dentro de la presente investigación tenemos los siguientes:

Se evitó toda falsificación y manipulación de la información que pueda alterar los resultados de la investigación.

Se cumplió con señalar dentro de la bibliografía todo derecho de autor a todo tipo de fuente utilizada para el desarrollo del contenido de la investigación.

Se realizó la revisión del turniting para evitar cualquier tipo de plagio con respecto a otro trabajo de investigación.

Dentro de la presente investigación se realizó encuesta solo a los propietarios de los locales situados dentro de los centros comerciales y se adjunta un protocolo de consentimiento informado de encuesta para brindar de manera personal al representante de cada centro comercial.

#### IV. RESULTADOS

El presente trabajo de investigación buscó dar respuesta a la siguiente interrogante general: ¿Las estrategias organizacionales inciden sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022?

Para ello, tras la aplicación de nuestro instrumento dentro de cada uno de los centros comerciales seleccionados se procedió a realizar un levantamiento de información, seguido de esto un análisis econométrico de los resultados para dar respuesta a cada uno de nuestros objetivos, donde se optó por la realización de cuatro modelos logit ordenados, los cuales serán explicados a continuación:

##### PRIMER MODELO LOGIT ORDENADO

Previamente establecido el modelo, se seleccionó a los ingresos como variable explicativa de la sostenibilidad económica representada dentro de “eovic”.

En aplicación a nuestras variables, el primer modelo logit ordenado dará respuesta al objetivo general, este primer modelo consta de las 14 variables incluidas dentro de formalización, especialización y profesionalismo organizacional que se ubican dentro de la variable independiente (estrategias organizacionales), mencionadas anteriormente de manera específica.

Teniendo la siguiente forma:

$$eovic = 2 \text{ si, } \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ escpp} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_1$$

$$eovic = 3 \text{ si, } \alpha_1 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ escpp} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_2$$

$$eovic = 4 \text{ si, } \alpha_2 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ escpp} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_3$$

$$eovic = 5 \text{ si, } \alpha_3 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ escpp} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u$$

Una vez corrido el modelo obtenemos la siguiente tabla:

Tabla 1

*Primer modelo logit ordenado – Estrategias organizacionales*

| <b>eovic</b>  | <b>Coef.</b> | <b>Std. Err.</b> | <b>z</b> | <b>P&gt; z </b> | <b>[95% Conf. Interval]</b> |            |
|---------------|--------------|------------------|----------|-----------------|-----------------------------|------------|
| <b>ccttp</b>  | 0.7813451    | 0.3328011        | 2.35     | 0.019           | 0.129067                    | 1.433623   |
| <b>escpp</b>  | 0.3377404    | 0.3411584        | 0.99     | 0.322           | -0.3309178                  | 1.006399   |
| <b>ceo</b>    | 1.548848     | 0.4157517        | 3.73     | 0               | 0.7339895                   | 2.363706   |
| <b>ctabeo</b> | 0.6458794    | 0.2659979        | 2.43     | 0.015           | 0.1245331                   | 1.167226   |
| <b>ctapeo</b> | 1.163669     | 0.4183587        | 2.78     | 0.005           | 0.3437012                   | 1.983637   |
| <b>ctoe</b>   | 0.245877     | 0.273906         | 0.9      | 0.369           | -0.290969                   | 0.7827229  |
| <b>effct</b>  | 0.7812879    | 0.287517         | 2.72     | 0.007           | 0.217765                    | 1.344811   |
| <b>reselo</b> | 0.1461194    | 0.4030241        | 0.36     | 0.717           | -0.6437934                  | 0.9360322  |
| <b>reuelo</b> | -            | 0.2626991        | -2.41    | 0.016           | -1.146808                   | -0.1170465 |
|               | 0.6319272    |                  |          |                 |                             |            |
| <b>rtpelo</b> | 0.3576882    | 0.3783554        | 0.95     | 0.344           | -0.3838748                  | 1.099251   |
| <b>fpciet</b> | 0.0751509    | 0.3252258        | 0.23     | 0.817           | -0.5622799                  | 0.7125818  |
| <b>lnet</b>   | 0.6042641    | 0.2769156        | 2.18     | 0.029           | 0.0615195                   | 1.147009   |
| <b>uetscc</b> | -            | 0.3857168        | -1.36    | 0.173           | -1.281215                   | 0.2307676  |
|               | 0.5252235    |                  |          |                 |                             |            |
| <b>rcieo</b>  | 0.8172097    | 0.3227903        | 2.53     | 0.011           | 0.1845523                   | 1.449867   |

Nota: Elaboración propia

Respecto a los parámetros, estos no son comparables ni interpretables; solamente nos sirven para ver la relación que tiene una variable independiente con la dependiente (es decir, fijarnos en su signo). Cabe mencionar que vamos a analizar únicamente variables significativas para dar respuesta a nuestro primer objetivo general.

Las variables significativas identificadas son las siguientes:

Para la primera variable independiente (ccttp = contar con una sola sede con título de propiedad), para la tercera variable independiente (ceo, tener conocimiento de lo que son las estrategias organizacionales), para la cuarta variable independiente (ctabeo = aplicar estrategias organizacionales antes de la pandemia del coronavirus dentro de su centro de trabajo), para la quinta variable independiente (ctapeo = aplicar actualmente dentro de su centro de trabajo estrategias organizacionales trabajo), para la séptima variable independiente (eftct = ejercer más de una función por trabajador dentro de su centro de trabajo), para la novena variable independiente (reuelo = contar con educación universitaria para ejercer sus labores dentro de la organización), para la duodécima variable independiente (lnet, utilizar dentro de sus labores equipo tecnológico), y por ultimo para la décimo cuarta variable independiente (rcieo = recibir capacitaciones internas sobre estrategias organizacionales),

Todas estas variables significativas tienen un signo positivo, entonces, podemos realizar una interpretación general de la siguiente manera:

Para una variable independiente de con una beta positiva, tenemos que un encuestado tiene más probabilidades de estar más de acuerdo en aplicar estrategias organizacionales para generar variaciones en los ingresos, por ende, generarse sostenibilidad económica dentro del centro comercial (eovic = variable dependiente), si dicha variable con beta positivo es mayor, siendo este el caso de todas las variables significativas mencionadas anteriormente.

Es así que según el análisis econométrico de los resultados obtenidos tras la aplicación de nuestro instrumento se cumple el objetivo general, al hallar variables significativas se determina la incidencia de las estrategias organizacionales sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.

## SEGUNDO MODELO LOGIT ORDENADO

Seguidamente, en aplicación a nuestras variables, el segundo modelo logit ordenado dará respuesta al primer objetivo específico y consta de las 2 variables independientes, teniendo la siguiente forma:

$$eovic = 2 \text{ si, } \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ esccp} + u \leq \alpha_1$$

$$eovic = 3 \text{ si, } \alpha_1 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ esccp} + u \leq \alpha_2$$

$$eovic = 4 \text{ si, } \alpha_2 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ esccp} + u \leq \alpha_3$$

$$eovic = 5 \text{ si, } \alpha_4 < \beta_1 \text{ ccttp} + \beta_2 \text{ esccp} + u$$

Donde:

El conjunto de las variables independientes fue obtenido solo de formalización organizacional que se ubican dentro de la variable independiente (estrategias organizacionales) está conformado por:

- Ccttp: contar con una sola sede, estar legalmente inscrita y con título de propiedad
- Esccp: expandir nuevas sedes del centro comercial frente la pandemia del coronavirus

Una vez corrido el modelo obtenemos la siguiente tabla:

Tabla 2

*Segundo modelo logit ordenado – Formalización organizacional*

| eovic        | Coef.     | Std. Err. | z    | P> z  | [95% Conf. Interval] |          |
|--------------|-----------|-----------|------|-------|----------------------|----------|
| <b>ccttp</b> | 0.6634516 | 0.1964739 | 3.38 | 0.001 | 0.2783698            | 1.048533 |
| <b>esccp</b> | 0.8086392 | 0.1868396 | 4.33 | 0     | 0.4424404            | 1.174838 |

Nota: Elaboración propia

Según la tabla las variables significativas identificadas son las siguientes:

Como las dos variables independientes tienen signo positivo, quiere decir que, enfocándonos en la primera variable independiente (ccttp, contar con una sola sede, estar legalmente inscrita y con título de propiedad) y en la segunda variable independiente (escpp = expandir nuevas sedes del centro comercial frente a la pandemia del coronavirus), el encuestado tiene más posibilidades de estar de acuerdo en aplicar estrategias organizacionales para generar variaciones en los ingresos, por ende generarse sostenibilidad económica dentro del centro comercial (eovic = variable dependiente).

Es así que según el análisis econométrico de los resultados obtenidos tras la aplicación de nuestro instrumento se cumple el primer objetivo específico, se determina que ambas variables consideradas son significativas por lo tanto la formalización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022

### TERCER MODELO LOGIT ORDENADO

Posteriormente, en aplicación a nuestras variables, el tercer modelo logit ordenado dará respuesta al segundo objetivo específico y consta de 5 variables independientes, teniendo la siguiente forma:

$$eovic = 2 \quad \text{si,} \quad \beta_3 \text{ ceo} + \beta_4 \text{ ctabeo} + \beta_5 \text{ ctapeo} + \beta_6 \text{ ctoc} + \beta_7 \text{ eftct} + u \leq \alpha_1$$

$$eovic = 3 \quad \text{si,} \quad \alpha_1 < \beta_3 \text{ ceo} + \beta_4 \text{ ctabeo} + \beta_5 \text{ ctapeo} + \beta_6 \text{ ctoc} + \beta_7 \text{ eftct} + u \leq \alpha_2$$

$$eovic = 4 \quad \text{si,} \quad \alpha_2 < \beta_3 \text{ ceo} + \beta_4 \text{ ctabeo} + \beta_5 \text{ ctapeo} + \beta_6 \text{ ctoc} + \beta_7 \text{ eftct} + u \leq \alpha_3$$

$$eovic = 5 \quad \text{si,} \quad \alpha_3 < \beta_3 \text{ ceo} + \beta_4 \text{ ctabeo} + \beta_5 \text{ ctapeo} + \beta_6 \text{ ctoc} + \beta_7 \text{ eftct} + u$$

Dónde:

El conjunto de las variables obtenidas de especialización organizacional que se ubican dentro de la variable independiente (estrategias organizacionales) está conformado por:

- Ceo: tener conocimiento de lo que son las estrategias organizacionales
- Ctabeo: aplicar estrategias organizacionales antes de la pandemia del coronavirus dentro de su centro de trabajo
- Ctapeo: aplicar actualmente dentro de su centro de trabajo estrategias organizacionales
- Ctoe: distribuir funciones de manera ordenada y específica dentro del centro de trabajo
- Eftct: ejercer más de una función por trabajador dentro de su centro de trabajo

Una vez corrido el modelo obtenemos la siguiente tabla:

Tabla 3

*Tercer modelo logit ordenado – Especialización organizacional*

| <b>eovic</b>  | <b>Coef.</b>   | <b>Std. Err.</b> | <b>z</b> | <b>P&gt; z </b> | <b>[95% Conf. Interval]</b> |           |
|---------------|----------------|------------------|----------|-----------------|-----------------------------|-----------|
| <b>ceo</b>    | 1.446909       | 0.3484869        | 4.15     | 0               | 0.7638876                   | 2.129931  |
| <b>ctabeo</b> | 0.7228655      | 0.2218228        | 3.26     | 0.001           | 0.2881007                   | 1.15763   |
| <b>ctapeo</b> | 1.108996       | 0.3701974        | 3        | 0.003           | 0.3834227                   | 1.83457   |
| <b>ctoe</b>   | -<br>0.0792256 | 0.2449123        | -0.32    | 0.746           | -0.5592449                  | 0.4007937 |
| <b>effct</b>  | 0.4733043      | 0.2475164        | 1.91     | 0.056           | -0.0118191                  | 0.9584276 |

Nota: Elaboración propia

Según la tabla se observa que las tres variables independientes significativas (que son las tres primeras: ceo, ctabeo, ctapeo) tienen el coeficiente de beta con signo positivo. Entonces, tenemos:

La primera variable independiente (ceo = tener conocimiento de lo que son las estrategias organizacionales), la segunda variable independiente (ctabeo = aplicar estrategias organizacionales antes de la pandemia del coronavirus dentro de su centro de trabajo), y la tercera variable independiente (ctapeo, aplicar actualmente dentro de su centro de trabajo estrategias organizacionales trabajo), en base a estas un encuestado tiene más posibilidades de estar de acuerdo en aplicar estrategias organizacionales para generar variaciones en los ingresos, por ende generarse sostenibilidad económica dentro del centro comercial (eovic = variable dependiente).

Es así que según el análisis econométrico de los resultados obtenidos tras la aplicación de nuestro instrumento se cumple el segundo objetivo específico, Se señalan tres variables significativas que explican la influencia de la especialización organizacional sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.

#### CUARTO MODELO LOGIT ORDENADO

Finalmente, en aplicación a nuestras variables, el cuarto modelo logit ordenado dará respuesta al tercer y último objetivo específico y consta de 7 variables independientes, teniendo la siguiente forma:

$$eovic = 2 \text{ si, } \beta_8 \text{ reselo} + \dots + \beta_9 \text{ reuelo} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_1$$

$$eovic = 3 \text{ si, } \alpha_1 < \beta_8 \text{ reselo} + \dots + \beta_9 \text{ reuelo} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_2$$

$$eovic = 4 \text{ si, } \alpha_2 < \beta_8 \text{ reselo} + \dots + \beta_9 \text{ reuelo} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u \leq \alpha_3$$

$$eovic = 5 \text{ si, } \alpha_4 < \beta_8 \text{ reselo} + \dots + \beta_9 \text{ reuelo} + \dots + \beta_{14} \text{ rcieo} + u$$

Dónde:

El conjunto de las variables obtenidas de profesionalismo organizacional que se ubican dentro de la variable independiente (estrategias organizacionales) está conformado por:

- Reselo:, contar con estudios secundarios completos para ejercer sus labores dentro de la organización
- Reuelo: contar con educación universitaria para ejercer sus labores dentro de la organización
- Rtpelo: contar con título profesional para ejercer sus labores dentro de la organización
- Fpciet: implementar más equipos tecnológicos frente a la pandemia del coronavirus
- Lnet: utilizar dentro de sus labores equipo tecnológico
- Uetscc: usar equipos tecnológicos mejoró el sistema del centro comercial
- Rcieo: recibir capacitaciones internas sobre estrategias organizacionales

Una vez corrido el modelo obtenemos la siguiente tabla:

Tabla 4

*Cuarto modelo logit ordenado – Profesionalismo organizacional*

| <b>eovic</b>  | <b>Coef.</b> | <b>Std. Err.</b> | <b>z</b> | <b>P&gt; z </b> | <b>[95% Conf. Interval]</b> |           |
|---------------|--------------|------------------|----------|-----------------|-----------------------------|-----------|
| <b>reselo</b> | 0.1336498    | 0.1700405        | 0.79     | 0.432           | -0.1996234                  | 0.466923  |
| <b>reuelo</b> | -0.1056356   | 0.1087854        | -0.97    | 0.332           | -0.3188511                  | 0.1075799 |
| <b>rtpelo</b> | 0.1334069    | 0.1545922        | 0.86     | 0.388           | -0.1695883                  | 0.4364021 |
| <b>fpciet</b> | 0.20104      | 0.1497956        | 1.34     | 0.18            | -0.092554                   | 0.494634  |
| <b>lnet</b>   | 0.3114927    | 0.1326877        | 2.35     | 0.019           | 0.0514295                   | 0.5715559 |
| <b>uetscc</b> | -0.0014099   | 0.1593932        | -0.01    | 0.993           | -0.3138149                  | 0.3109951 |

|              |          |           |      |   |           |         |
|--------------|----------|-----------|------|---|-----------|---------|
| <b>rcieo</b> | 1.162587 | 0.1203864 | 9.66 | 0 | 0.9266342 | 1.39854 |
|--------------|----------|-----------|------|---|-----------|---------|

Nota: Elaboración propia

Observar que hay dos variables significativas (Inet, rcieo), la quinta y la séptima variable independiente.

Para la quinta variable independiente (Inet, dentro de sus labores utiliza equipo tecnológico). Y para la séptima variable independiente (rcieo, recibir capacitaciones internas sobre estrategias organizacionales).

Ambas cuentan con una beta positiva, por lo tanto, tenemos que un encuestado tiene más probabilidades de estar más de acuerdo en aplicar estrategias organizacionales para generar variaciones en los ingresos, por ende, generarse sostenibilidad económica dentro del centro comercial (eovic = variable dependiente), si dichas variables con beta positivo son mayores.

Por último, según el análisis econométrico de los resultados obtenidos tras la aplicación de nuestro instrumento, se reconocen dos variables significativas dentro de profesionalismo por lo tanto se cumple el tercer objetivo específico, se indica que el profesionalismo organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.

## V. DISCUSIÓN

Después de interpretar los resultados obtenidos, se demuestra en la tabla número 1 que según la prueba de hipótesis las variables son significativas y estadísticamente la variable independiente influye sobre la variable dependiente, lo que quiere decir que se genera incidencia entre estrategias organizacionales y la sostenibilidad económica de los centros comerciales ubicados en la ciudad de Chimbote y se respalda el objetivo general de la investigación.

Según las variables significativas de la primera tabla que abarca a manera general lo que respecta a estrategias organizacionales, dentro de los centros comerciales ubicados en la ciudad de Chimbote es mucho más relevante tomar en cuenta que:

Se afirma por un 94.1% de los encuestados que cada centro comercial cuenta con una sola sede, está legalmente inscrita y esta cuenta con título de propiedad.

Un 57.6% de los representantes de cada local dentro del centro comercial cuentan con conocimiento respecto a estrategias organizacionales.

Un porcentaje de estos representado por un 25.4% ya aplicaban estrategias organizacionales antes de la pandemia del coronavirus, y que actualmente este porcentaje aumento a 57.1%, siendo más los que aplican estas estrategias.

Así mismo es significativo tomar en cuenta que un porcentaje menor de los encuestados representado por un 23.7% señala que cada trabajador realice más de una función en su centro de trabajo, lo que quiere decir que si tienen distribuidas sus funciones por trabajador.

Por otro lado, un 83.2% de los encuestados indica que no fue considerado necesario contar con educación universitaria o título universitario para ejercer sus labores dentro del centro comercial.

Un 85. &% hace uso de equipo tecnológico dentro de sus labores.

Y un 57.9% de estos encuestados reciben capacitaciones sobre estrategias organizacionales.

De acuerdo a la primera tabla se puede concluir que se cumple lo que señala (Jauregui, 2021) , las estrategias organizacionales dentro de estos centros comerciales están siendo tomadas en cuenta y renovadas según las circunstancias atravesadas actualmente, se han gestionado cambios necesarios en busca de una transición adecuada, haciéndolos económicamente sostenibles.

En cuanto la tabla número 2 se busca dar respuesta al primer objetivo específico, por lo que se tomó como variables independientes solo a aquellas pertenecientes a formalización organizacional, como resultado se obtuvo que ambas variables seleccionadas eran significativas y estadísticamente consistentes.

Siendo estas variables: Ccttp (contar con una sola sede del centro comercial, estar legalmente inscrita y con título de propiedad) y Esccp (expandir nuevas sedes del centro comercial frente la pandemia del coronavirus). Según estas variables significativas se explica la influencia de la formalización organizacional dentro de los centros comerciales ubicados en la ciudad de Chimbote.

Teniendo relevancia la siguiente información obtenida mediante la encuesta en relación a estas variables: Como anteriormente se mencionó el porcentaje mayor de los encuestados señala estar entre totalmente de acuerdo y de acuerdo en que dentro de la ciudad de Chimbote los centros comerciales en los que laboran cuentan con una sola sede dentro de la ciudad y están inscritos bajo el régimen legal requerido contando con título de propiedad. Teniendo solo al 5.9% de los encuestados señalando desconocer esta información.

Así mismo un 94.6% de los encuestados indica que no fue necesaria la expansión de nuevas sedes de cada centro comercial ubicados en la ciudad de Chimbote, ya que la sede con la que cuenta actualmente cada centro comercial es totalmente capaz de cubrir las necesidades de los consumidores, ofreciendo la cantidad necesaria de productos y servicios que se requieren, según lo señala un 96.1% de los encuestados.

Entonces de acuerdo a los resultados de la segunda tabla, se respalda el aporte de (Ramos, Panta, & Ramos, 2020) que señalan en el libro "Teoría y diseño organizacional que para que se cumpla la formalización organizacional dentro de las empresas, estas deben de cumplir con toda la documentación legal como lo son la constitución, inscripción de la empresa, y el título de propiedad del establecimiento; lo cual les genera un soporte para mantenerse sostenibles económicamente dentro del mercado.

En la tabla número 3 se tomaron en cuenta variables únicamente relacionadas a especialización organizacional para dar respuesta al segundo objetivo específico, siendo cinco variables consideradas, de las cuales solo se señalaron como significativas a tres: La primera variable significativa (ceo = tener conocimiento de lo que son las estrategias organizacionales), la segunda variable significativa (ctabeo = aplicar estrategias organizacionales antes de la pandemia del coronavirus dentro de su centro de trabajo), y la tercera variable significativa (ctapeo, aplicar actualmente dentro de su centro de trabajo estrategias organizacionales trabajo),

Recordando a (Santos Loor, 2021) que señaló a la especialización organizacional, como la puntualización de conocimientos y tareas organizacionales, teniendo en cuenta la división de funciones de manera separada para cada empleado, y que la especialización se mide, para reconocer que los conocimientos y las tareas de los trabajadores sean manejadas y desarrolladas correctamente, lo cual le permitirá a la empresa un mejor manejo y continuo crecimiento.

Según esta tabla y la teoría señalada para poder dar respuesta y reconocer si existe influencia de la especialización organizacional sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales es relevante tener en cuenta lo siguiente:

Un 84.5% de los encuestados afirma que en su centro de trabajo se han distribuido las funciones de cada trabajador de manera ordenada y específica, de los cuales un porcentaje de 56.6% realiza solo una función específica, lo cual va a generar que cada empleado nutra y maneje adecuadamente sus conocimientos para realizar sus labores sin problemas, provocando así que la empresa continúe creciendo y generando mejores ingresos.

Por lo tanto, en consecuencia, a la organización de funciones, la tabla nos dice también que existe conocimiento del concepto y el manejo de estrategias organizacionales dentro de los centros comerciales ubicados en la ciudad de Chimbote, solo un 42.4% desconoce lo que son estas estrategias y un 33,6% actualmente no aplica estas estrategias lo cual es considerado un gran avance, ya que anteriormente a la pandemia del coronavirus esta cifra era mucho mayor (62.8%).

En lo que respecta a la tabla número 4, esta dará respuesta a nuestro último objetivo específico, se tomaron en cuenta a 7 variables relacionadas a profesionalismo organizacional, y se determinó como significativas solo a dos de estas: la quinta variable independiente (Inet, dentro de sus labores utiliza equipo tecnológico). Y la séptima variable independiente (rcieo, recibir capacitaciones internas sobre estrategias organizacionales).

Tomando en cuenta a este conjunto de variables y (Aliaga Merás, 2021) que señala al profesionalismo como aquel aspecto capaz de identificar el nivel de educación y capacidad de los empleados. Se reconoce que el profesionalismo organizacional dentro de los centros comerciales ubicados en la ciudad de Chimbote tiene las siguientes características:

En cuanto al nivel de educación, un 91.1% de los encuestados tuvo como requisito contar con estudios secundarios completos para poder

ejercer sus labores, seguido a esto únicamente el 16.9% tuvo como requisito contar con estudios universitarios para poder realizar sus labores, y el 5,7% cuenta con título profesional para cumplir sus labores; de lo que se concluye que dentro de los centros comerciales abordados no se requiere de estudios superiores para ser el representante legal de cada uno de los locales que lo conforman.

Teniendo en cuenta la importancia de la tecnología y la capacidad de los empleados para manejarla hoy en día y lograr agilizar las actividades de una empresa, se reconoce que frente al coronavirus un 79.8% de los encuestados dentro de los centros comerciales implementaron mayor equipo tecnológico, haciendo uso de este en sus labores, así mismo solo un 12.8% indica no usar equipo tecnológico dentro de sus labores. Lo cual dio como resultado que el 83.5% este de acuerdo en que el uso de esta tecnología mejoró el sistema del centro comercial.

Es así que el conjunto de todas estas variables indica que el uso de estrategias permitió a cada centro comercial contar con una sostenibilidad económica adecuada, lo cual podemos respaldar a través de los siguientes datos obtenidos también bajo la aplicación del instrumento:

Por ello el 91.4% de los encuestados señaló que a pesar de la variación del costo unitario de cada uno de los productos o servicios que ofrecen frente a la aún crisis sanitaria, actualmente un 88.5% de los establecimientos dentro de los centros comerciales tiene determinado el costo unitario de cada uno de sus productos o servicios, lo cual es indispensable para el cálculo de ingresos. Por lo que un 63.2% de nuestra población indica que se hace uso de estrategias para establecer sus costos. Así mismo un 33.9% de los representantes encuestados tiene conocimiento del costo total con el que opera su establecimiento.

Se sabe también por un 89.5% de los encuestados que el centro comercial enfrente escasez de alguno de sus productos y servicios, aun así, tras la implementación de las estrategias correctas actualmente, un 96.1% de los encuestados asume que esto se resolvió y los centros comerciales son

capaces de cubrir todas las necesidades del consumidor, lo cual es primordial ya que un 82.6% señala que a pesar de la crisis sanitaria la afluencia de personas en el centro comercial es alta.

De suma importancia dentro de la sostenibilidad económica de estos centros comerciales, fue indicado por un 84.2% de los encuestados que estos centros comerciales operan con recursos propios, estando el 90.1% de los encuestados de acuerdo en que estos centros comerciales cuentan con la capacidad necesaria para cubrir sus salidas económicas, indicándose dentro de ellas el pago a tiempo de servicios como agua y luz (por un 94.7% de los encuestados) y el pago a tiempo a trabajadores y proveedores ( por un 93.8% de los encuestados). De igual manera un 75.9% menciona que según sus conocimientos el centro comercial no cuenta con moras por deudas por pagar.

Se tiene a un 94,1% indicando que cuenta con saldos de efectivo disponibles suficientes dentro de sus establecimientos, y a un 56.3% que asegura que tras aplicar estrategias organizacionales es que el centro comercial cuenta con la suficiente liquidez.

Finalmente, por parte del 61.6% se asegura que el uso de estrategias organizacionales generó variaciones en los ingresos del centro comercial en general, de los cuales 67.4% indican variaciones positivas en los ingresos pese a la crisis sanitaria. Un 27.3% señala que no están ni en acuerdo ni en desacuerdo si se generaron variaciones, y solo un 5.3% de los encuestados que se asume no hace uso de estrategias organizacionales indica que reconoce disminución de los ingresos en el centro comercial frente a la crisis sanitaria.

Obtenida toda esta información se concluye que parte de estas estrategias aplicadas en los centros comerciales permitieron reconocer cada uno de sus recursos y medios que usarán para lograr sus objetivos y el propósito, así mismo con estas estrategias pudieron priorizar los problemas y lograr resolverlos, creando medios que serán aplicadas bajo el personal que ellos consideraron adecuado. (Sánchez Sumelzo, 2018).

El presente trabajo de investigación asume como fortaleza metodológica el haber seleccionado a los representantes de cada local dentro del centro comercial como muestra para ser encuestada, como debilidad que ellos pueden carecen de algún tipo de información relevante para la investigación, pero es mucho más confiable que la que podría brindar un trabajador común dentro del establecimiento. Otra de nuestras fortalezas es haber empleado el modelo logit ordenado para la obtención de nuestros resultados, ya que este tipo de modelos logísticos minimizan el hecho de problemas circulares, a comparación a los modelos de serie de tiempo que presentan en su mayoría problemas circulares en mayor proporción.

## VI. CONCLUSIONES

Se determinó la incidencia entre ambas variables, corroborando así el primer objetivo general donde se señala que las estrategias organizacionales inciden sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022, generando una influencia directa para el establecimiento de sus costos, así mismo dentro de la liquidez y los ingresos percibidos dentro de estos centros comerciales, según los datos estadísticos obtenidos que indican que existieron cambios positivos en todos estos tras la aplicación de las estrategias.

La formalización organizacional es tomada en cuenta dentro de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022, se concluye que estos establecimientos cuentan con la inscripción legal correspondiente y a la vez con título de propiedad, lo cual los hace formales dentro del mercado, siendo estos requisitos primordiales para la sostenibilidad del centro comercial a largo plazo.

La especialización organizacional influye de manera positiva sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022, según los datos obtenidos, actualmente tras la implementación de estrategias estos centros comerciales tienen establecida de manera correcta la división de cada una de sus funciones por empleado, lo cual les ha permitido nutrir mucho más los conocimientos de los trabajadores, y que estos lleven de manera más eficiente sus labores, viéndose reflejado en la liquidez de cada uno de estos establecimientos, generándoles solvencia económica por ende sostenibilidad económica.

El profesionalismo organizacional según nuestros autores es determinado por dos factores principales, siendo el grado de educación y el nivel de preparación, ambos conceptos fueron tomados y se reconoce la importancia de ambos, aunque en grado de instrucción para estos centros comerciales, en su mayoría, no es necesario contar con estudios superiores, se reconoce la preparación, manejo de tecnología y la aplicación de capacitaciones sobre cada trabajador, lo cual se refleja en los ingresos obtenidos. Así se respalda la influencia del profesionalismo organizacional sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.

## VII. RECOMENDACIONES

A las empresas dentro de cualquier rubro en el mercado, tomar en cuenta que el manejo de las estrategias organizacionales, ya que no solo agilizan las actividades de cada trabajador, si no que permite plantear de mejor manera sus costos, así mismo refuerzan las fuentes de liquidez, y por ende les permite generar variaciones positivas dentro de sus ingresos, haciéndolos económicamente sostenibles.

A los estudiantes de la carrea de economía, abordar a mayor profundidad sobre ambas variables estudiadas en la presente investigación, ya que dentro de la economía si generan impacto y pueden ser de suma utilidad para el mantenimiento de los sectores empresariales a largo plazo.

A otros investigadores profundizar mucho más acerca del modelo logit ordenado para la elaboración de investigaciones similares a la presentada en este documento, ya que es de gran utilidad para variables categóricas, permitiendo reconocer de manera mucho más cercana la influencia entre variables.

## REFERENCIAS

- Aliaga Merás, M. A. (2021). Factores de clima organizacional que impactan en la intención de rotación laboral en millennials en la empresa Atento-Ate, Lima 2020. Lima, Perú. Universidad de San Marín de Porres. Obtenido de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/8377>
- altamirano peña, I. B. (2020). La liquidez en la empresa Tecocha S.A. Chiclayo. Pimentel, Perú. Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7168>
- Arroyo Pita, M. L. (2017). Diseño organizacional en la Cooperativa de Servicios Múltiples del Centro Ltda. Centrocoop, 2017. Trujillo, Perú. Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13120>
- Bizneo. (2021) Como elegir el mejor mercado. Madrid, España. Bizneo. Obtenido de <https://www.bizneo.com/blog/sistema-de-nomina/>
- Campos Anderson, L. M. (2017). Estrategias de desarrollo organizacional. San Salvador, Panamá. Universidad Dr. José Matías Delgado. Obtenido de [https://prezi.com/tkt8yoy\\_gskx/estrategias-de-desarrollo-organizacional/](https://prezi.com/tkt8yoy_gskx/estrategias-de-desarrollo-organizacional/)
- De Aguiar, M. (2017). Tipos y Diseños de Investigación. Caracas, Venezuela. SaberMetodología. Obtenido de <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tipos-y-disenos-de-investigacion/>

- Escursell, S. (2021). Sustainability in e-commerce packaging: A review. *Journal of Cleaner Production*, 2021.Barcelona, España. Universidad Politècnica de Catalunya.Obtenido de : <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124314>
- GADISA . ( 2021).Importancia de la sostenibilidad en el mundo empresarial. Betanzos, Coruña. GADISA. Obtenido de <https://www.gadisa.es/blog/la-importancia-de-la-sostenibilidad-en-el-mundo-empresarial>
- Gaynor Butterfield, E. (2021). *Empresarios emprendedores y desarrollo organizacional en Pymes*.Bueno Aires, Argentina.The Organization Development Institute International, Latinamerica.Obtenido de: [http://theodinstitute.org/articulos/18-Comportamiento\\_Organizacional\\_y\\_Desarrollo\\_Organizacional/Su\\_Beneficio\\_Kit\\_de\\_Supervivencia.htm](http://theodinstitute.org/articulos/18-Comportamiento_Organizacional_y_Desarrollo_Organizacional/Su_Beneficio_Kit_de_Supervivencia.htm)
- Gomez Velaysosa, E. (2020). *Factores sociales determinantes del ingreso económico familiar del pueblo joven* 16 de octubre, chachapoyas, 2019. Chachapoyas,Perú.Universidad nacional Toribio Rodriguez de Mendoza de Amazonas. Obtenido de: <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/2127>
- Greiner, L. (2017). *Modelo de Greiner sobre Crecimiento Organizacional* . Países Bajos, Rotterdam.Toolshero, Bolg de economía. Obtenido de: <https://www.toolshero.es/estrategia/modelo-de-greiner-sobre-crecimiento-organizacional/>
- Hinostroza Flores, B. Y., & Chumpitazi Dulanto, A. M. (2020). *Análisis del impacto del Covid-19 en la liquidez y solvencia en las empresas del sector hotelero supervisadas por la SMV*. Lima, Perú.Pontifica Universidad Católica del Perú. Obtenido de: <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/18074>
- Jauregui, K. (2021). *¿Cómo asegurar mayor sostenibilidad empresarial en el Perú?* Lima, Perú. Escuela de Administración de Negocios para Graduados-ESAN. Obtenido de: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-asegurar-mayor-sostenibilidad-empresarial-en-el-peru>

- Martínez Álvarez, A. M. (2020). Modelo de Sostenibilidad con enfoque de gestión de proyectos para un desarrollo endógeno. Bogotá, Colombia. Universidad EAN de Colombia. Obtenido de: <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/10794/MartinezAna2021.pdf?sequence=1>
- Mirón Gomez, D. (2019). Conceptos de contabilidad . Lima, Perú. Universidad del Pacífico. Obtenido de: <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1176/AE12.pdf?sequence>
- Morales González, K. K. (2020). Análisis situacional de la oferta y demanda del mercado laboral publicitario en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador. Universidad de Guayaquil. Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49658>
- Orellana Nirian, P. (2021). Sostenibilidad economica . Madrid, España. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/sostenibilidad-economica.html>
- Ramírez Alonso, G. M. (2011). Procedimiento para el desarrollo del proceso de aprendizaje organizacional en la dirección provincial alimenticia de tunas. .Cuba. Universidad Vladimir Ilich Lenin de Las Tunas. Obtenido de: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/566/566.pdf>
- Ramos, P., Luciana, P., & Ramos, C. (2020). Cultura Organizacional en la formalización de Microempresas en la ciudad de Huaral. Huaral, Perú. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Obtenido de: <https://revistas.unjfsc.edu.pe/index.php/BIGBANG/article/view/586>
- Sanchez Ambriz, G. (2017). El desarrollo organizacional: una estrategia de cambio para las instituciones documentales. Murcia, España. Sistema de Información Científica - Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Obtenido de: <https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/70351>

- Sánchez Sumelzo, N. (2018). Importancia de los distintos grupos de . sostenibilidad empresarial. Barcelona,España.Universidad politecnica de Catalunya. Obtenido de: <https://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/18820>
- Santos Loor, M. S. (2021). Diseño de una estructura organizacional para fortalecer la competitividad de la empresa Mundo Deportivo S.A 2020. Piura.Piura,Perú.Universidad Cesar Vallejo.Obtenido de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/61296>
- Sosa. (2020). Diseño de estrategias para la creación de valor y su incidencia en la toma de decisiones de la Empresa el Super SAC, 2017-2018. Chiclayo,Perú.Universidad catolica Santo Toribio de Morgrovejo. Obtenido de: <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2911>
- Torres, L. (2016). Reconocimiento de los ingresos ordinarios y su impacto en las cuentas por cobrar. Guayaquil,Ecuador. Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Obtenido de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1666>
- UNAM. (2017). El Estudio Técnico en un Proyecto de Inversión.Ciudad de Mexico, Mexico.Universidad Ncional Autonoma de Mexico. Obtenido de: <https://recursoseducativos.unam.mx/handle/123456789/22139>
- Uriza. (2019). Gestión del riesgo de liquidez y su Impacto en la Gestión Integral de la Empresa. Bogotá, Colombia.Universidad Católica de Colombia.Obtenido de: <https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/b34243ec-9ba5-4995-8e94-7cf7276e0c3f>
- Valdivia, R. (15 de 9 de 2020). La importancia de la liquidez para la supervivencia del negocio. Lima, Perú. Universidad de Lima. Obtenido de: <https://www.ulima.edu.pe/educacion-ejecutiva/noticias/la-importancia-de-la-liquidez-para-la-supervivencia-del-negocio>
- Vazquez Bustamante, R. (2020). Material para asignatura de Costos I. Ciudad de Mexico, Mexico.Unuversidad Nacional Autonoma de Mexico.Obtenido de: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/costos.pdf>
- Villas Boas, C. M. (2020). The effect of the Covid-19 on sharing economy activities. Journal of Cleaner Production. Doha, Qatar. College of Business and

- Economics, Qatar University. Obtenido de:  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7578199/>
- Checkland, P. (1896). *Systems thinking, systems practice*. Wellington Street, Leeds. Emerald Publishing Ltd. Obtenido de:  
<https://www.icevirtuallibrary.com/doi/epdf/10.1680/cien.2003.156.4.187>
- Daft, R. (2016). *theory and organizational design*. E.E.U.U. Vanderbilt University. Obtenido de:  
[https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=yPq5BwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Daft,+R.+\(2016\).+theory+and+organizational+design.+E.E.U.U.](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=yPq5BwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Daft,+R.+(2016).+theory+and+organizational+design.+E.E.U.U.)
- M, M. (2016). *A conceptual framework for circular design*. Sustainability . Dezeen.
- Hermundsdottir, F., & Aspelund, A. (2020). Sustainability innovations and firm competitiveness: A review. *Journal of Cleaner Production*, 6. Trondheim, Norway. Department of Industrial Economics and Technology Management, Norwegian University of Science and Technology (NTNU) Obtenido de:  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124715>
- Engineering, I. (2020). *The Impact of COVID-19 on Consumers: Preparing for Digital Sales*. IEEE Engineering Management Review, 212. Montclair, USA. Montclair State University. Obtenido de:  
<https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=9076858>
- Kumar Dey, P. (2019). . *The impact of lean management practices and sustainably-oriented innovation on sustainability*. European Union's Horizon, UK. British Journal Management. Obtenido de: <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12388>
- Fleithde Medeiros, J., & DuarteRibeiro, J. L. (2014). *Success factors for innovation of environmentally sustainable products*. Porto Alegre, Brazil. ELSEVIER. Obtenido de:  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652622006734>
- Winch, G. (2014). *A framework for coding business models and process models in the design of e-Business- Organizational Strategy*. ScienceDirect. Obtenido de: [10.1016/B978-075066140-9/50005-9](https://doi.org/10.1016/B978-075066140-9/50005-9)

- FlySteensen, E. (2014). Five types of organizational strategy. Dinamarca. Aarhus University - School of Business and Social Sciences. Obtenido de: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2595501](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2595501)
- Balkin, B., & David. (2021). Equalize compensation and organizational strategies. ELSEVIER. Obtenido de: <https://doi.org/10.1177/088636878701900505>
- M. Falbe, C., C. Dandridge, T., & Kumar, A. (2021). The effect of the organizational context on business strategies in franchising. Arizona, Estados Unidos. Arizona States Universit. Obtenido de: <https://ideas.repec.org/a/eee/jbvent/v14y1999i1p125-140.html>

## V. ANEXOS: MATRIZ DE CONSISTENCIA

| Problema   | Objetivos  | Hipótesis   | Variables                    | Dimensiones                    | Indicadores   |
|--|--|---|------------------------------|--------------------------------|---|
| Problema General   | Objetivo General   | Hipótesis General   | Variable Independiente       |                                |   |
| ¿Las estrategias organizacionales inciden sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022?      | Determinar la incidencia de las estrategias organizacionales sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. | Las estrategias organizacionales inciden sobre la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.      | Estrategias organizacionales | Formalización organizacional   | Número de sedes<br>Inscripción legal<br>título de propiedad |
|  |  |   |                              | Especialización organizacional | Número de funciones<br>por trabajador                       |
|  |  |   |                              | Profesionalismo organizacional | Nivel de educación<br>y recursos                            |
| Problemas Específicos  | Objetivos Específicos  | Hipótesis Específicas   | Variable Dependiente         | Costos                         | Costo unitario  |
| ¿La formalización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022?   | Determinar si la formalización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.    | La formalización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.   | Sostenibilidad económica     |                                | Costo total   |
|  |  |   |                              | Liquidez                       | Dinero en efectivo  |
|  |  |   |                              | Ingresos                       | Solvencia económica   |
| ¿La especialización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022? | Señalar si la especialización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.     | La especialización organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. |                              |                                |   |
| ¿El profesionalismo organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022? | Indicar si el profesionalismo organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022.     | El profesionalismo organizacional influye sobre la sostenibilidad económica de los centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022. |                              |                                |   |

## TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

| VARIABLES                    | DEFINICIÓN CONCEPTUAL   | DEFINICIÓN OPERACIONAL   | DIMENSIONES                    | INDICADORES                             | ESCALA  |
|------------------------------|---|--|--------------------------------|---|---------|
| Estrategias organizacionales | Según (Campos Anderson, 2015) son estrategias que agrupan ideas acerca de la organización, el ambiente que la rodea y el hombre que la organiza, buscando de esta manera propiciar de mejor forma el desarrollo y el crecimiento de sus habilidades, destrezas y competencias como organización.  | Las estrategias organizacionales de los centros comerciales señalaran a manera global como se desenvuelven en su entorno. Estas estrategias tienen que estar alineadas con el giro de su organización tanto como su tamaño en la proyección para que pueda cumplir sus metas y a la vez los objetivos y así pueda llevar de forma paralela diversos niveles y alcances de proyectos. | Formalización organizacional   | Número de sedes con título de propiedad | Nominal |
|                              |   |  | Especialización organizacional | Número de funciones por trabajador      | Nominal |
|                              |   |  | Profesionalismo organizacional | Nivel de educación y recursos           | Nominal |
| Sostenibilidad económica     | En definición (Martínez Álvarez, 2020) aporta que la sostenibilidad económica es ser capaz de lograr un nivel de producción económico alto de forma indefinida. Dentro de un contexto empresarial, tomando el caso de los supermercados, la sostenibilidad económica se dará cuando se utilicen los recursos de la empresa para mantener su funcionamiento a largo plazo. | La sostenibilidad económica dentro de los centros comerciales representa la utilización de los recursos de manera más eficaz para que a largo plazo esta pueda seguir en funcionamiento.   | Costos                         | Costo Unitario Y costo total            | Nominal |
|                              |   |  | Liquidez                       | Dinero en efectivo                      | Nominal |
|                              |   |  | Ingresos                       | Solvencia económica                     | Nominal |

## CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N p * q * z^2}{(N - 1)e^2 + z^2 p * q}$$
$$\frac{(950)(0.5)(0.5)(1.96)^2}{(950 - 1)(0.5)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

**n= 304**

Dónde:

**N =950** trabajadores

**e =** Grado de error (0.05)

**Z<sup>2</sup>= 1.96** (nivel de confianza del 95%)

**p =0.5**

**q =0.5**

## DOCUMENTACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

|   |      |
|---|------|
| Nombre de la Organización:                | RUC: |
|   |      |
| Nombre del Titular o Representante legal: |      |
|   |      |
| Nombres y Apellidos                       | DNI: |
|   |      |

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [    ], no autorizo [    ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |              |
|--|--------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |              |
|  |              |
| Incidencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |              |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |              |
|  |              |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero de Jesús  | DNI:76521813 |
|  |              |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 28 de mayo del 2022

Firma: \_\_\_\_\_

**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## AUTORIZACIÓN DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

|   |                         |
|---|-------------------------|
| Nombre de la Organización:                                    | RUC:20605474871         |
| <b>Plaza Santander</b>  |                         |
| Nombre del Titular o Representante legal:                     |                         |
| Nombres y Apellidos<br><b>Luz Helena Ysabel Cruz Carrasco</b> | DNI:<br><b>70175028</b> |

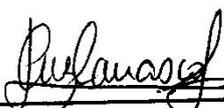
#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |              |
|--|--------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |              |
| Incidencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |              |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |              |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero   | DNI:76521813 |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 18 de mayo del 2022

Firma: 

(Titular o Representante legal de la Institución)

(\* ) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## **AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

### Datos Generales

|   |                         |
|---|-------------------------|
| Nombre de la Organización:                              | RUC:20531830424         |
| <b>Centro comercial los Ferroles</b>                    |                         |
| Nombre del Titular o Representante legal:               |                         |
| Nombres y Apellidos<br><b>Julio Wilmer Cruz Rosales</b> | DNI:<br><b>32265614</b> |

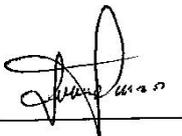
### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |              |
|--|--------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |              |
| Incidencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |              |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |              |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero   | DNI:76521813 |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 18 de mayo del 2022

Firma:   
(Titular o Representante legal de la Institución)



(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## **AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

### Datos Generales

|   |                         |
|---|-------------------------|
| Nombre de la Organización:                                | RUC:20605237348         |
| <b>Happy Plaza</b>  |                         |
| Nombre del Titular o Representante legal:                 |                         |
| Nombres y Apellidos<br><b>Neyver Bertony Oncoy Montes</b> | DNI:<br><b>48043282</b> |

### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |              |
|--|--------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |              |
| Incidencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |              |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |              |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero   | DNI:76521813 |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 18 de mayo del 2022

Firma:   
**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “f” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

### Datos Generales

|  |                         |
|--|-------------------------|
| Nombre de la Organización:                         | RUC: <b>20445301711</b> |
| <b>Centro Comercial Bencha</b>                     |                         |
| Nombre del Titular o Representante legal:          |                         |
| Nombres y Apellidos<br><b>Sara Esteban Bringas</b> | DNI:<br><b>32946403</b> |

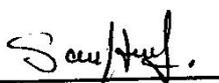
### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |              |
|--|--------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |              |
| Incidencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |              |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |              |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero   | DNI:76521813 |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 18 de mayo del 2022

Firma: 

**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## **AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

### Datos Generales

|  |                         |
|--|-------------------------|
| Nombre de la Organización:                               | RUC: <b>20445554686</b> |
| <b>Centro Comercial Gamarra</b>                          |                         |
| Nombre del Titular o Representante legal:                |                         |
| Nombres y Apellidos<br><b>Mariano Castillo Rodríguez</b> | DNI:<br><b>32925479</b> |

### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |              |
|--|--------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |              |
| Indicencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |              |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |              |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero   | DNI:76521813 |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 18 de mayo del 2022

Firma: 

**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## **AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

### Datos Generales

|  |                          |
|--|--------------------------|
| Nombre de la Organización:                         | RUC: <b>20522636208</b>  |
| <b>Centro Comercial El Triunfo</b>                 |                          |
| Nombre del Titular o Representante legal:          |                          |
| Nombres y Apellidos<br><b>Tomás Honorio Galvez</b> | DNI:<br><b>327957847</b> |

### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |              |
|--|--------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |              |
| Indicencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |              |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |              |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero   | DNI:76521813 |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 18 de mayo del 2022

Firma: \_\_\_\_\_

**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio,

salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

### Datos Generales

|  |                         |
|--|-------------------------|
| Nombre de la Organización:                       | RUC: <b>20445417000</b> |
| <b>Centro Comercial Bahia Plaza Center</b>       |                         |
| Nombre del Titular o Representante legal:        |                         |
| Nombres y Apellidos<br><b>Henriquez H. Susan</b> | DNI:<br><b>32836774</b> |

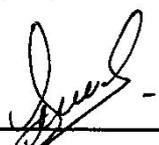
### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |               |
|--|---------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |               |
| Indicencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |               |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |               |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero   | DNI: 76521813 |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 18 de mayo del 2022

Firma:  \_\_\_\_\_  
**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

## AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

### Datos Generales

|   |                         |
|---|-------------------------|
| Nombre de la Organización:  | RUC: 20320259941        |
| <b>ASOCIACION DE COMERCIANTES DE PAN LLEVAR Y SERVICIOS MULTIPLES DEL MERCADO FERROCARRIL</b> |                         |
| Nombre del Titular o Representante legal:   |                         |
| Nombres y Apellidos<br><b>Carlos Montes Ortiz</b>   | DNI:<br><b>32781106</b> |

### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

|  |              |
|--|--------------|
| Nombre del Trabajo de Investigación  |              |
| Indicencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022 |              |
| Nombre del Programa Académico: Economía  |              |
| Autor: Ramírez Díaz Lucero   | DNI:76521813 |

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, 18 de mayo del 2022

Firma: 

**(Titular o Representante legal de la Institución)**

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “ f ” Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS : ENCUESTA CON FINES DE INVESTIGACIÓN**



La presente encuesta consta de 32 ítems para poder llevar a cabo la investigación titulada “Incidencia de las estrategias organizacionales en la sostenibilidad económica en centros comerciales frente al coronavirus – Chimbote 2022”. Sirva a marcar la alternativa que crea más conveniente teniendo en cuenta que:

|     |                                | A. Totalmente en desacuerdo  | B. En desacuerdo | C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo | D. De acuerdo | E. Totalmente de acuerdo |          |          |          |          |
|-----|--------------------------------|--|------------------|-----------------------------------|---------------|--------------------------|----------|----------|----------|----------|
|     |                                | <b>ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES</b>  |                  |                                   |               | <b>ALTERNATIVAS</b>      |          |          |          |          |
| ND° |                                | <b>ITEMS</b>   |                  |                                   |               | <b>A</b>                 | <b>B</b> | <b>C</b> | <b>D</b> | <b>E</b> |
| D1  | <b>ITEMS SEGÚN DIMENSIONES</b> | <b>Formalización organizacional</b>  |                  |                                   |               |                          |          |          |          |          |
|     |                                | 1. El centro comercial para el que usted trabaja cuenta con una sola sede con título de propiedad<br>2. Fue necesaria la expansión de nuevas sedes del centro comercial frente la pandemia del coronavirus   |                  |                                   |               |                          |          |          |          |          |
| D2  |                                | <b>Especialización organizacional</b>  |                  |                                   |               |                          |          |          |          |          |
|     |                                | 3. Tiene conocimiento de lo que son las estrategias organizacionales<br>4. Dentro de su centro de trabajo se aplicaban estrategias organizacionales antes de la pandemia del coronavirus<br>5. Actualmente dentro de su centro de trabajo aplican estrategias organizacionales<br>6. En su centro de trabajo se han distribuido las funciones de manera ordenada y específica<br>7. Se ejerce más de una función por trabajador dentro de su centro de trabajo |                  |                                   |               |                          |          |          |          |          |
| D3  |                                | <b>Profesionalismo organizacional</b>  |                  |                                   |               |                          |          |          |          |          |

|            |                                |  |                     |          |          |          |          |
|------------|--------------------------------|--|---------------------|----------|----------|----------|----------|
|            |                                | 8. Fue un requisito contar estudios secundarios completos para ejercer sus labores dentro de la organización<br>9. Fue un requisito contar con educación universitaria para ejercer sus labores dentro de la organización<br>10. Fue un requisito contar con título profesional para ejercer sus labores dentro de la organización.<br>11. Frente a la pandemia del coronavirus se implementaron más equipos tecnológicos<br>12. Dentro de sus labores no utiliza equipo tecnológico<br>13. El uso de equipos tecnológicos mejoró el sistema del centro comercial<br>14. Recibe capacitaciones internas sobre estrategias organizacionales |                     |          |          |          |          |
|            |                                | <b>SOSTENEABILIDAD ECONOMICA</b>   | <b>ALTERNATIVAS</b> |          |          |          |          |
| <b>ND°</b> |                                | <b>ITEMS</b>   | <b>A</b>            | <b>B</b> | <b>C</b> | <b>D</b> | <b>E</b> |
| <b>D1</b>  | <b>ITEMS SEGÚN DIMENSIONES</b> | <b>Costos</b>  |                     |          |          |          |          |
|            |                                | 15. Utilizan estrategias que determinan los costos de los productos y servicios ofrecidos<br>16. El costo unitario de cada uno de los productos y servicios que ofrece esta determinado de manera específica<br>17. El costo unitario de cada uno de los productos que ofrece ha variado frente la pandemia del coronavirus<br>18. Tiene conocimiento del costo total que opera el negocio al que pertenece  |                     |          |          |          |          |
| <b>D2</b>  |                                | <b>Liquidez</b>  |                     |          |          |          |          |
|            |                                | 19. El centro comercial cuenta con alta afluencia de personas pese a la pandemia del coronavirus<br>20. Las estrategias organizacionales permiten al centro comercial contar con la suficiente liquidez<br>21. Dentro de su centro de trabajo cuenta con los saldos de efectivo disponible suficientes<br>22. El centro comercial se encarga de brindar la cantidad necesaria de productos y servicios para el público consumidor<br>23. Existió escases de productos o servicios frente a la pandemia del coronavirus   |                     |          |          |          |          |
| <b>D3</b>  |                                | <b>Ingresos</b>  |                     |          |          |          |          |
|            |                                | 24. El centro comercial para el que usted trabaja cuenta con la capacidad necesaria para cubrir  |                     |          |          |          |          |

|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
|  | <p>salidas económicas</p> <p>25. El centro comercial para el que usted trabaja opera con recursos propios</p> <p>26. Las estrategias organizacionales aplicadas han generado variaciones en los ingresos del centro comercial</p> <p>27. Los ingresos del centro comercial aumentaron pese la pandemia del coronavirus</p> <p>28. Los ingresos del centro comercial disminuyeron frente la pandemia del coronavirus</p> <p>29. Dentro de su centro de trabajo se cumple con el pago a tiempo a sus trabajadores y proveedores</p> <p>30. El centro comercial cumple con el pago de sus servicios como agua y luz</p> <p>31. El centro comercial tiene algún tipo de mora por deudas por pagar</p> |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|

**VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR EXPERTOS**  
**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE**  
**INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Robert Jara
- I.2. Especialidad del Validador: Doctor en investigación
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Ramírez Díaz Lucero

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

| INDICADORES                   | CRITERIOS   | Deficiente<br>0-20% | Regular<br>21-40% | Bueno<br>41-60% | Muy bueno<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|-------------------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| CLARIDAD                      | Esta formulado con lenguaje apropiado   |                     |                   |                 |                     | X                    |
| OBJETIVIDAD                   | Esta expresado de manera coherente y lógica   |                     |                   |                 |                     | X                    |
| PERTINENCIA                   | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| ACTUALIDAD                    | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| ORGANIZACIÓN                  | Comprende los aspectos en calidad y claridad.   |                     |                   |                 | X                   |                      |
| SUFICIENCIA                   | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.   |                     |                   |                 |                     | X                    |
| INTENCIONALIDAD               | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| CONSISTENCIA                  | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. |                     |                   |                 |                     | X                    |
| COHERENCIA                    | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento         |                     |                   |                 | X                   |                      |
| METODOLOGÍA                   | Considera que los ítems miden lo que pretende medir.  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| <b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b> |   | <b>80%</b>          |                   |                 |                     |                      |

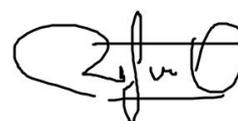
**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Ninguno

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

80%



Chimbote, 10 de mayo del 2022.

DNI 10057138

Teléfono 990883292

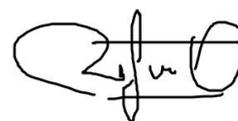
## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: Estrategias organizacionales

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE<br>SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|----------------------------|--------------|
| Ítem 1      | x          |                            |              |
| Ítem 2      | x          |                            |              |
| Ítem 3      | x          |                            |              |
| Ítem 4      | x          |                            |              |
| Ítem 5      | X          |                            |              |
| Ítem 6      | X          |                            |              |
| Ítem 7      | X          |                            |              |
| Ítem 8      | X          |                            |              |
| Ítem 9      | X          |                            |              |
| Ítem 10     | X          |                            |              |
| Ítem 11     | X          |                            |              |
| Ítem 12     | X          |                            |              |
| Ítem 13     | X          |                            |              |
| Ítem 14     | X          |                            |              |

### Variable 2: Sostenibilidad económica

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE<br>SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|----------------------------|--------------|
| Ítem 15     | x          |                            |              |
| Ítem 16     | x          |                            |              |
| Ítem 17     | x          |                            |              |
| Ítem 18     | x          |                            |              |
| Ítem 19     | X          |                            |              |
| Ítem 20     | X          |                            |              |
| Ítem 21     | X          |                            |              |
| Ítem 22     | X          |                            |              |
| Ítem 23     | X          |                            |              |
| Ítem 24     | X          |                            |              |
| Ítem 25     | X          |                            |              |
| Ítem 26     | X          |                            |              |
| Ítem 27     | X          |                            |              |
| Ítem 28     | X          |                            |              |
| Ítem 29     | X          |                            |              |
| Ítem 30     | X          |                            |              |
| Ítem 31     | X          |                            |              |



DNI 10057138

Teléfono 990883292

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Bernardo Cojal  
I.2. Especialidad del Validador: Doctor en investigación  
I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo  
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
I.5. Autor del instrumento: Ramírez Díaz Lucero

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES            | CRITERIOS   | Deficiente<br>0-20% | Regular<br>21-40% | Bueno<br>41-60% | Muy bueno<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|------------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| CLARIDAD               | Esta formulado con lenguaje apropiado   |                     |                   |                 |                     | X                    |
| OBJETIVIDAD            | Esta expresado de manera coherente y lógica   |                     |                   |                 | X                   |                      |
| PERTINENCIA            | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| ACTUALIDAD             | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| ORGANIZACIÓN           | Comprende los aspectos en calidad y claridad.   |                     |                   |                 | X                   |                      |
| SUFICIENCIA            | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.   |                     |                   |                 | X                   |                      |
| INTENCIONALIDAD        | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| CONSISTENCIA           | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. |                     |                   |                 |                     | X                    |
| COHERENCIA             | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento         |                     |                   |                 |                     | X                    |
| METODOLOGÍA            | Considera que los ítems miden lo que pretende medir.  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN |   | 80%                 |                   |                 |                     |                      |

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Ninguno

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%



Los Olivos, 08 de mayo del 2022.

DNI 17898066

Teléfono 966547895

## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: Estrategias organizacionales

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1      | x          |                         |              |
| Ítem 2      | x          |                         |              |
| Ítem 3      | x          |                         |              |
| Ítem 4      | x          |                         |              |
| Ítem 5      | X          |                         |              |
| Ítem 6      | X          |                         |              |
| Ítem 7      | X          |                         |              |
| Ítem 8      | X          |                         |              |
| Ítem 9      | X          |                         |              |
| Ítem 10     | X          |                         |              |
| Ítem 11     | X          |                         |              |
| Ítem 12     | X          |                         |              |
| Ítem 13     | X          |                         |              |
| Ítem 14     | X          |                         |              |

### Variable 2: Sostenibilidad económica

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 15     | x          |                         |              |
| Ítem 16     | x          |                         |              |
| Ítem 17     | x          |                         |              |
| Ítem 18     | x          |                         |              |
| Ítem 19     | X          |                         |              |
| Ítem 20     | X          |                         |              |
| Ítem 21     | X          |                         |              |
| Ítem 22     | X          |                         |              |
| Ítem 23     | X          |                         |              |
| Ítem 24     | X          |                         |              |
| Ítem 25     | X          |                         |              |
| Ítem 26     | X          |                         |              |
| Ítem 27     | X          |                         |              |
| Ítem 28     | X          |                         |              |
| Ítem 29     | X          |                         |              |
| Ítem 30     | X          |                         |              |
| Ítem 31     | X          |                         |              |



DNI 17898066

Teléfono 966547895

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Edmundo Casivilca

I.2. Especialidad del Validador: Doctor en investigación

I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

I.5. Autor del instrumento: Ramírez Díaz Lucero

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES            | CRITERIOS   | Deficiente<br>0-20% | Regular<br>21-40% | Bueno<br>41-60% | Muy bueno<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|------------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| CLARIDAD               | Esta formulado con lenguaje apropiado   |                     |                   |                 | X                   |                      |
| OBJETIVIDAD            | Esta expresado de manera coherente y lógica   |                     |                   |                 | X                   |                      |
| PERTINENCIA            | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| ACTUALIDAD             | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables  |                     |                   |                 | X                   |                      |
| ORGANIZACIÓN           | Comprende los aspectos en calidad y claridad.   |                     |                   |                 | X                   |                      |
| SUFICIENCIA            | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.   |                     |                   |                 | X                   |                      |
| INTENCIONALIDAD        | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| CONSISTENCIA           | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. |                     |                   |                 |                     | X                    |
| COHERENCIA             | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento         |                     |                   |                 |                     | X                    |
| METODOLOGÍA            | Considera que los ítems miden lo que pretende medir.  |                     |                   |                 |                     | X                    |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN |   | 80%                 |                   |                 |                     |                      |

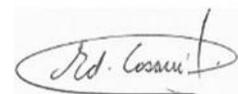
### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Ninguno

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%



Los Olivos, 10 de mayo del 2022.

DNI 06598217

Teléfono 980352633

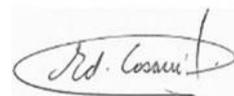
**V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**

**Variable 1: Estrategias organizacionales**

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1      | x          |                         |              |
| Ítem 2      | x          |                         |              |
| Ítem 3      | x          |                         |              |
| Ítem 4      | x          |                         |              |
| Ítem 5      | X          |                         |              |
| Ítem 6      | X          |                         |              |
| Ítem 7      | X          |                         |              |
| Ítem 8      | X          |                         |              |
| Ítem 9      | X          |                         |              |
| Ítem 10     | X          |                         |              |
| Ítem 11     | X          |                         |              |
| Ítem 12     | X          |                         |              |
| Ítem 13     | X          |                         |              |
| Ítem 14     | X          |                         |              |

**Variable 2: Sostenibilidad económica**

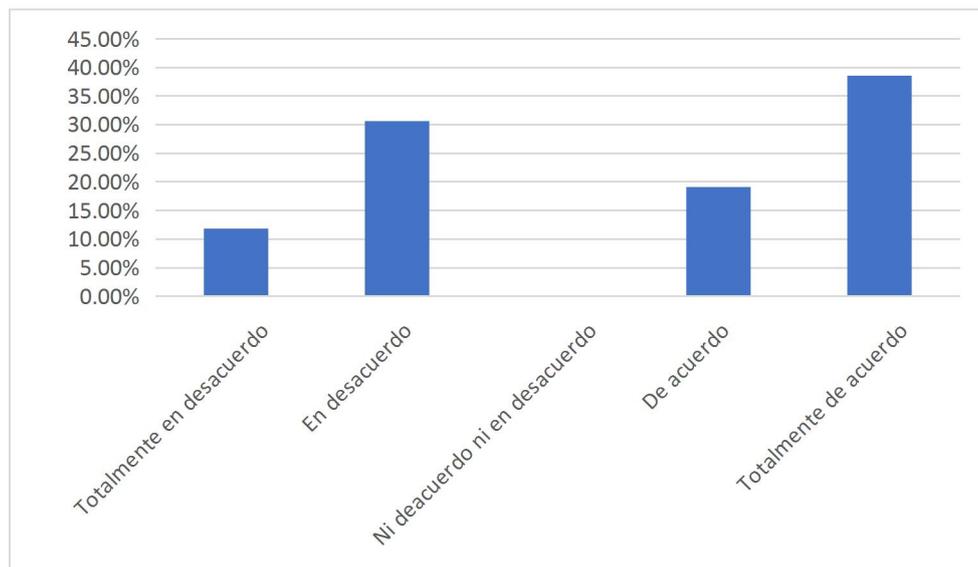
| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 15     | x          |                         |              |
| Ítem 16     | x          |                         |              |
| Ítem 17     | x          |                         |              |
| Ítem 18     | x          |                         |              |
| Ítem 19     | X          |                         |              |
| Ítem 20     | X          |                         |              |
| Ítem 21     | X          |                         |              |
| Ítem 22     | X          |                         |              |
| Ítem 23     | X          |                         |              |
| Ítem 24     | X          |                         |              |
| Ítem 25     | X          |                         |              |
| Ítem 26     | X          |                         |              |
| Ítem 27     | X          |                         |              |
| Ítem 28     | X          |                         |              |
| Ítem 29     | X          |                         |              |
| Ítem 30     | X          |                         |              |
| Ítem 31     | X          |                         |              |



## RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

Figura 1

*Tiene conocimiento de lo que son las estrategias organizacionales*

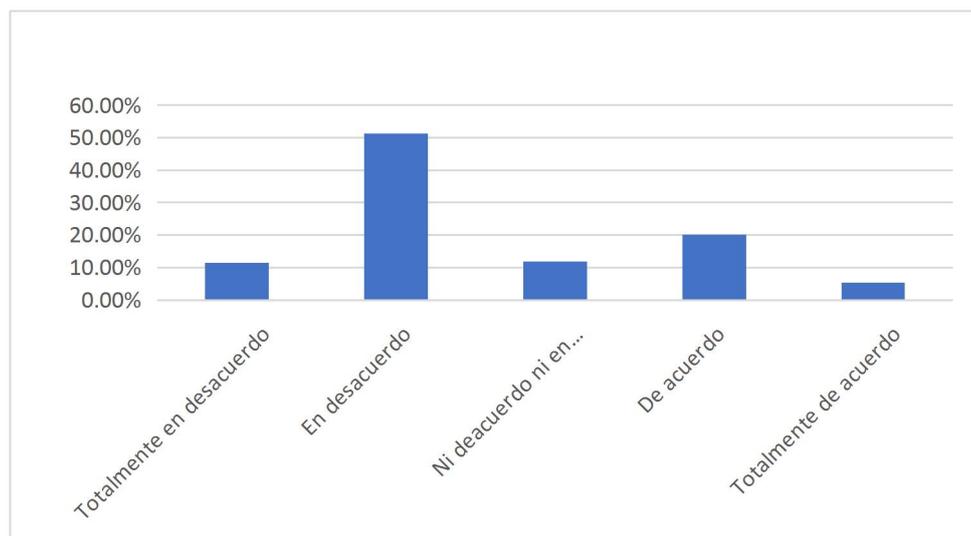


Nota:

Elaboración propia

Figura 2

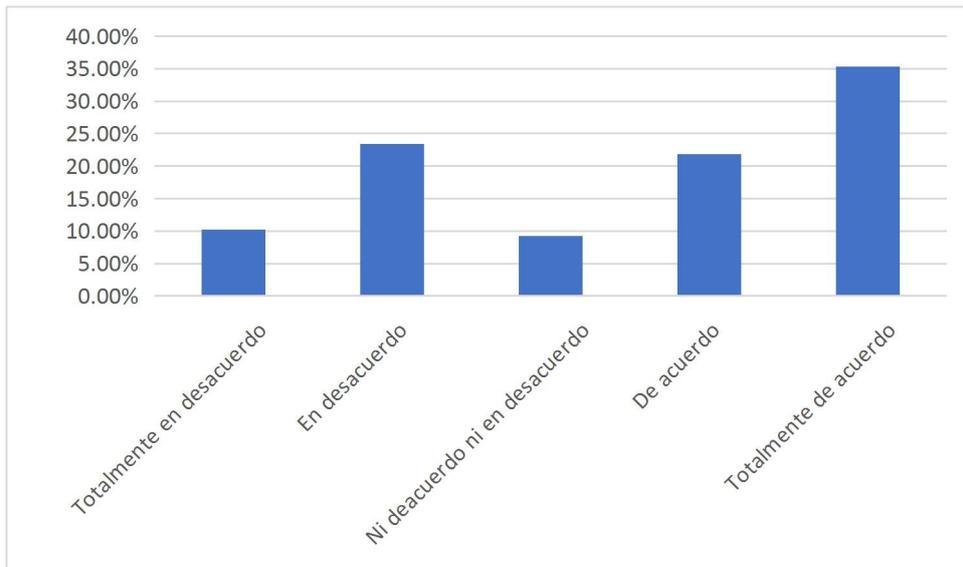
*Se aplicaban estrategias organizacionales antes de la pandemia*



Nota: Elaboración propia

Figura 3

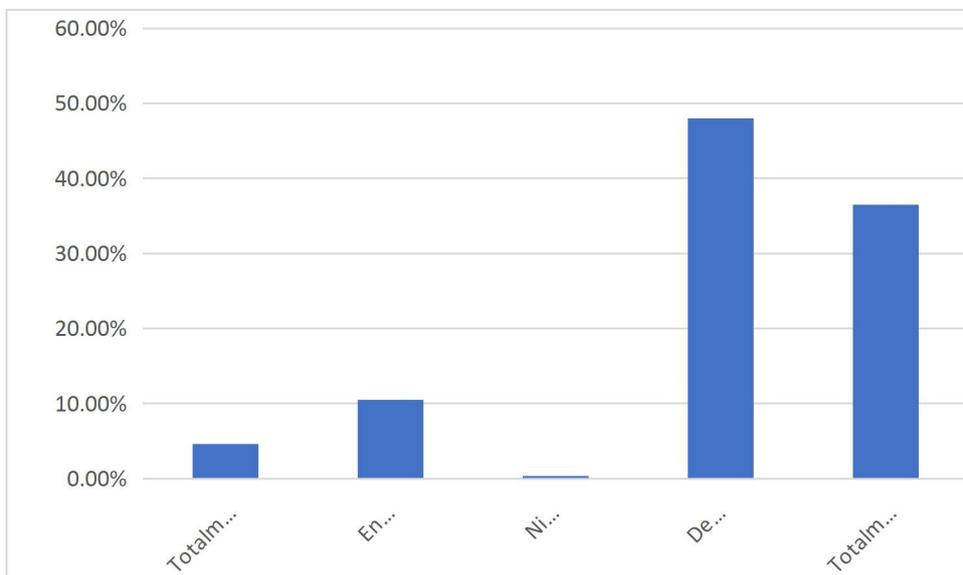
*Actualmente dentro de su centro de trabajo aplican estrategias organizacionales*



Nota: Elaboración propia

Figura 4

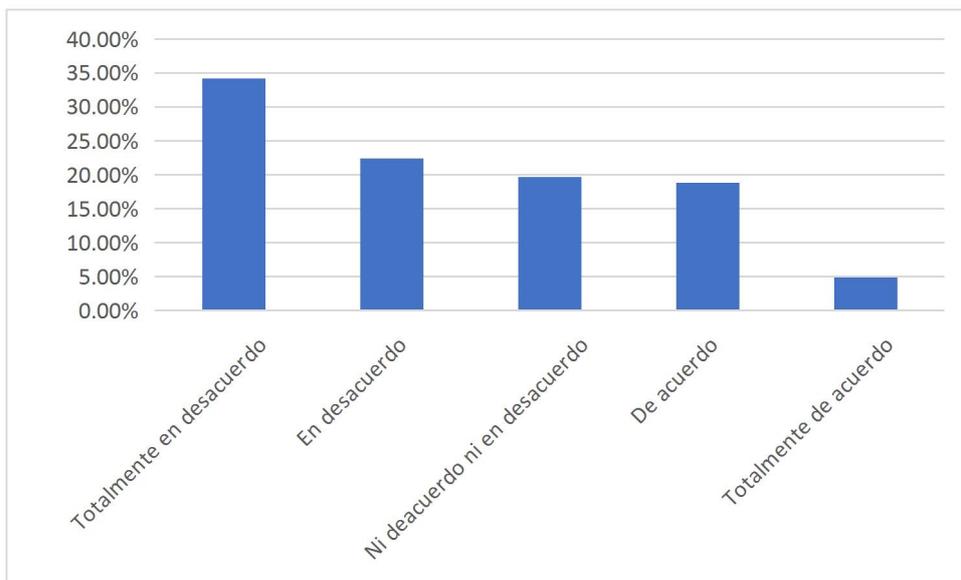
*En su centro de trabajo se han distribuido las funciones de manera ordenada y específica*



Nota: Elaboración propia

Figura 5

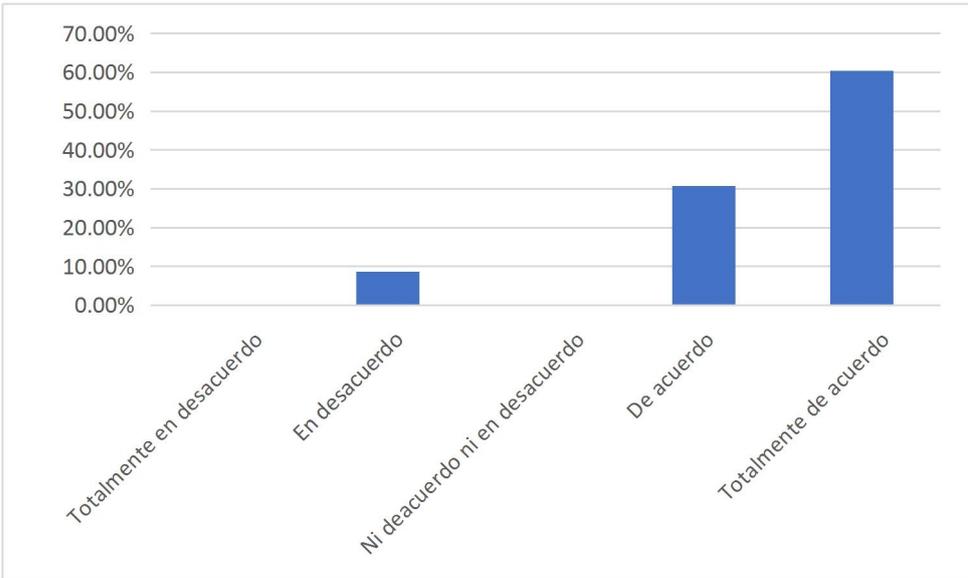
*Se ejerce más de una función por trabajador dentro de su centro de trabajo*



Nota: Elaboración propia

Figura 6

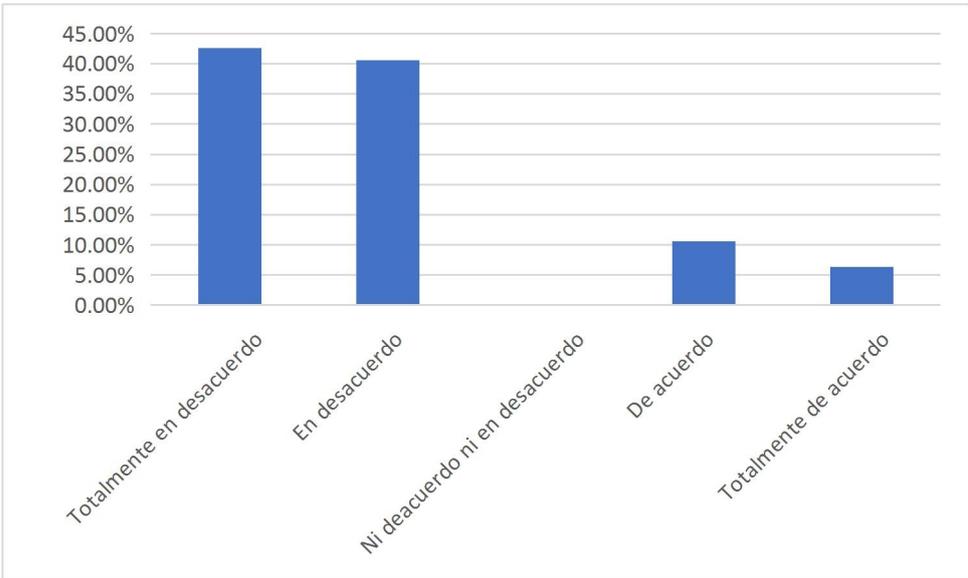
*Fue un requisito contar estudios secundarios completos para ejercer sus labores dentro de la organización*



Nota: Elaboración propia

Figura 7

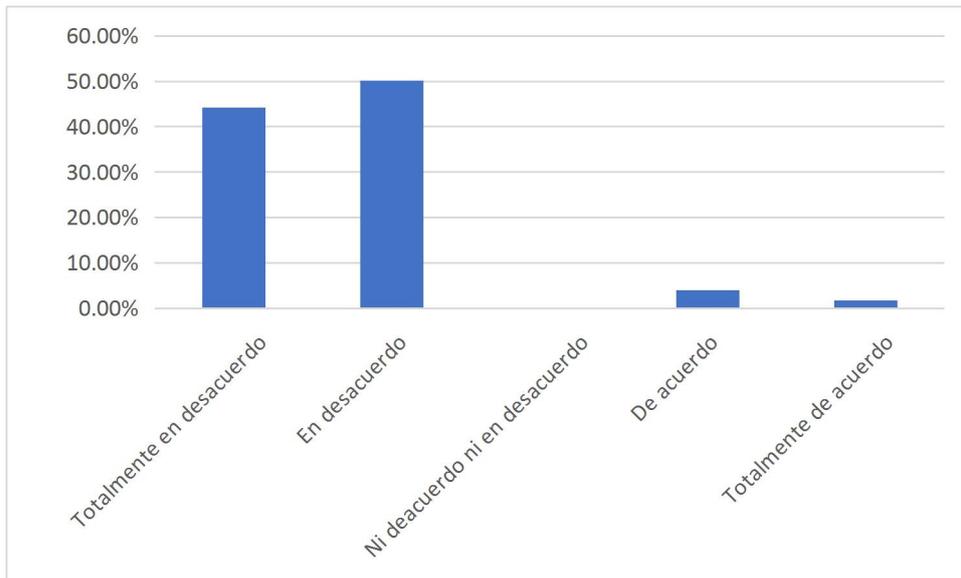
*Fue un requisito contar con educación universitaria para ejercer sus labores dentro de la organización*



Nota: Elaboración propia

Figura 8

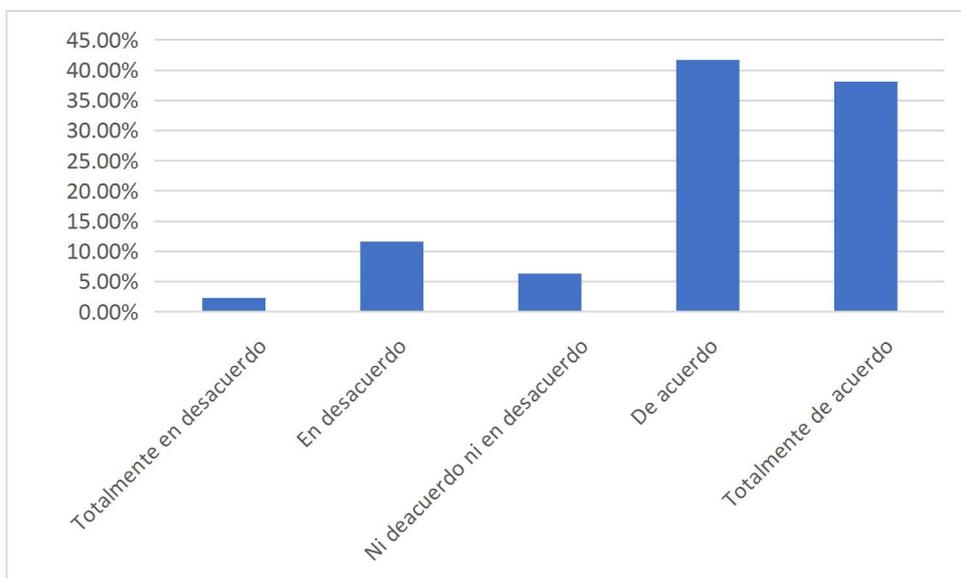
*Fue un requisito contar con título profesional para ejercer sus labores dentro de la organización*



Nota: Elaboración propia

Figura 9

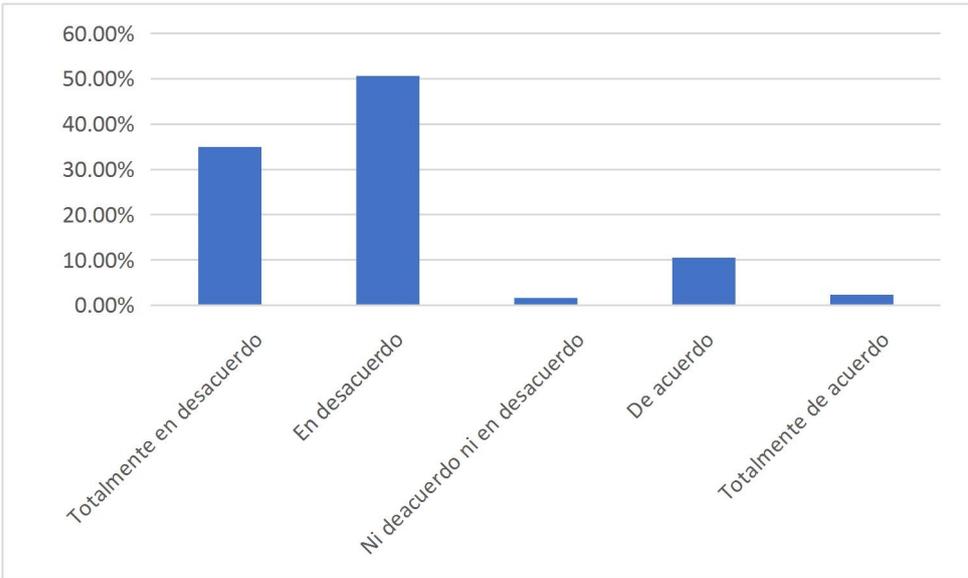
*Frente a la pandemia del coronavirus se implementaron más equipos tecnológicos*



Nota: Elaboración propia

Figura 10

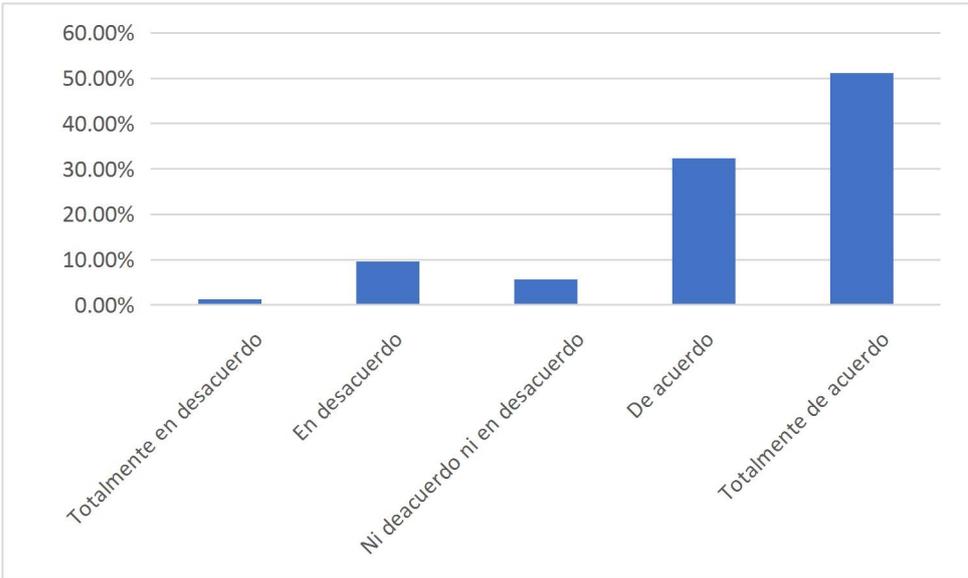
*Dentro de sus labores no utiliza equipo tecnológico*



Nota: elaboración propia

Figura 11

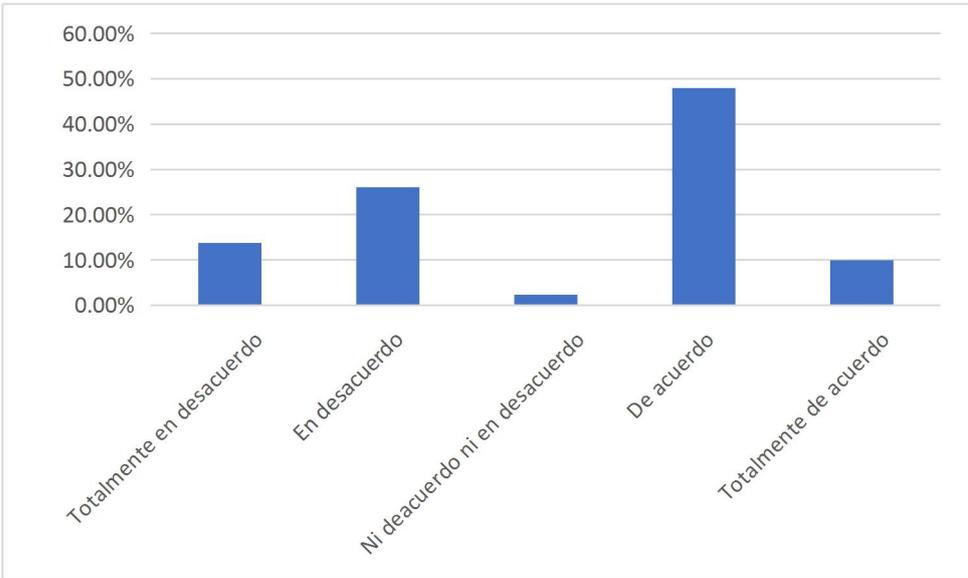
*El uso de equipos tecnológicos mejoró el sistema del centro comercial*



Nota: Elaboración propia

Figura 12

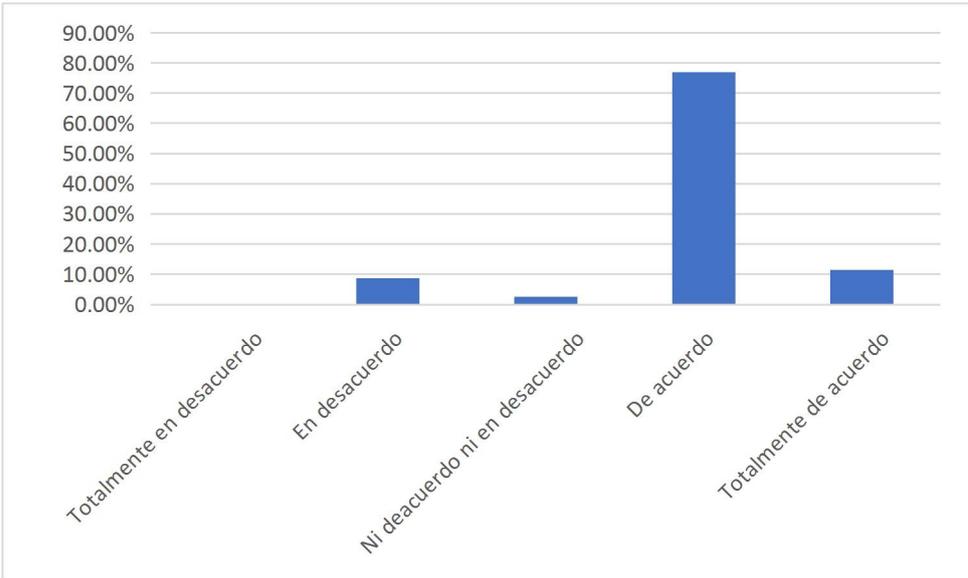
*Recibe capacitaciones internas sobre estrategias organizacionales*



Nota: Elaboración propia

Figura 13

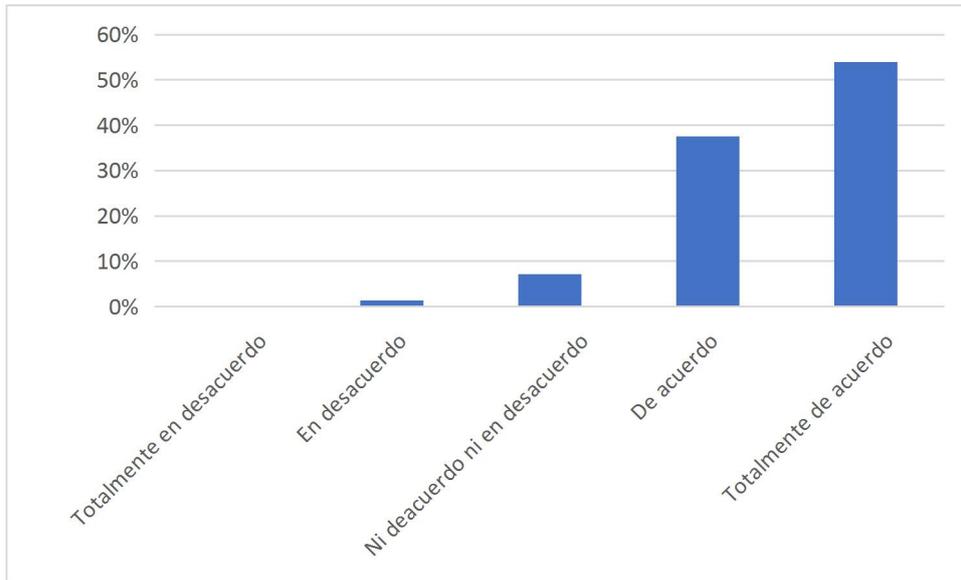
*El costo unitario de cada uno de los productos y servicios que ofrece esta determinado de manera específica*



Nota: Elaboración propia

Figura 14

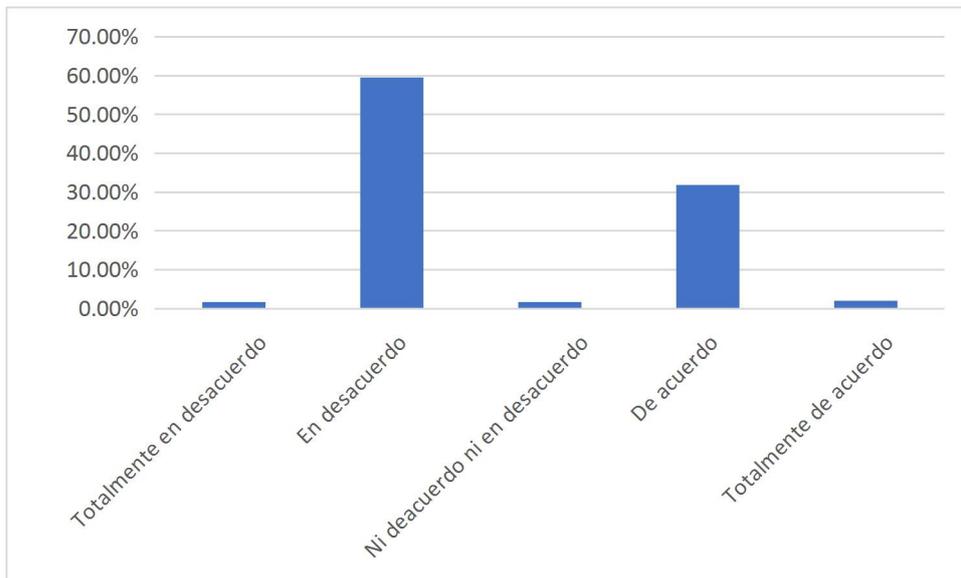
*El costo unitario de cada uno de los productos que ofrece ha variado frente la pandemia del coronavirus*



Nota: Elaboración propia

Figura 15

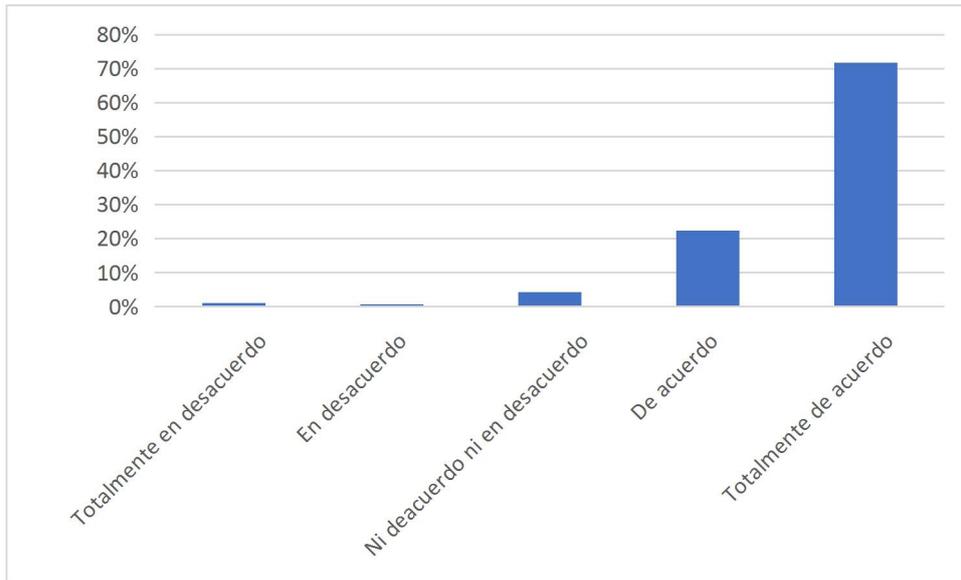
*Tiene conocimiento del costo total que opera el negocio al que pertenece*



Nota: Elaboración propia

Figura 16

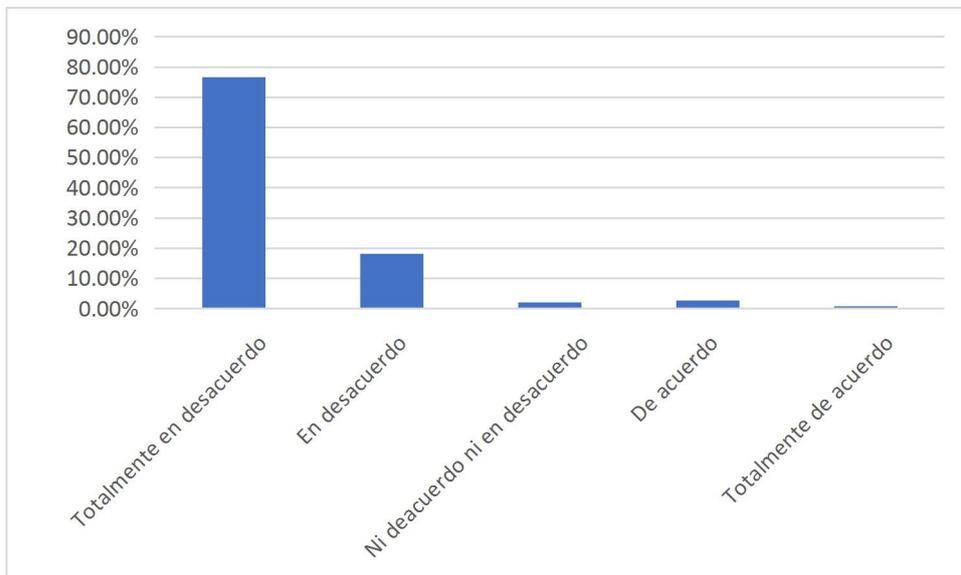
*El centro comercial para el que usted trabaja cuenta con una sola sede, está legalmente inscrita y cuenta con título de propiedad*



Nota: Elaboración propia

Figura 17

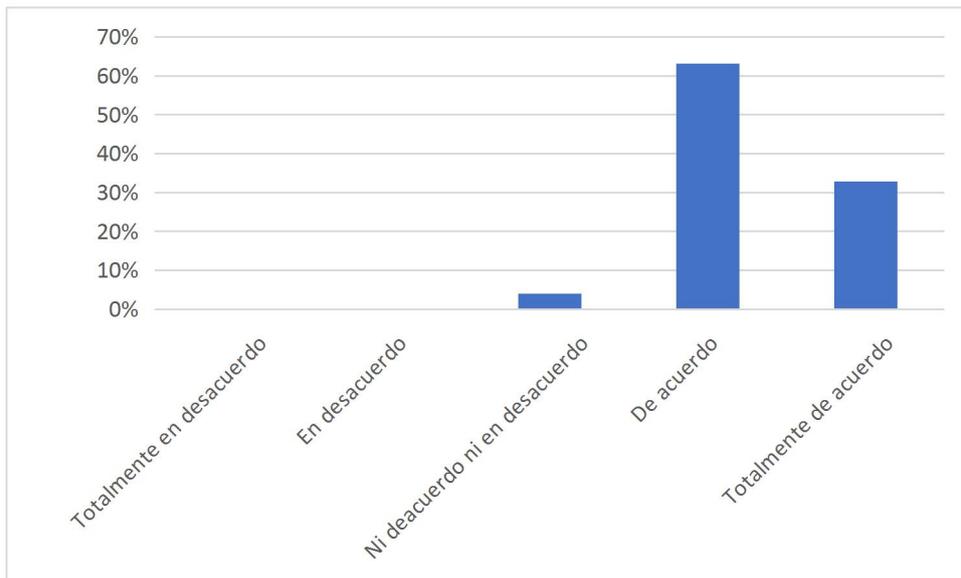
*Fue necesaria la expansión de nuevas sedes del centro comercial frente la pandemia del coronavirus*



Nota: Elaboración propia

Figura 18

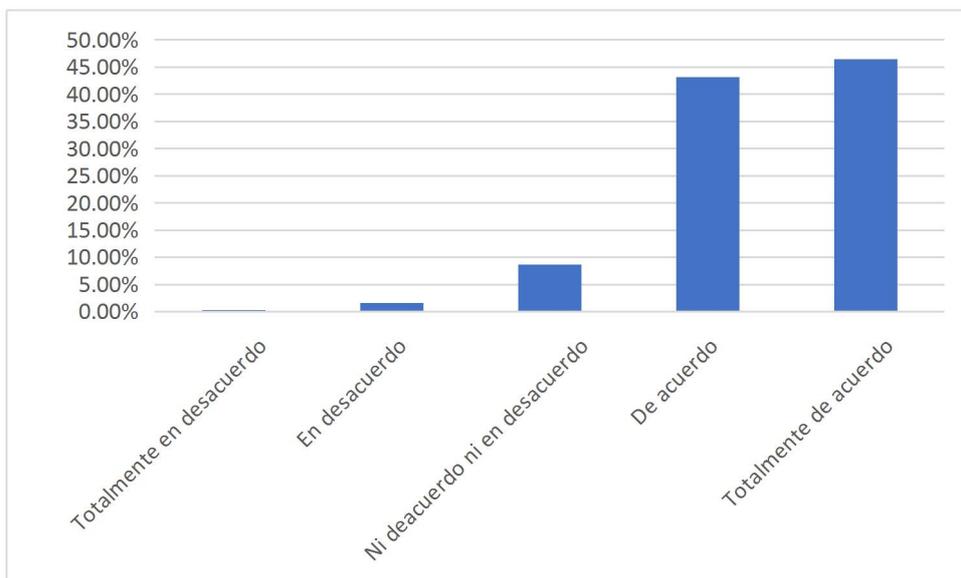
*El centro comercial se encarga de brindar la cantidad necesaria de productos y servicios para el público consumidor*



Nota: Elaboración propia

Figura 19

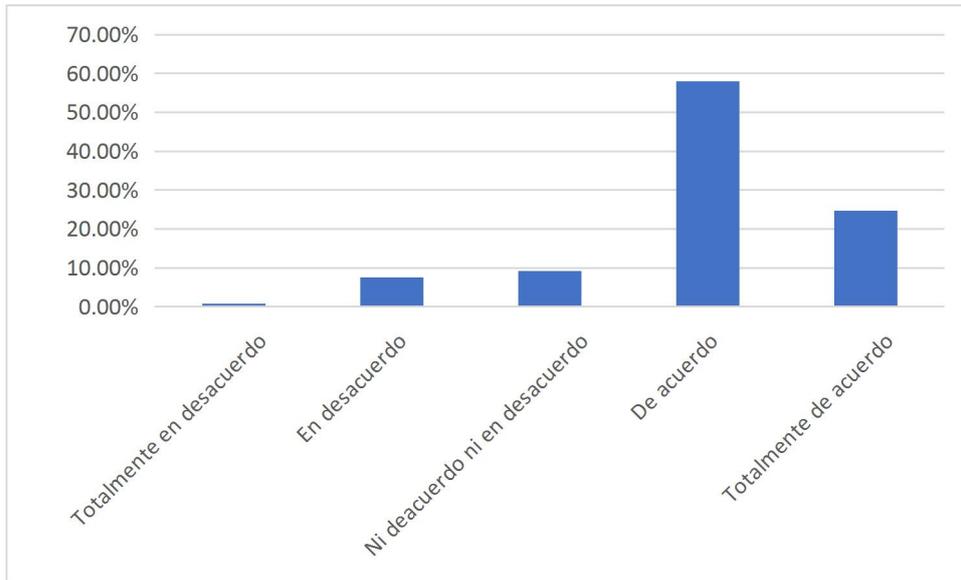
*Existió escases de productos o servicios frente a la pandemia del coronavirus*



Nota: Elaboración propia

Figura 20

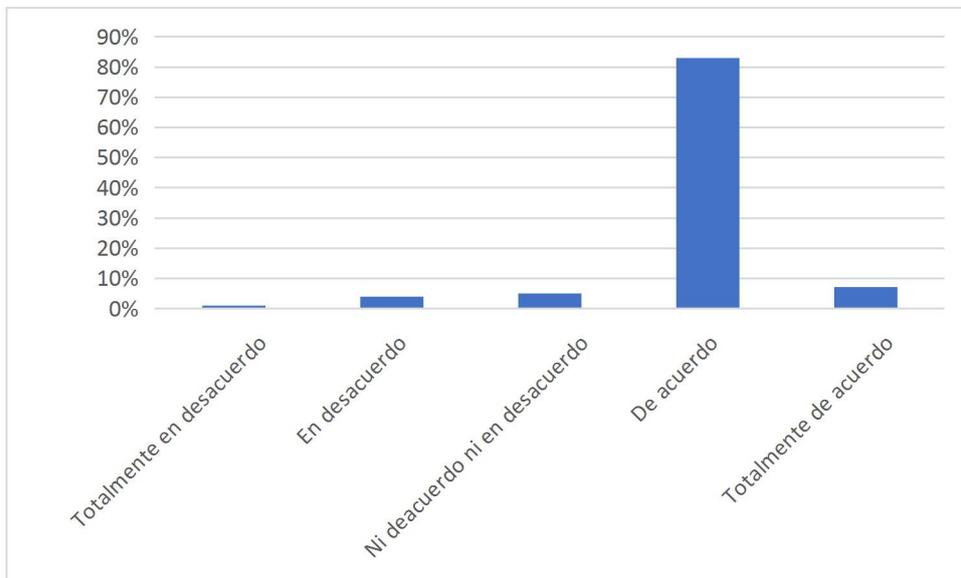
***El centro comercial cuenta con alta afluencia de personas pese a la pandemia del coronavirus***



Nota; Elaboración propia

Figura 21

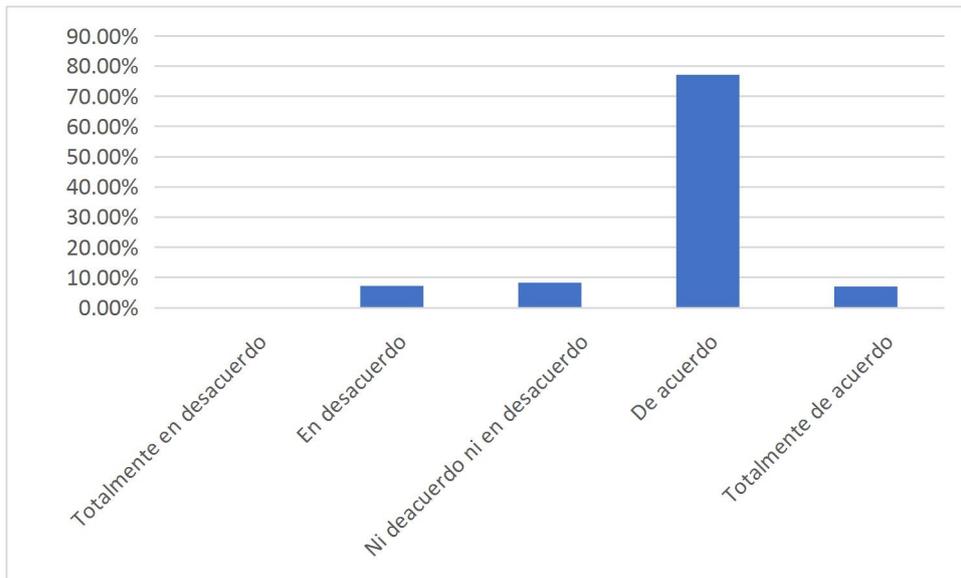
***El centro comercial para el que usted trabaja cuenta con la capacidad necesaria para cubrir salidas económicas***



Nota: Elaboración propia

Figura 22

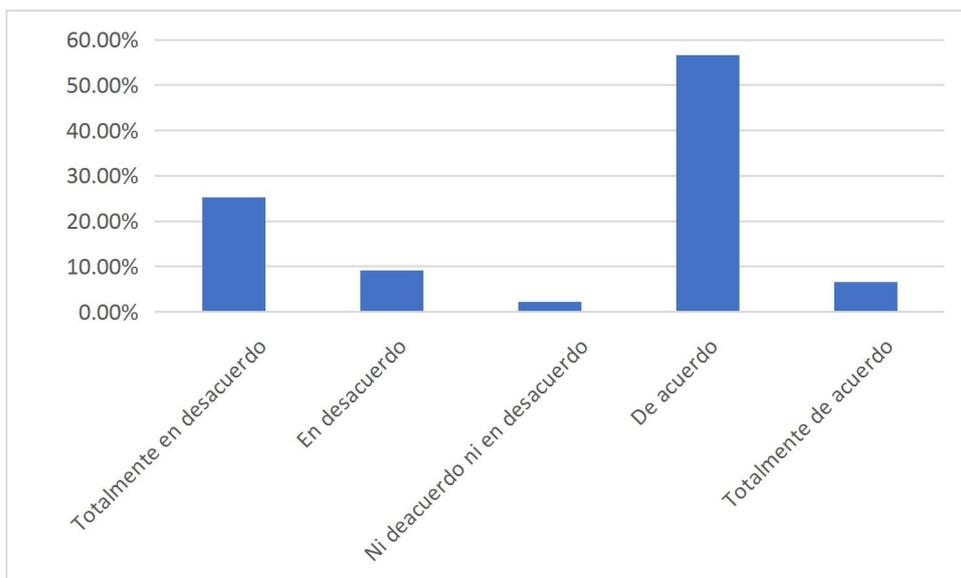
*El centro comercial para el que usted trabaja opera con recursos propios*



Nota: Elaboración propia

Figura 23

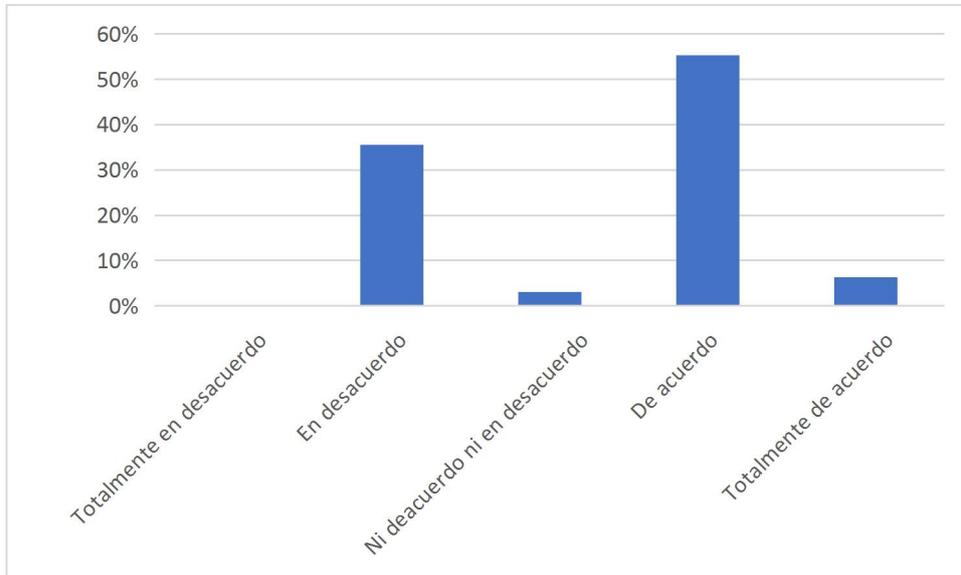
*Utilizan estrategias que determinan los costos de los productos y servicios ofrecidos*



Nota: Elaboración propia

Figura 24

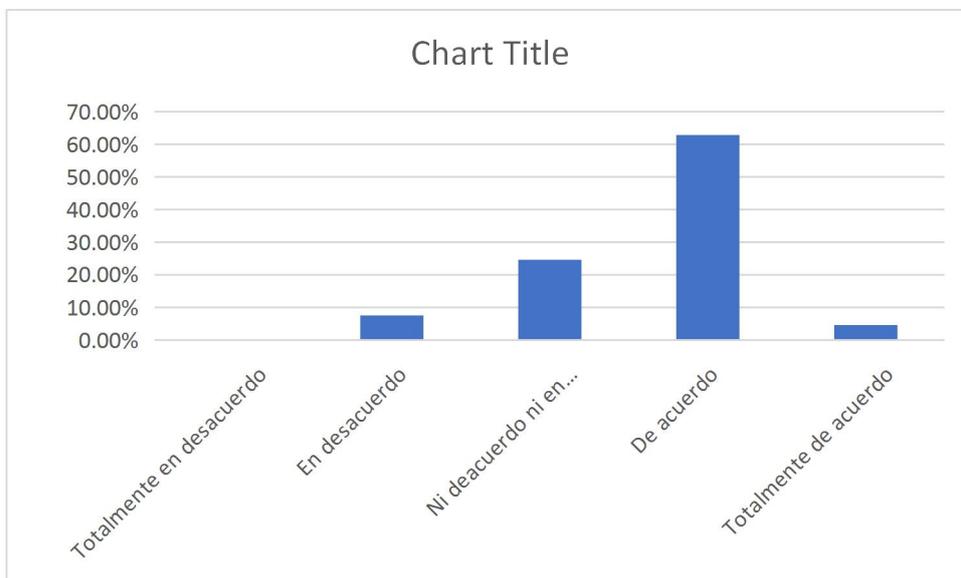
*Las estrategias organizacionales aplicadas han generado variaciones en los ingresos del centro comercial*



Nota: Elaboración propia

Figura 25

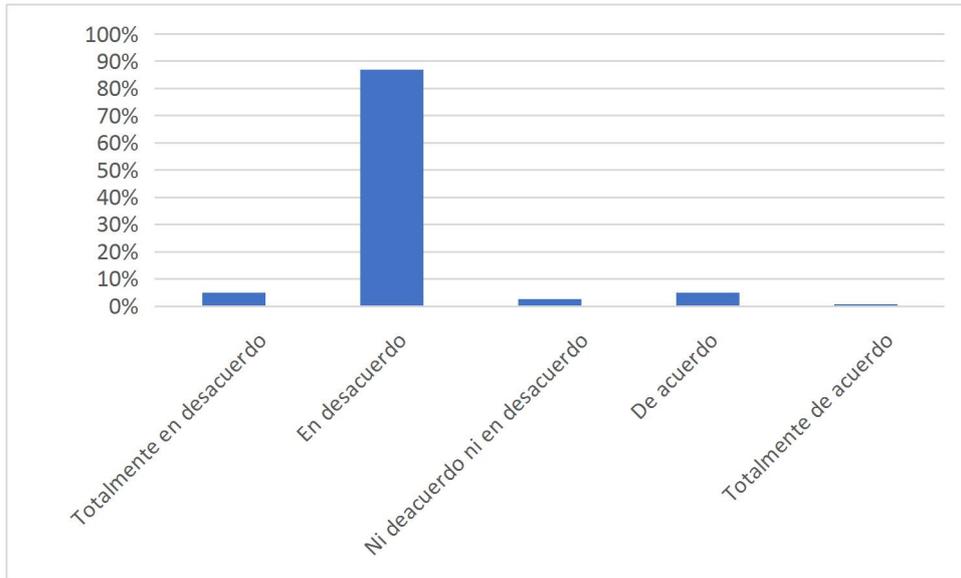
*Los ingresos del centro comercial aumentaron pese la pandemia del coronavirus*



Nota: Elaboración propia

Figura 26

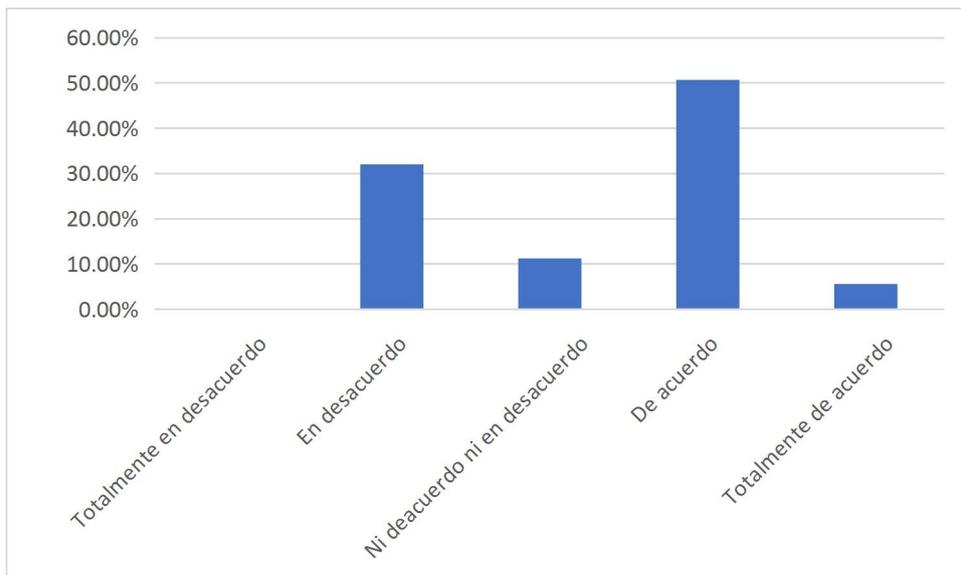
*Los ingresos del centro comercial disminuyeron frente la pandemia del coronavirus*



Nota: Elaboración propia

Figura 27

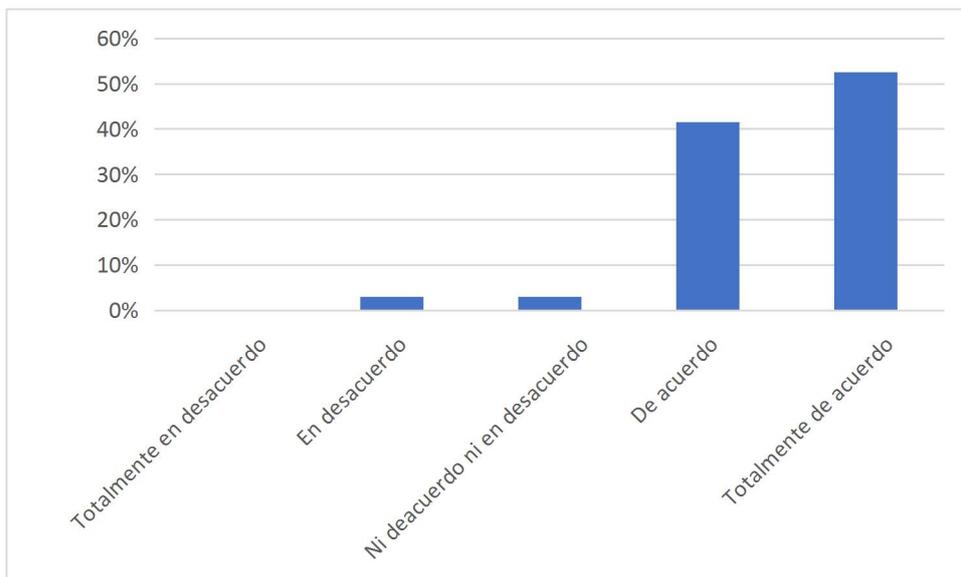
*Las estrategias organizacionales permiten al centro comercial contar con la suficiente liquidez*



Nota: Elaboración propia

Figura 28

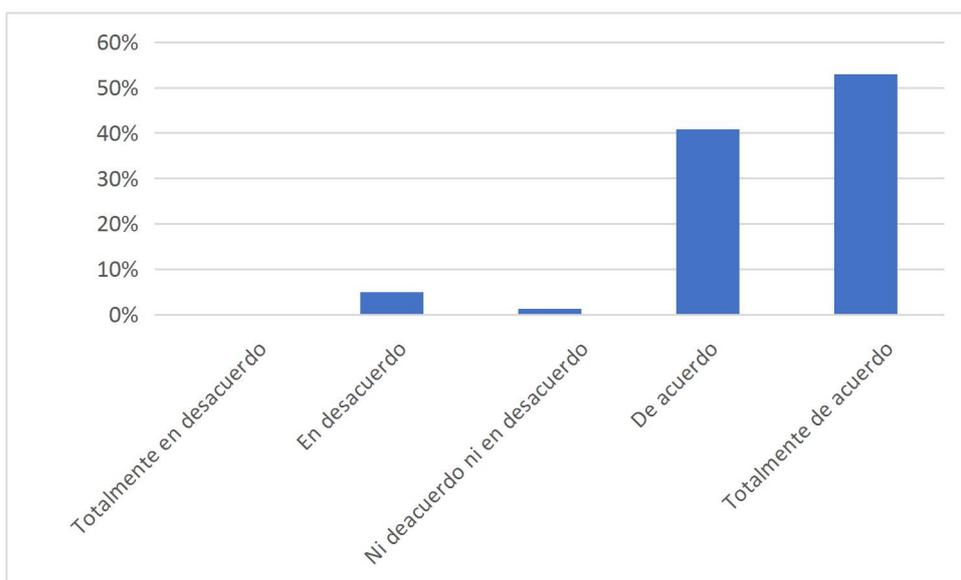
*Dentro de su centro de trabajo cuenta con los saldos de efectivo disponible suficientes*



Nota: Elaboración propia

Figura 29

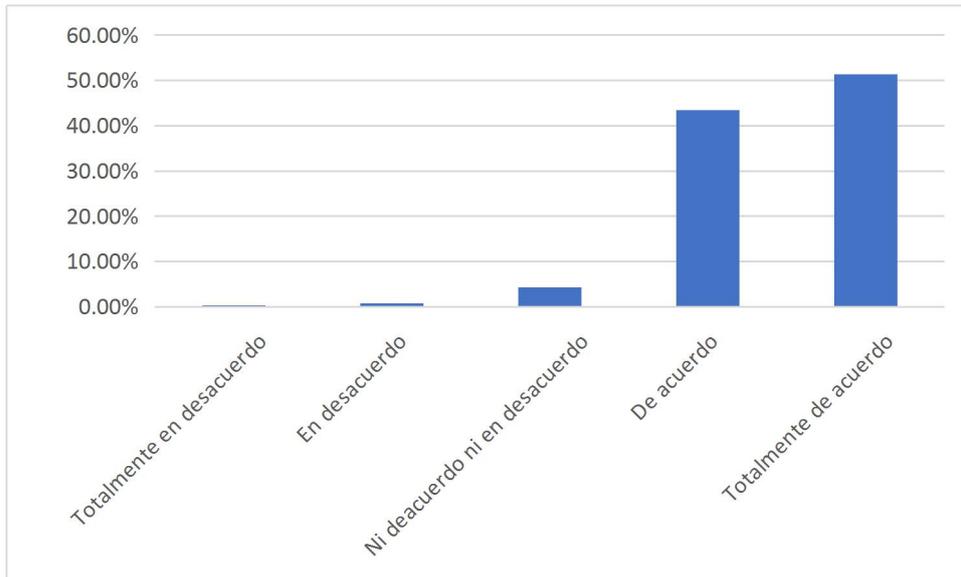
*Dentro de su centro de trabajo se cumple con el pago a tiempo a sus trabajadores y proveedores*



Nota: Elaboración propia

Figura 30

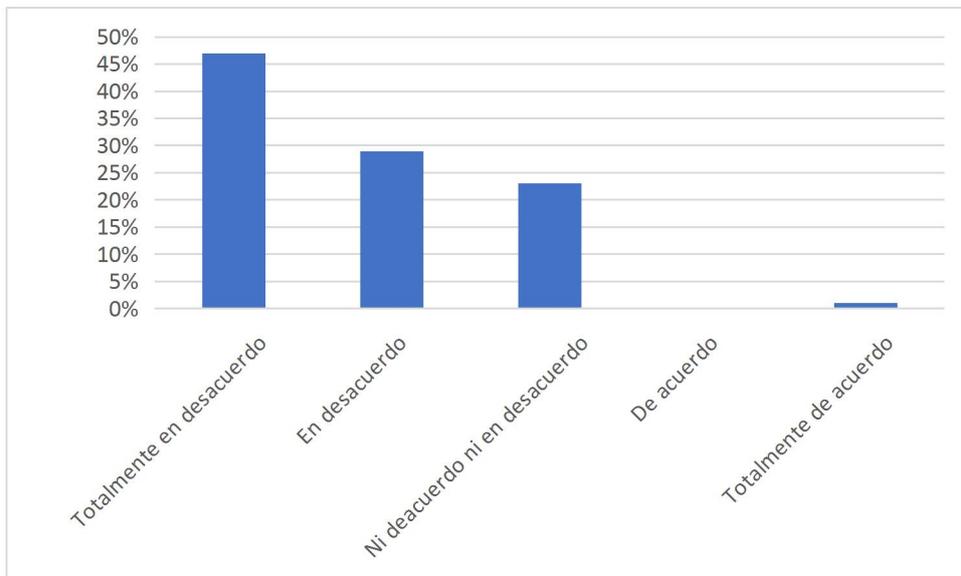
*El centro comercial cumple con el pago de sus servicios como agua y luz*



Nota: Elaboración propia

Figura 31

*El centro comercial tiene algún tipo de mora por deudas por pagar*



Nota: Elaboración propia

|              |   |       |
|--------------|---|-------|
| $\alpha$ :   | Coeficiente de confiabilidad del cuestionario | 0.872 |
| k:           | Número de ítems del instrumento               | 31    |
| $\Sigma S^2$ | Sumatoria de las varianzas de los ítems.      | 28.54 |
| $S^2$        | Varianza total del instrumento.               | 183.2 |

| RANGO        | CONFIABILIDAD           |             |
|--------------|-------------------------|-------------|
| 0.53 a menos | Confiabilidad nula      |             |
| 0.54 a 0.59  | Confiabilidad baja      |             |
| 0.60 a 0.65  | Confiable               |             |
| 0.66 a 0.71  | Muy confiable           |             |
| 0.72 a 0.99  | Excelente confiabilidad | 0.872384004 |
| 1            | Confiabilidad perfecta  |             |



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, PIZARRO RODAS WILDER, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ECONOMÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Incidencia de las estrategias organizacionales en la

sostenibilidad económica en centros comerciales frente al

coronavirus – Chimbote 2022", cuyo autor es RAMIREZ DIAZ LUCERO DE JESUS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 5.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 19 de Julio del 2022

| <b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>  | <b>Firma</b>  |
|---|---|
| PIZARRO RODAS WILDER<br><b>DNI:</b> 33814433<br><b>ORCID:</b> 0000-0002-6713-3401 | Firmado electrónicamente<br>por: WPIZARROR el 20-<br>07-2022 21:26:24 |

Código documento Trilce: TRI - 0353430