Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Escuela de Posgrado

Planificación estratégica y gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del Distrito de Huacho, año 2025

Tesis

Para optar el Grado Académico de Maestra en Gerencia Empresarial

Autora

Janet Erika Andrade Condor

Asesora

Dra. Sandra Luisa Villafuerte Castro

Universidad Nacional "José Faustino Sánchez Carrión"
Dra. Villafuerte Castro Sandra Luisa
Docente Universitario
DNU 634

Huacho - Perú

2026



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020

Escuela de Posgrado

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
APELLIDOS Y NOMBRES	**DNI**	**FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Andrade Condor Janet Erika	73740732	24 – 08- 2026
DATOS DEL ASESOR:		
APELLIDOS Y NOMBRES	**DNI**	**CÓDIGO ORCID**
Dra. Villafuerte Castro Sandra Luisa	40735241	https://orcid.org/0000-0002-6087-5170
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
APELLIDOS Y NOMBRES	**DNI**	**CÓDIGO ORCID**
Dr. Félix Gil Caro Soto	32124959	https://orcid.org/0000-0002-0946-5395
Dr. Williams Ramiro Calla Jaimes	41469196	https://orcid.org/0000-0002-3174-2248
Dr. Ider Walter Alor Bellón	15737214	https://orcid.org/0000-0001-8355-7960

JANET ERIKA ANDRADE CONDOR (2026-054438)

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DE OPERACIONES EN EL SUPERMERCADO TOTTUS DEL DISTRITO DE HUACHO, ...

DGI-POSGRADO 2026

Dirección de Gestión de la Investigación-VRI 2026

DIRECCION DE GESTION DE LA INVESTIGACION

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::1:3609235989

Fecha de entrega
10 jul 2026, 2:40 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
10 jul 2026, 2:46 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
FINAL_MAESTRIA_POSGRADO_-_JANET_ANDRADE_-_2026_-_TURNITIN_1.pdf

Tamaño del archivo
867.0 KB

78 páginas

15.904 palabras

92.056 caracteres

20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

19% Fuentes de Internet

4% Publicaciones

12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, por darme la fortaleza y sabiduría para no rendirme en los momentos difíciles. Dedico este logro a mi perseverancia, disciplina y fe, que me permitieron superar cada obstáculo en el camino. A mi familia, por su amor incondicional, paciencia y apoyo constante, quienes fueron mi inspiración para seguir adelante y alcanzar esta meta tan importante en mi vida profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por guiar cada paso de este camino y darme la fuerza para no rendirme. A mi familia, quienes fueron mi soporte, mi motivación y mi inspiración constante. Gracias por creer en mí incluso en los momentos de mayor cansancio. A mis profesores y asesor de tesis, por su paciencia, enseñanzas y dedicación. Su orientación fue clave para lograr este objetivo. Este logro también les pertenece a ustedes.

ÍNDICE

DEDICATORIA iii

AGRADECIMIENTO iv

RESUMEN ix

ABSTRACT x

INTRODUCCIÓN xi

CAPÍTULO I 12

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 12

1.1. Descripción de la realidad problemática 12

1.2. Formulación del problema 18

1.2.1. Problema general 18

1.2.2. Problemas específicos 18

1.3. Objetivos de la investigación 19

1.3.1. Objetivo general 19

1.3.2. Objetivos específicos 19

1.4. Justificación de la investigación 19

1.5. Delimitación de estudio 20

1.5.1. Delimitación espacial 20

1.5.2. Delimitación social 20

1.5.3. Delimitación temporal 20

1.5.4. Delimitación conceptual 21

1.6. Viabilidad de estudio 21

CAPÍTULO II 22

MARCO TEÓRICO 22

2.1. Antecedentes de la investigación 22

2.1.1. Antecedentes internacionales 22
2.1.2. Antecedentes nacionales 24
2.2. Bases teóricas 27
2.3. Bases filosóficas 42
2.4. Definición de términos básicos 44
2.5. Formulación de hipótesis 45
2.5.1. Hipótesis general 45
2.5.2. Hipótesis especificas 45
2.6. Operacionalización de las variables 46
CAPITULO III 47
METODOLOGIA 47
3.1. Diseño metodológico 47
3.1.1. Tipo de investigación 48
3.1.2. Enfoque 48
3.2. Población y muestra de la investigación 48
3.2.1. Población 48
3.2.2 Muestra 48
3.3. Técnicas de recolección de datos 49
3.3.1. Técnicas a emplear 49
3.3.2. Descripción del instrumento 49
3.4. Técnicas para el procedimiento de la información 49
CAPÍTULO IV 51
RESULTADOS 51
4.1. Análisis de los resultados 51
CAPÍTULO V 63

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 63

5.1. Discusión 63

5.2. Conclusiones 65

5.3. Recomendaciones 66

V. REFERENCIAS 68

5.1. Referencias bibliográficas 68

5.2. Referencias hemerográficas 70

5.3. Referencias electrónicas 73

ANEXOS 75

Instrumento para medir planificación estratégica 76

Instrumento para medir la productividad laboral 77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Dimensión evaluación y control de la variable planificación estratégica 51

Tabla 2 Dimensión objetivos estratégicos de la variable planificación estratégica 52

Tabla 3 Dimensión estratégica de acción de la variable planificación estratégica 53

Tabla 4 Variable planificación estratégica 54

Tabla 5 Dimensión eficiencia de procesos de la variable gestión de operaciones 55

Figura 5: Dimensión eficiencia de procesos de la variable gestión de operaciones 55

Tabla 6 Dimensión gestión de capital humano de la variable gestión de operaciones 56

Tabla 7 Dimensión gestión de abastecimiento de la variable gestión de operaciones 57

Tabla 8 Variable gestión de operaciones 58

Tabla 9 Correlación de la variable planificación estratégica y gestión de operaciones 59

Tabla 10 Correlación de la dimensión eficiencia de procesos y planificación estratégica 60

Tabla 11 Correlación dimensión gestión del capital humano y planificación estratégica 61

Tabla 12 Correlación de dimensión gestión de abastecimiento y planificación estratégica 62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Dimensión evaluación y control de la variable planificación estratégica 51

Figura 2: Dimensión objetivos estratégicos de la variable planificación estratégica 52

Figura 3: Dimensión estratégica de acción de la variable planificación estratégica 53

Figura 4: Variable planificación estratégica 54

Figura 6: Dimensión gestión de capital humano de la variable gestión de operaciones 56

Figura 7: Dimensión gestión de abastecimiento de la variable gestión de operaciones 57

Figura 8: Variable gestión de operaciones 58

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo conocer de qué manera la planificación estratégica se relaciona con la gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025. El estudio fue de tipo básica, enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por trabajadores del supermercado y la muestra fue de 103 colaboradores seleccionados mediante muestreo no probabilístico. Se empleó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario tipo Likert validado por expertos, cuyos datos fueron analizados mediante el coeficiente Rho de Spearman utilizando software estadístico. Los resultados evidenciaron una correlación positiva muy alta entre la planificación estratégica y la gestión de operaciones (Rho = 0,928; $p < 0,01$), así como correlaciones elevadas con sus dimensiones: eficiencia de procesos (0,927), gestión del capital humano (0,949) y gestión de abastecimiento (0,956), todas estadísticamente significativas. Estos hallazgos indican que la adecuada planificación estratégica se asocia con mejoras en la organización de procesos, administración del personal y control de suministros. Se concluye que, la planificación estratégica se relaciona de manera directa y significativa con la gestión de operaciones en la empresa estudiada, mostrando que una adecuada formulación de objetivos, estrategias y control de actividades contribuye al fortalecimiento de las operaciones internas y al desempeño organizacional del supermercado durante el año 2025.

Palabras claves: Planificación estratégica, gestión de operaciones, eficiencia de procesos

ABSTRACT

The objective of this research was to determine how strategic planning is related to operations management at Supermercado Tottus in the district of Huacho in 2025. The study was basic in nature, with a quantitative approach, correlational level, and a non-experimental cross-sectional design. The population consisted of supermarket employees, and the sample included 103 collaborators selected through non-probabilistic sampling. The survey technique was used, and the instrument was a Likert-type questionnaire validated by experts. The data were analyzed using Spearman's Rho correlation coefficient through statistical software. The results showed a very high positive correlation between strategic planning and operations management (Rho = 0.928; $p < 0.01$), as well as high correlations with its dimensions: process efficiency (0.927), human capital management (0.949), and supply management (0.956), all statistically significant. These findings indicate that proper strategic planning is associated with improvements in process organization, personnel management, and supply control. It is concluded that strategic planning is directly and significantly related to operations management in the company studied, demonstrating that the proper formulation of objectives, strategies, and activity control contributes to strengthening internal operations and the organizational performance of the supermarket during 2025.

Keywords: Strategic planning, operations management, process efficiency.

INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica constituye un elemento fundamental para el desarrollo y sostenibilidad de las organizaciones, especialmente en el sector retail, donde la competitividad, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente dependen de una adecuada coordinación de recursos y procesos. En este contexto, la gestión de operaciones se convierte en un eje clave para asegurar la calidad del servicio, la disponibilidad de productos y el cumplimiento de metas institucionales. En empresas comerciales como el Supermercado Tottus, ubicadas en mercados dinámicos como el distrito de Huacho, resulta necesario integrar la planificación estratégica con las actividades operativas para responder oportunamente a las demandas del entorno y optimizar el desempeño organizacional.

En la actualidad, existe organizaciones que presentan dificultades en la articulación entre la planificación y la ejecución de sus operaciones, generando ineficiencias en procesos, deficiencias en la gestión del capital humano, problemas en el abastecimiento de productos, se evidencia la necesidad de analizar la relación existente entre las variable, considerando dimensiones como la eficiencia de procesos, gestión del talento humano y manejo de suministros, aspectos que influyen directamente en la competitividad empresarial. El aporte de este estudio evidencia permite comprender cómo la planificación estratégica se vincula con la gestión de operaciones en el supermercado, contribuyendo al conocimiento académico y proporcionando información útil para la toma de decisiones gerenciales orientadas a mejorar la organización interna, uso de recursos.

CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción de la realidad problemática

A nivel internacional, los supermercados enfrentan dificultades en la planificación estratégica, debido a un entorno altamente dinámico y competitivo, en la que la globalización, ha generado cambios en los hábitos de consumo, acelerada transformación tecnológica ha generado un escenario complejo en el que las decisiones de planificación no siempre logran anticiparse a las tendencias.

Tercero (2022) sostiene que la volatilidad de los supermercados afectan que sea estable las cadenas de suministro, conflictos geopolíticos, crisis sanitarias (COVID-19), variaciones en los precios internacionales de alimentos, han evidenciado la fragilidad de los modelos de planificación tradicionales, lo que ha llevado a quiebres de stock, sobrecostos logísticos y problema de pérdida de competitividad, la diversificación del consumidor internacional plantea un reto estratégico donde los clientes son más exigentes que antes, precios competitivos, compromiso ambiental y social (Florez et al., 2024). Sin embargo, el gran problema se encuentra en que muchos supermercados tienen con modelos de planificación flexibles que integren estas nuevas expectativas con eficiencia.

Otro problema central es la digitalización desigual, algunos supermercados en países desarrollados han integrado exitosamente el comercio electrónico, la omnicanalidad, en países emergentes existe una brecha tecnológica que limita la competitividad, generando un desfase en la implementación de estrategias globales (Tovar et al., 2021).

En ese sentido, la sostenibilidad representa un problema creciente: reducir desperdicios, implementar empaques biodegradables y suministro verdes requiere inversiones, tener cambios de planificación que no todas las empresas pueden asumir, la alta competencia no solo física, sino digital obliga a los supermercados a replantear continuamente sus planes estratégicos. Si bien es cierto, en diferentes mercados locales presiona a los supermercados regionales a adaptarse rápidamente, la falta de esta herramienta de gestión de largo plazo los deja en desventaja frente a corporaciones con mayores recursos y estrategias más estructuradas.

En cuanto a la gestión de operaciones enfrentan grandes problemas, como la globalización de las cadenas de suministro, la transformación digital y la variabilidad de la demanda de los consumidores han puesto en evidencia que los modelos operativos tradicionales ya no son suficientes para garantizar eficiencia, rentabilidad y satisfacción del cliente.

En ese sentido. Rodriguez et al. (2023) menciona que la logística y cadena de suministro se ha convertido en uno de los puntos más críticos, los supermercados deben coordinar proveedores internacionales, gestionar inventarios perecibles y enfrentar interrupciones ocasionadas por fenómenos climáticos, conflictos geopolíticos y alzas en los costos de transporte. Esto genera frecuentes quiebres de stock o exceso de productos, afectando tanto la experiencia del consumidor como la rentabilidad. Por consiguiente, la gestión del inventario representa un problema constante, el equilibrio entre disponibilidad y reducción de desperdicios es difícil de alcanzar, sobre todo en productos frescos, se estima que los supermercados contribuyen significativamente al desperdicio de alimentos debido a una planificación operativa ineficiente (Castro et al., 2025).

Otro aspecto problemático es la fuerza laboral, la rotación de personal en supermercados es alta, lo que repercute en costos de capacitación, pérdida de conocimiento organizacional y disminución en la calidad del servicio. Además, en algunos mercados internacionales se denuncian condiciones laborales precarias que generan conflictos sindicales y afectan la continuidad de operaciones (Benitez, 2024). Asimismo, la integración tecnológica no siempre es uniforme. Aunque los supermercados líderes han incorporado sistemas de gestión de datos, autoservicio, inteligencia artificial y analítica predictiva, muchas cadenas medianas o regionales carecen de estas herramientas, generando desigualdad en la eficiencia de operaciones y limitando la competitividad internacional.

En el Perú, los supermercados enfrentan serios problemas en el ámbito de la planificación estratégica, lo que limita su capacidad de crecer de manera sostenible, responder a los cambios del mercado y fortalecer su competitividad frente a la informalidad que aqueja en todo el país (Carrión et al.,2020). La alta concentración del mercado en pocas cadenas (Plaza Vea, Tottus, Wong, Metro y Makro), generando estrategias centradas exclusivamente en la expansión en Lima y principales ciudades, dejando desatendidas muchas regiones del país, lo que limita la diversificación y reduce la cobertura nacional.

Además, existe una débil articulación con proveedores locales y nacionales. La falta de alianzas estratégicas sostenibles con agricultores, pequeñas empresas y productores regionales genera dependencia de grandes distribuidores, lo que eleva costos y reduce la competitividad, la escasa adaptación a los cambios en el consumidor peruano. Los clientes demandan mayor digitalización (e-commerce, apps, pagos electrónicos), productos saludables, orgánicos y sostenibles. Sin embargo, la planificación estratégica de varias

cadenas aún se centra en promociones de corto plazo, sin una visión integral para atender estas nuevas exigencias de manera estructurada.

Asimismo, la informalidad del comercio minorista (mercados tradicionales y bodegas) constituye un factor determinante. Aunque el Perú tiene más de 33 millones de habitantes, la presencia de supermercados se concentra en Lima y algunas capitales regionales. Según reportes del sector, menos del 30 % de las compras de alimentos se realizan en supermercados, mientras que más del 70 % se canaliza por mercados tradicionales y bodegas.

Tres cadenas (Cencosud, Supermercados Peruanos e Hipermercados Tottus) controlan más del 85 % del mercado formal de supermercados. La planificación estratégica se ha orientado a mantener la cuota de mercado en zonas urbanas rentables, en lugar de diversificar hacia sectores menos atendidos. El comercio electrónico en el Perú creció un 30 % en 2022, y en 2023 cerca del 50 % de peruanos realizó compras online. Sin embargo, solo un pequeño porcentaje de supermercados (menos del 15 % de sus ventas) proviene de canales digitales, la falta de una estrategia clara de omnicanalidad refleja debilidad en la planificación estratégica frente a tendencias globales. Estudios en Lima muestran que 57.3 % de los consumidores prefieren mercados de abasto, frente a solo 42.8 % que elige supermercados, refleja que las estrategias de fidelización y posicionamiento no han sido suficientemente efectivas.

La gestión de operaciones en los supermercados enfrenta múltiples dificultades que limitan su eficiencia y competitividad. Uno de los principales problemas se encuentra en la logística y la distribución, ya que la mayoría de cadenas concentra sus centros de abastecimiento en Lima, provocando sobrecostos en transporte, retrasos en llegada de productos a provincias, existen muchos casos, desabastecimiento en las tiendas regionales.

Otro aspecto crítico es la gestión de inventarios, en cuanto a los productos perecibles, existen estudios que estiman que hasta un 30 % de los alimentos frescos puede perderse en la cadena de suministro debido a fallas en el almacenamiento, transporte en tienda, no solo genera pérdidas económicas para las empresas, sino que también tiene un impacto negativo en la sostenibilidad, considerando niveles altos de desperdicio de alimentos en un país donde aún persisten brechas de seguridad alimentaria.

La dependencia de grandes proveedores e importaciones también un desafío, si bien es cierto, se apoya principalmente en distribuidores mayoristas, mientras que los pequeños productores locales representan menos del 20 % de la oferta en góndola. Considerando su limitada integración con proveedores nacionales reduce la flexibilidad de las operaciones.

A este escenario se suma la competencia desleal generada por la informalidad, en el Perú, cerca del 70 % del comercio minorista de alimentos sigue concentrado en mercados tradicionales y bodegas, al operar con menores costos, sin exigencias regulatorias, atraen a gran parte de los consumidores por precio, cercanía, obligando a los supermercados a mantener operaciones más costosas, con controles de calidad y normativas laborales, reduciendo su margen de competitividad frente al sector informal, modernización de las operaciones enfrenta un retraso frente a las tendencias de consumo. Si bien el comercio electrónico en el Perú creció más del 30 % en 2022, compras online, los supermercados aún dependen en gran medida de sus operaciones físicas.

En el contexto que se está investigando el supermercado Tottus del distrito de Huacho enfrenta problemas en su planificación estratégica, principalmente vinculadas a la cobertura de mercado, la adaptación al consumidor local y la integración de nuevas tendencias de consumo. A pesar de ser una de las cadenas más importantes a nivel nacional, su estrategia

en esta ciudad no ha logrado consolidarse con la misma fuerza que en Lima u otras capitales regionales, debido a condiciones estructurales y sociales propias del entorno huachano.

Otro de los principales problemas es la alta preferencia de los consumidores por los mercados tradicionales y bodegas, que en Huacho continúan concentrando la mayor parte de las compras diarias de alimentos. Mientras que a nivel nacional cerca del 70 % de las familias aún acude a estos canales, en ciudades intermedias como Huacho este porcentaje es incluso mayor. Esto refleja que la planificación estratégica de Tottus no ha logrado diseñar propuestas diferenciadas que le permitan competir efectivamente en precio, cercanía y confianza frente al comercio informal y minorista local, la escasa adaptación a las demandas del consumidor huachano, la cadena ha invertido en infraestructura y promociones, no siempre se ha considerado de manera estratégica preferencias de consumo propias que valoran más los productos frescos locales y precios accesibles que las marcas importadas, genera una percepción de que el supermercado es menos accesible.

El supermercado Tottus del distrito de Huacho enfrenta dificultades en su gestión de operaciones, especialmente en lo relacionado con logística, inventarios, atención al cliente y adaptación tecnológica, impactan directamente en la calidad del servicio de los consumidores locales. Uno de los problemas más notorios es el abastecimiento irregular de productos, particularmente en alimentos frescos como frutas, verduras y carnes. Al depender de centros de distribución centralizados en Lima, los tiempos de transporte, limitada infraestructura vial retrasos en la reposición de productos, precisamente ocasiona quiebres de stock, menor variedad, en algunos casos, pérdida de frescura, afecta la percepción de calidad entre los clientes, la deficiencias en los procesos del inventario, se reportan excedentes en ciertos productos no prioritarios, el desabastecimiento en artículos de alta rotación. Esta falta de

equilibrio revela una planificación operativa poco ajustada a las preferencias de consumo local, que se caracterizan por mayor demanda de productos básicos a precios accesibles.

La rotación de personal en el supermercado genera dificultades para mantener estándares de atención consistentes, inexistencia de capacitación continua, planes operativos claros reduce la eficiencia en procesos como la reposición de góndolas, la atención en cajas y el servicio en áreas especializadas, en mayores tiempos de espera y una experiencia de compra menos satisfactoria, en cuanto a la adaptación tecnológica, Tottus en Huacho aún muestra rezagos. Aunque la cadena a nivel nacional ha impulsado el comercio electrónico y aplicaciones móviles, en este distrito su implementación es limitada, lo que restringe opciones de compra en línea o delivery. Esto resulta una desventaja frente a la creciente digitalización del consumo.

1.2.Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la planificación estratégica se relaciona con la gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025?

1.2.2. Problemas específicos

a. ¿Cómo la eficiencia de procesos se relaciona con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025?
b. ¿De qué manera la gestión del capital humano se relaciona con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025?

c. ¿Cuál es la relación entre la gestión de abastecimiento y la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025?

1.3.Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Conocer de qué manera la planificación estratégica se relaciona con la gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

1.3.2. Objetivos específicos

a. Determinar cómo la eficiencia de procesos se relaciona con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.
b. Conocer de qué manera la gestión del capital humano se relaciona con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.
c. Analizar cuál es la relación entre la gestión de abastecimiento y la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

1.4.Justificación de la investigación

Justificación metodológica

Se justifica porque se ha optado por un diseño no experimental, considerando que es de tipo básico, lo que resulta analizar la relación de la planificación estratégica y la gestión de operaciones, en la que no se altera el entorno del Supermercado, lo que precisamente va a posibilitar obtener resultados fiables, en base a recopilación de información directa de la realidad asegurando la validez de los hallazgos.

Justificación teórica

Se justifica porque permitirá el fortalecimiento del marco conceptual existente al evidenciar una educada revisión de indagaciones ya realizadas por otros investigadores, así como

fuentes bibliográficas que contribuirán ampliar el conocimiento en el campo de la administración, en la que se va a generar bases sólidas para la toma de decisiones en las organizaciones o empresas con similares características en el caso que tomen como referencia el presente estudio.

Justificación práctica

Se justifica porque es crucial los resultados que se van a obtener, lo que permitirá identificar los factores elementales de la gestión de operaciones analizado a partiendo de conocer si se desarrolla la planificación estratégica en la empresa, lo que proporcionará información para mejorar procesos internos, optimizar recursos, mejorar la calidad de servicio, rentabilidad, competitividad. Así como, los hallazgos pueden servir como guía a los administradores de los supermercados para diseñar planes estratégicos que permitan fortalecer el recurso humano para la consecución de los objetivos todo el contexto.

1.5.Delimitación de estudio

1.5.1. Delimitación espacial

Se circunscribe al Supermercado Tottus ubicado en el distrito de Huacho, la delimitación permite focalizar el análisis en la realidad particular de dicho establecimiento.

1.5.2. Delimitación social

Dirigido principalmente a los colaboradores, jefes de áreas y personal administrativo del supermercado, considerando que son quienes participan en el proceso de planificación y las operaciones que se desarrollan en la empresa.

1.5.3. Delimitación temporal

Se desarrolla durante el 2025, periodo en la que se analizarán estrategias que se han implementado y si las variables están relacionadas.

1.5.4. Delimitación conceptual

- **Planificación estratégica.** Es definida como un proceso sistemático mediante el cual una organización define su visión, misión, objetivos a largo plazo y las estrategias necesarias para alcanzarlos, considerando tanto sus recursos internos como las condiciones del entorno externo. Este proceso implica la identificación de oportunidades y amenazas, así como de fortalezas y debilidades, con el fin de tomar decisiones que orienten a la organización hacia un crecimiento sostenible, eficiente y competitivo en el tiempo.
- **Gestión de operaciones.** Es el conjunto de actividades orientadas a organizar, coordinar y controlar los procesos de abastecimiento, almacenamiento, exhibición, venta y servicio al cliente, con el fin de asegurar la disponibilidad de productos en óptimas condiciones, la eficiencia en los tiempos de atención y la reducción de costos operativos. En este contexto, la gestión de operaciones busca equilibrar la demanda de los consumidores con la capacidad logística del supermercado, garantizando calidad, rapidez y satisfacción del cliente en un entorno altamente competitivo.

1.6.Viabilidad de estudio

Es viable considerando que se dispone de acceso al lugar, el proceso se desarrolla mediante la aplicación de encuestas dirigida a todo el personal del establecimiento, lo que nos permitirá información confiable y pertinente de manera directa, considerando que el instrumento facilita la recolección de datos de forma confiable y pertinente.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Cely y Serrano (2022) hicieron la indagación Implementación de herramientas en la gestion de operaciones en una empresa de servicios: Caso de estudios optica Colombiana. Aprobada por la Universidad del Rosabio – Colombia. El proposito fue analizar el grado de adaptabilñidad de las gestion de operaciones en el sector de servicio. El tipo de estudio fue basica, de diseño no expérimental, nivel correlacional, enfoque cuantitativo. La tecnica fue la encuesta tipo Likert, el insttumento el cuestionario. La muestra fue de 85 trabajadores de la empresa. Los resultados la demandad de clientes casi siempre estan ligadados a la gestion de operaciones, considerando que las a mayor cantidad de clientes se debe tener en cuenta los diferentes procesos haciendo que sean eficientes en todo contexto. Se concluye que, con una correlación de Rho Spearman de 0.989 se evidencia que existe una relacion positiva alta, en la que debe estar siempre presente la planificación para que la empresa elimine perdidas de hora hombre en sus procesos, en la que los recursos deben ser optimizados de todas las formas posibles para llegar los clientes con mayoi rapidez, lo que ha permitido esta investigación es conocer que tecnicas deben ser usadas en los provesos para que las decisiones que se tomen esten basadas siempre a los requerimientos de clientes y se cumplan con los objetivos que se tienen planteados, bado politicas establecdidas por la empresa.

Muñiz et al. (2022) elaboraron el estudio la planificación estratégica y desarrollo empresarial de las Mipymes en Manabí. Universidad Estatak del Sur de Manabí – Ecuador.

Aprobada por la revista Cientica. El proposito fue Analizar la planificación estratégica como se relaciona con el desarrollo empresarial de las Mipymes. El tipo de indagación fue aplicada, diseño no experimental, mixto. La tecnica fue la entrevista, se hicieron preguntas para recopilar datos de los encuestados. La muestra fue de 98 empresas. Los resultados, el 67% de personas quienes respondieron la entrevista mencionaron que la planificación es la base pára que toda empresa de desarrolle con éxito, en el mediano o largo plazo, mejorando su rentabilidad, porque el conocimiento que tienen los colaboradores cuando se trata del cumplimiento de objetivos siempre es elemental considerando que son la parte fundamental de la empresa. Se concluye que, las dos variables mantienen relación alta estadisticamente hablando, con un 0.985 y un valor menor a 0.005, en la que se tiene en cuenta que no pueden estar desaparadas una de la otra, la planificacion estrategica juega un rol preponderante dentro de las empresas de Manabí, debido a que es un proceso sistematico, flexible, sobre todo unificado, donde todos deben estar alineados a objetivos planteados por la empresa, para la consecusión de los objetivos se debe tener en cuenta que las decisiones que se tomen debe estar en base a investigaciones que se realizan dentro y fuera de las empresas para conocer las necesidades de los clientes y sus requerimientos, lo que precisamente va a llevar al desarrollo empresarial, eliminando riesgos porque se conoce a donde se quiere y no se convierta en un problema limitando que solo sean empresas que van a la deriva.

Aguirre (2022) indagó el Sistema de control y gestión de operaciones en el supermercado Jumbo de Santiago. Aprobada por la universidad de Chile. El objetivo fue analizar el sistema de control y su relación con la gestión de operaciones del supermercado Jumbo. Tipo básica, diseño no experimental, enfoque cuantitativo. La muestra fue de 210 trabajadores que conforman la empresa. La técnica fue la encuesta, el instrumento fue el

cuestionario estructurado. Los resultados, el 35% de trabajadores mencionan que el sistema de control que tiene el supermercado no siempre está alineado a las actividades que realizan en cuando a las operaciones se refiere, un 23% considera que los líderes de la empresa, tienen en cuenta un sistema rígido que no solo hace que el personal sienta que no hay un buen clima laboral cuando desarrollada sus actividades, el mayor porcentaje de personas que laboran en el supermercado tienen en cuenta que los sistemas siempre deben estar ligados al tipo de operaciones que realizan los trabajadores. Se concluye que, con Rho Spearman de 0.856, se evidencia que existe una relación positiva alta entre las variables, sin embargo, no se pone énfasis en las opiniones del recurso humano quienes son ellos la parte fundamental de la empresa en el cumplimiento de los objetivos o y sea en realizar actividades que deben desarrollar en la empresa, ya sea para la calidad de servicio, mejorar la gestión de abastecimiento, mejora continua, imagen e incluso niveles de competitividad y rentabilidad.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Martínez (2022) hizo el estudio Planificación estratégica y gestión de operaciones de la empresa de transporte Carley S.A.C, Ate Vitarte. Aprobada por la Universidad Autónoma del Perú. El propósito fue estimar si existe relación entre la planificación estrategica y la gestion de operaciones de la empresa de transporte. El método. El tipo de estudio fue básica, de diseño no experimental, enfoque cuantitativo de nivel correlacional. Se hizo uso de la encuesta, siendo el instrumento el cuestionario tipo Likert. La muestra fue de 171 trabajadores de la empresa. Los resultados el 23% de encuestados consideran que existe un nivel medio bajo en cuanto a su participación activa en la plnaificación de los procesos, el 10.4% que no existe reconocimiento a recurso humano por parte de la empresa paraq mejorar la gestion de operaciones, haciendo que sea mas eficiente. Se concluye que, se evidencia que

existe una corelacióin positiva alta de 0.888, en la que existe relación entre ambas variables, por ende, se debe de trabajar para que exista una buena gestión de operaciones, la planificación es la clave, porque no se va a la deriba, el personal conoce sus funciones, cada uno de ello saben cual es la vision y misión, sobre todo los objetivos que se quieren cumplir en el tiempo, para lograr una mejora continua que sea de mejor desempeño en la gestion de operaciones.

Ortiz (2024) elaboró Planificación estrategica y el desarrollo de procesos de gestión en la pequeña y mediana empresa de implementación de oficinas en el distrito de Lima cercado. Aprobada por la Universidad Nacional Federico Villareal – Perú. El proposito fue determinar la relación de la planificación con el desarrollo de proceso en MYPES. El metodo de estudio, su enfoque fue cuantitativo,nivel correlacional, de tipo basica de diseño no experimental. La tecnica usada fue la encuesta tipo Likert, el cuestionario el instrumento. La muestra fue por conveniencia un total de 10 empresas. Resultados, 70% de personas consideran que la planificación estrategica es elementan en todos los procesos de gestión si las empresas quieren lograr objetivos planteados. Se concluye que, estadisticamente se puede afirmar que las variables tiene una relacion directa o positiva alta, considerando la correlación de Rho Spearman de 0.956. en la que se encuentran en una conexión solida, eso quiere decir que la no pueden estar separadas si se quiere lograr que los procesos sean eficientes, se use menos recuros, tiempos, economia y sobre todo esta vinculada al recurso humano quienes son el factor elemental para toda empresa.

Gargate (2022) elaboró el estudio Strategic Planning and Competitiveness in Interprovincial Ground Transportation Companies Based in Lima. Aceptada por la base de

datos Scielo- Revista Industria. El proposito fue determinar la relación de la planificación estrategica y competitividad en las empresas de transporte. El tipo de investigación es basica, de diseño no experimental, nivel correlacional, enfoque cuantitativo. La muestra fue de 485 transportistas de la empresas. La tecnica fue la encuesta, la herramienta el instrumento tipo Likert. Los resultados, se identificó que un 82% desconoce la planificación estrategica para realizar o plantear objetivos que determinen la competitividad, y establecer estrategias de mejora continua conllevado a competitividad. Se concluye, que con una correlacion de Rho Spearman 0.026 que las dos variables no mantienen relación, considerando que no existe evidencia alguna para que esten relacionadas, estadisticamente hablando. Sin embargo, para mejorar la competitividad siempre se debe tener objetivos planteados, estrategias que sean viables para mejorar los procesos e incluso debe estar incluido el empoderamiento, es decir con un liderazgo transformacional para que a corto, mediano y largo plazo la empresa ingrese a mejorar el servicio que ofrecen buscando la excelencia.lo que las empresas deben hacer es establecer parametros de valoración en base a opíniones de los usuarios, asi como establecer cronograma de capacitaciones conllevado a la mejora continua.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Definición de la planificación estratégica

Hoe (2024) sostiene que es un proceso sistemático mediante el cual una organización define su visión, misión, objetivos a largo plazo y las acciones necesarias para alcanzarlos, anticipando los cambios del entorno y utilizando de manera eficiente sus recursos (p.25).,

Es una herramienta de gestión que orienta la toma de decisiones, facilitando la formulación de estrategias que guíen el rumbo de una institución hacia el logro de su misión y visión (Palacios, 2020,p.34).

Beyond (2025) menciona que es un método estructurado que busca anticipar cambios, reducir la incertidumbre coordinando esfuerzos internos para generar ventajas competitivas sostenibles en las empresas u organizaciones (p.31).

2.2.2. Importancia de la planificación estratégica

Cordova (2023) sostiene que es de vital importancia ya que constituye la base sobre la cual se construye el futuro de la organización, define con claridad la misión, visión y los valores que guían la institucional de forma holística, todos los miembros de la organización trabajen bajo un mismo horizonte, logrando un alineamiento entre las diferentes áreas, evitando esfuerzos dispersos, lo cual incrementa la eficiencia en el uso de los recursos humanos, materiales y financieros. Por ende, la planificación estratégica proporciona una estructura de referencia que orienta a la organización a largo plazo, fortaleciendo la cohesión interna y generando un sentido de pertenencia en los trabajadores al comprender hacia dónde se direcciona la organización.

Bottrell (2023) asevera que en un entorno empresarial la incertidumbre, la globalización y avance tecnológico, la planificación estratégica adquiere una relevancia fundamental, precisamente por esos factores radica su vitalidad en la que permite identificar las oportunidades, amenazas externas que pueden influir en el desempeño organizacional, al mismo tiempo que reconoce las fortalezas y debilidades internas. De tal manera que, no solo reacciona ante los cambios del entorno, sino que también puede anticiparse a ellos y actuar de forma proactiva, teniendo una adecuada planificación, en la que se construyen ventajas competitivas sostenibles que diferencian a la organización de sus competidores, permiten posicionarse de manera favorable en el mercado, lo que se traduce en una mayor capacidad de innovación, de adaptación a las tendencias y de satisfacción de las necesidades cambiantes de los clientes.

Carrión et al. (2020) consideran que la importancia se refleja en la gestión diaria de la organización, donde sirve como una guía que orienta la toma de decisiones en todos los niveles, evitando improvisaciones, reduciendo la incertidumbre, haciendo que se sea más proactivo. Por ende, los lineamientos estratégicos, se establecen planes operativos que determinan las metas a corto y mediano plazo, así como indicadores que permiten evaluar su cumplimiento, convirtiéndose en uno de los instrumentos que conecta la visión de largo plazo con la ejecución de las tareas cotidianas, considerando que es una herramienta de gestión la que facilita la asignación eficiente de recursos, priorización de actividades y evaluación de los resultados alcanzados, ontribuye a mejorar la productividad y el desempeño general de la organización.

2.2.3. Características de la planificación estratégica

Santos (2024) considera que la característica central es que se concibe como un proceso integral que involucra a toda la organización, teniendo en cuenta que no se limita a una sola área, sino que trabaja de manera integral en todos los niveles, desde la alta dirección hasta las unidades operativas, logrando que cada acción esté conectada con los objetivos institucionales, en la que es participativa, precisamente requiere la intervención de los diferentes actores internos, fomentando la comunicación y trabajo en equipo. Entre otras de sus características está orientada hacia la misión y visión de la organización, lo que asegura que todas las decisiones, actividades estén alineadas con el propósito fundamental y el futuro deseado.

Se caracteriza por ser dinámica y flexible, en la que debe ajustarse constantemente a cambios del entorno, exigencias del mercado, si bien es cierto, a diferencia de los planes rígidos, la planificación estratégica es flexible lo que permite realizar ajustes cuando aparecen nuevas oportunidades o amenazas, garantiza capacidad de adaptación frente a la competencia, es proactiva, puesto que no espera que ocurran los cambios, sino que busca anticiparse a ellos mediante análisis del entorno, innovación, generación de ventajas competitivas sostenibles, en la que otra característica clave es su enfoque en el largo plazo, no se limita a resolver problemas inmediatos, se proyecta el desarrollo organizacional hacia el futuro (George, 2025)

Una característica se traduce en planes concretos y medibles que guían la gestión diaria, convierte los objetivos de largo plazo en metas específicas alcanzables a corto y mediano plazo, facilitando el monitoreo, evaluación de los resultados, es un proceso

continuo, no una acción aislada; requiere seguimiento, retroalimentación y actualización permanente para mantenerse vigente y efectiva, se caracteriza por ser orientada a la toma de decisiones, ya que brinda criterios claros para priorizar acciones, asignar recursos, ejecutar actividades, evitando la improvisación, mejorando la eficiencia operativa (Mousa, 2025).

2.2.4. Objetivos de la planificación estratégica

Carrión et al. (2020) mencionan que el objetivo principal es garantizar que la organización cuente con una dirección clara que oriente todas sus actividades hacia el cumplimiento de su misión y visión, en este proceso se busca definir objetivos generales de largo plazo que sirvan como guía para la toma de decisiones, para alinearse de todas las áreas y niveles jerárquicos, persigue fortalecer la cohesión interna, evitando dispersión de esfuerzos asegurando que los recursos disponibles se utilicen de manera eficiente y coherente con el propósito institucional

CEIDE (2025) sostiene que un objetivo fundamental es dotar a la organización de la capacidad de adaptarse, responder con eficacia exigencias de un entorno cada vez más dinámico y competitivo. pretende anticipar oportunidades y amenazas externas, identificar fortalezas y debilidades internas, con la finalidad de diseñar estrategias que generen ventajas competitivas sostenibles, no solo es mantener la supervivencia en el mercado, sino también lograr un posicionamiento sólido, diferenciarse frente a la competencia, satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

Actio (2023) considera su objetivo es traducir los lineamientos generales en metas específicas, medibles, alcanzables que faciliten la ejecución y control actividades cotidianas, lo que implica establecer indicadores de desempeño permitiendo evaluar los avances, realizar ajustes oportunos, garantizar que cada acción contribuya al logro objetivos globales, busca mejorar la eficiencia en procesos internos, optimizar asignación de recursos y reducir la improvisación en la gestión asegurando así un mejor desempeño.

2.2.5. Etapas de la planificación estratégica

Las etapas comienzan con la definición de la misión, visión y valores, que son la base para orientar las acciones, posteriormente, se realiza un diagnóstico interno y externo, con el propósito de identificar FODA que afecten el rumbo de la organización, en cuanto se identifica este panorama, se procede a formular objetivos, estrategias que guíen el desarrollo organizacional, se establecen planes de acción, mecanismos de evaluación, que permiten mantener el alineamiento, asegurando que cada área contribuya al cumplimiento de la misión global (Garcia et al. 2017).

Fuertes (2019) sostiene que en el marco de la competencia, las etapas de la planificación estratégica se centran en el análisis del entorno y el diseño de estrategias diferenciales. Se inicia con una observación del contexto externo, evaluando tendencias económicas, sociales, tecnológicas y políticas que puedan influir en la organización, luego, se desarrolla un análisis de la competencia directa e indirecta, identificando ventajas comparativas y áreas de mejora. Posteriormente, la etapa de formulación de estrategias competitivas permite determinar cómo posicionarse en el mercado, diferenciando productos, servicios o procesos. Finalmente, se pasa a la implementación y monitoreo, con el fin de

evaluar si las estrategias generan los resultados esperados frente a la competencia y realizar ajustes cuando sea necesario.

Cadenas & Carrasquero (2019) aseveran que desde esta perspectiva, las etapas de la planificación estratégica se orientan a la acción concreta y medible, el proceso inicia con la definición de objetivos específicos, que se derivan de los lineamientos generales y que guiarán las actividades cotidianas, se diseñan los planes operativos, donde se detallan las acciones, los responsables, los plazos y los recursos requeridos. A continuación, se desarrolla la ejecución de las estrategias, que implica llevar a la práctica lo planificado mediante la coordinación de equipos de trabajo y la optimización de procesos. Finalmente, la etapa de seguimiento y evaluación se convierte en esencial, ya que permite medir los avances mediante indicadores, corregir desviaciones y garantizar que las acciones estén en coherencia con los objetivos estratégicos.

2.2.6. Modelos teóricos de la planificación estratégica

Parrales et al. (2024) consideran que los modelos teóricos de la planificación estratégica desde esta perspectiva se enfocan en estructurar el desarrollo interno de la organización y guiarla hacia su visión, entre ellos, destaca el modelo de planificación racional, que plantea un proceso ordenado y lógico donde se define la misión, la visión, los objetivos y se diseñan estrategias para alcanzarlos. También se considera el modelo de planificación por escenarios, que permite prever distintos futuros posibles y preparar a la organización frente a situaciones de cambio e incertidumbre. Estos modelos se caracterizan por brindar un marco claro que integra todas las áreas de la institución y garantiza que los recursos se utilicen de manera alineada con los objetivos globales.

Teixeira (2024) sostiene que en un entorno marcado por la rivalidad empresarial, los modelos teóricos de la planificación estratégica ponen el acento en cómo enfrentar la competencia y diferenciarse en el mercado, las cinco fuerzas es uno de los más relevantes, pues ayuda a comprender la dinámica del sector a través del análisis de proveedores, clientes, competidores actuales, productos sustitutos y posibles entrantes, basado en recursos plantea que la ventaja competitiva proviene de las capacidades únicas, tangibles e intangibles, permiten no solo responder a las amenazas externas, sino también generar estrategias que aseguren la sostenibilidad y liderazgo en el mercado.

Bambang (2024) considera que, desde la óptica operativa, se orientan a transformar la estrategia en acciones concretas y medibles, el modelo del Balanced Scorecard, es uno de los más utilizados, porque traduce la visión, estrategia en objetivos específicos distribuidos en cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje organizacional, es el modelo de gestión por objetivos (MBO), que busca establecer metas claras, medibles y alcanzables para cada nivel, alineadas con los objetivos estratégicos generales, permiten que la estrategia no quede en un nivel abstracto, sino que se convierta en resultados visibles a través de planes, indicadores y evaluar desempeño.

2.2.7. Dimensiones de la planificación estratégica

Dimensión evaluación y control: es la etapa del proceso estratégico en la que se mide el grado de cumplimiento de los objetivos, efectividad de las estrategias implementadas, comparar los resultados obtenidos con los resultados esperados, identificando desviaciones

y aplicando medidas correctivas cuando sea necesario, asegura que la organización mantenga el rumbo establecido, introduce ajustes frente a cambios en el entorno (Carrión et al., 2020).

Dimensión objetivos estratégicos: Son las metas de largo plazo que orientan el accionar de la organización hacia logro de su misión y visión, caracterizan por ser amplios, globales, vinculados al futuro deseado, definiendo prioridades clave como el crecimiento, innovación, competitividad, sostenibilidad. Constituyendo el marco de referencia para diseñar planes, asignar recursos, evaluar resultados, garantizando que todas las acciones estén alineadas con la dirección estratégica (Carrión et al., 2020).

Dimensión estrategias de acción: Son los planes específicos que determinan cómo se alcanzarán los objetivos estratégicos previamente establecidos, traducidos en programas, proyectos que guían la actuación de las distintas áreas de la organización, se caracterizan por su nivel de detalle, orientación práctica, establecen responsables, recursos, plazos, mecanismos de ejecución, convierten la visión estratégica en tareas operativas que pueden ser evaluadas y ajustadas en el tiempo (Carrión et al., 2020).

2.2.8. Definición de la gestión de operaciones

Brown y Bessant (2018) señalan que se entiende como el conjunto de actividades encargadas de planificar, coordinar y supervisar los procesos productivos y de servicios dentro de una organización, su propósito es transformar los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financiero en bienes o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, desde esta perspectiva, constituye una función central, ya que conecta la estrategia

institucional con la ejecución práctica, asegurando que las metas de la organización se reflejen en resultados tangibles

Martínez (2022) menciona que es la disciplina que busca generar ventajas competitivas a través de la eficiencia, la innovación y la calidad en los procesos. Implica diseñar sistemas productivos que permitan diferenciarse en el mercado, ya sea mediante costos más bajos, tiempos de entrega más rápidos o mayor valor agregado en los productos y servicio, de este modo, la gestión de operaciones no solo administra recursos, sino que también se convierte en una herramienta estratégica para enfrentar a la competencia y garantizar la sostenibilidad de la organización en un entorno dinámico

Se define como la administración práctica del día a día en los procesos de producción y prestación de servicios, incluye la programación de actividades, el control de inventarios, la gestión de la calidad, la logística y la supervisión del uso eficiente de los recursos. En este nivel, su definición se centra en asegurar que cada proceso funcione de manera fluida, evitando desperdicios, optimizando tiempos y garantizando que los productos o servicios cumplan con los estándares de calidad establecidos (Sclack & Burgess, 2022).

2.2.9. Importancia de la gestión de operaciones

Stevenson (2020) sostiene que es importante porque constituye el núcleo que conecta la estrategia de la organización con su ejecución práctica. A través de ella, se asegura que los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros sean utilizados de manera eficiente, evitando desperdicios y potenciando la productividad, permite que los procesos internos estén alineados con los objetivos institucionales, garantiza coherencia entre la misión y los resultados obtenidos, al ser una adecuada gestión de operaciones también fortalece la

coordinación entre áreas, mejora comunicación generrando un entorno de trabajo más ordenado y eficiente.

Heizer et al. (2020) asevera que en un entorno cada vez más dinámico y exigente adquiere importancia porque se convierte en una herramienta estratégica para generar ventajas competitivas, reduce costos, optimiza tiempos de entrega, mejorar la calidad de sus productos o servicios, se adapta con rapidez a cambios del mercado, estas capacidades diferenciales hacen posible que la empresa no solo sobreviva, sino que logre posicionarse en un lugar destacado frente a la competencia, fomenta la innovación en procesos y productos, incrementa la capacidad de la organización para atraer y fidelizar al consumidor.

Gunasekaran et al (2017) mencionan que es relevante porque impacta directamente en la eficiencia de las actividades diarias. A través de ella, se asegura que la producción y prestación de servicios se realicen de manera fluida, cumpliendo con los plazos establecidos, manteniendo estándares de calidad y optimizando el uso de los recursos. También facilita el control de inventarios, la programación de actividades y el seguimiento del desempeño de los procesos. En este sentido, su importancia radica en que permite reducir errores, minimizar desperdicios y garantizar que los resultados cumplan con las expectativas de los clientes y de la organización

2.2.10. Características de la gestión de operaciones

Tan & WIsner (2003) aseveran que la gestión de operaciones se caracteriza por ser un proceso integral y transversal, ya que involucra a todas las áreas de la organización, desde la alta dirección hasta los niveles operativos. Su enfoque está en la coordinación y alineación de los recursos para garantizar que las actividades productivas y de servicios estén orientadas al cumplimiento de los objetivos institucionales. Además, se caracteriza por su orientación a la eficiencia global, buscando equilibrar calidad, costos, tiempos y satisfacción del cliente. En este sentido, la gestión de operaciones no funciona de manera aislada, sino como un eje que conecta la estrategia con la práctica organizacional.

Silva et al. (2021) consideran que una de las principales características de la gestión de operaciones es su carácter dinámico y adaptable, pues debe responder de manera ágil a los cambios del mercado, las innovaciones tecnológicas y las exigencias de los consumidores. Asimismo, se distingue por su enfoque en la creación de valor, ya que no se limita a administrar recursos, sino que busca generar ventajas competitivas sostenibles a través de la calidad, la innovación, la reducción de costos o la diferenciación del servicio. Otra característica clave es su orientación hacia la mejora continua, lo que implica revisar y perfeccionar constantemente los procesos para mantener la competitividad en un entorno cada vez más globalizado.

Chunkhray & korniyenko (2022) sostienen que en el ámbito operativo, la gestión de operaciones se caracteriza por su enfoque práctico y medible, ya que se traduce en acciones concretas como la programación de actividades, el control de inventarios, la supervisión de procesos productivos y el aseguramiento de la calidad. También se distingue por ser un proceso sistemático, pues implica la planificación, ejecución, control y evaluación de cada

etapa de la producción o prestación de servicios. Finalmente, tiene una característica de orientación a resultados, ya que busca que cada actividad contribuya a la eficiencia, la reducción de desperdicios, el cumplimiento de plazos y la satisfacción de las expectativas del cliente.

2.2.11. Objetivos de la gestión de operaciones

Emeritus (2022) considera que el principal objetivo de la gestión de operaciones es asegurar que los procesos productivos y de servicios estén alineados con la misión, visión y metas estratégicas de la organización. Busca coordinar de manera eficiente los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros para transformar insumos en productos o servicios de valor. También pretende garantizar la coherencia entre la estrategia institucional y la ejecución práctica, fortaleciendo la integración de las distintas áreas y mejorando el desempeño global de la organización.

ESAN (2021) menciona que desde esta perspectiva, el objetivo es generar ventajas competitivas sostenibles a través de la eficiencia, innovación, calidad, esta orientada a reducir costos, optimizar tiempos de entrega, diferenciar productos o servicios, adaptarse rápidamente a las condiciones del mercado, la gestión de operaciones permite a la organización posicionarse frente a la competencia, incrementar la satisfacción de los clientes, responder de manera proactiva a los cambios del entorno, asegurando permanencia y crecimiento.

Martinez (2022) sostiene que se centran en garantizar la eficiencia diaria de los procesos, incluye programar correctamente las actividades, mantener niveles óptimos de inventario, supervisar la calidad en cada etapa y asegurar que los recursos se utilicen sin desperdicios, busca cumplir con los plazos establecidos y con los estándares de calidad requeridos, logrando que cada actividad contribuya al resultado final, su objetivo es convertir la planificación en acciones concretas que se traduzcan en productividad y satisfacción del cliente.

2.2.12. Funciones de la gestión de operaciones

Heizer et al. (2020) señalan que una función esencial de la gestión de operaciones es planificar y coordinar todos los recursos de la organización para garantizar que los procesos productivos y de servicios estén alineados con los objetivos estratégicos. También cumple la función de integrar las diferentes áreas, asegurando que los esfuerzos de producción, logística, finanzas y recursos humanos trabajen de manera conjunta para alcanzar los fines institucionales. Asimismo, se encarga de diseñar sistemas productivos eficientes, que permitan a la organización sostenerse y crecer en el largo plazo.

Rodriguez et al. (2023) consideran que la gestión de operaciones tiene como función principal mejorar la posición competitiva de la organización en el mercado. Para ello, se encarga de implementar procesos que reduzcan costos, incrementen la calidad, aceleren los tiempos de respuesta y promuevan la innovación en productos o servicios. También cumple la función de analizar y adaptar estrategias operativas frente a las tendencias del entorno, de manera que la organización pueda diferenciarse de sus competidores. De esta forma, la

gestión de operaciones no solo administra recursos, sino que se convierte en un motor estratégico para generar ventajas sostenibles.

(Martinez (2022) indica que en el ámbito práctico, la gestión de operaciones cumple la función de programar, ejecutar y controlar las actividades diarias de la producción y los servicios, incluye la administración de inventarios, la gestión de la cadena de suministro, aseguramiento de la calidad, logística y supervisión de cada proceso, es la optimización del uso de recursos, reduciendo desperdicios, garantizando la eficiencia en cada etapa, cumpliendo la función de monitorear resultados mediante indicadores de desempeño, lo que permite introducir mejoras continuas y mantener un flujo operativo estable y confiable.

2.2.13. Enfoques de la gestión de operaciones

Sclack & Burgess (2022) argumentan que el enfoque está orientado a la integración de los recursos y áreas de la organización para alcanzar los objetivos estratégicos, centrada en coordinar procesos productivos, logísticos y de servicios de manera coherente con la misión y visión institucional, busca que todas las unidades trabajen bajo una misma dirección, evitando duplicidad de funciones y asegurando que cada actividad aporte valor al propósito organizacional, promueve la toma de decisiones basada en información, lo que fortalece la planeación y la eficiencia global de la institución.

Martinez (2022) evidencia que el enfoque es crear y mantener ventajas sostenibles en el mercado, los procesos operativos no solo deben ser eficientes, sino también innovadores y diferenciadores frente a los competidores, impulsa la búsqueda constante de la calidad total, la reducción de costos, la flexibilidad productiva y rapidez de respuesta al cliente, incorpora

el análisis del entorno y tendencias del mercado para adaptar los procesos y lograr una posición sólida en un escenario dinámico y globalizado.

Calabrese (2019) considera que el enfoque está dirigido a la optimización de los procesos diarios, concentrada en la planificación, programación, ejecución, control de actividades específicas, como la administración de inventarios, gestión de la cadena de suministro, mantenimiento de equipos y supervisión de calidad, garantizar cada etapa del proceso se realice con eficiencia, minimizando desperdicios y tiempos improductivos, también se apoya en herramientas y técnicas como la mejora continua, estandarización de procesos, uso de indicadores de desempeño para mantener un control riguroso y asegurar la satisfacción del cliente.

2.2.14. Dimensiones de la gestión de operaciones

Dimensión eficiencia de procesos: Se refiere a la capacidad de una organización para desarrollar sus actividades de producción o servicios utilizando la menor cantidad posible de recursos tiempo, materiales, energía o costos sin afectar la calidad del resultado final. Implica optimizar procedimientos, eliminar actividades innecesarias o repetitivas y reducir desperdicios, de modo que cada proceso aporte valor y genere un mayor rendimiento (Martínez, 2022).

Dimensión gestión del capital humano: Se centra en la administración, desarrollo y motivación de las personas que integran la organización, comprende procesos como la selección, capacitación, evaluación de desempeño, liderazgo y clima laboral, con el propósito de potenciar las habilidades y competencias del personal, reconoce que los trabajadores son

un recurso estratégico y busca alinear capacidades con objetivos promoviendo compromiso, productividad y un entorno de trabajo colaborativo (Martínez, 2022).

Dimensión gestión de abastecimiento: Es un conjunto de actividades destinadas a garantizar la disponibilidad oportuna y eficiente de materiales, insumos y servicios necesarios para el funcionamiento de la organización, incluyendo la planificación de compras, selección de proveedores, control de inventarios, almacenamiento y distribución, asegurar que los recursos requeridos estén disponibles en el momento adecuado, con la calidad esperada y menor costo posible, contribuyendo a la continuidad y eficiencia de los procesos productivos (Martínez, 2022).

2.3. Bases filosóficas

- filosofía de la planificación estratégica

La filosofía de la planificación estratégica ha sido concebida desde sus inicios como un proceso racional orientado a anticipar y diseñar el futuro de las organizaciones. En esta línea, Ansoff (1965) planteó que la planificación estratégica busca establecer la relación entre la empresa y su entorno, identificando oportunidades que aseguren su crecimiento y supervivencia. De manera complementaria, Ackoff (1981) resaltó que planificar estratégicamente significa diseñar un futuro deseado y los medios efectivos para alcanzarlo, lo que evidencia un enfoque proactivo y estructurado. Ambas visiones reflejan la idea de que las organizaciones no deben limitarse a reaccionar ante los cambios, sino actuar de manera consciente y direccionada hacia sus objetivos de largo plazo.

En la actualidad, ha enriquecido con enfoques que responden a entornos más turbulentos y globalizados. Por ejemplo, Alhosseiny (2023) sostiene que la planificación estratégica, en conjunto con el pensamiento estratégico y la agilidad, resulta fundamental

para alcanzar ventajas competitivas en escenarios inciertos. De manera similar, Johnsen, (2023) reafirma su utilidad en tiempos turbulentos, destacando la necesidad de que los planes sean adaptativos, participativos y legítimos dentro de las organizaciones. Estas perspectivas contemporáneas muestran que, lejos de ser un concepto estático, la planificación estratégica evoluciona para integrar flexibilidad, sostenibilidad y colaboración en la gestión organizacional.

- Filosofía de la gestión de operaciones

La filosofía de la gestión de operaciones se basa en la búsqueda de eficiencia y efectividad en el uso de los recursos para transformar insumos en bienes y servicios de calidad. Desde una perspectiva clásica, Chase y Aquilano (1995) señalan que la gestión de operaciones es el conjunto de actividades orientadas a producir bienes y servicios mediante la administración eficiente de procesos. Bajo esta mirada, su filosofía está orientada a la racionalidad y optimización, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente reduciendo costos y mejorando la productividad.

Al mismo tiempo, la gestión de operaciones integra una filosofía de mejora continua y adaptación al entorno. Heizer y Render (2014) afirman que la gestión de operaciones no solo se centra en producir, sino en garantizar calidad, innovación y flexibilidad en los procesos, lo que implica entender las operaciones como una ventaja competitiva. Esto significa que la filosofía de la gestión de operaciones no es estática, sino que se renueva constantemente para responder a cambios tecnológicos, demandas del mercado y expectativas sociales.

En la actualidad, esta filosofía incorpora una visión sostenible y responsable. Slack, Brandon-Jones y Burgess (2022) sostienen que la gestión de operaciones debe considerar el

impacto social y ambiental de los procesos productivos, integrando la eficiencia con la sostenibilidad. De esta manera, la gestión de operaciones se entiende no solo como una disciplina técnica, sino como un enfoque estratégico que guía a las organizaciones hacia la excelencia operacional, la satisfacción del cliente y la responsabilidad social.

2.4. Definición de términos básicos

a. **Seguimiento de planes:** Proceso de supervisar periódicamente si las actividades y objetivos planteados se están cumpliendo según lo establecido (Carrión et al.,2020).
b. **Uso de indicadores:** Aplicación de medidas cuantitativas o cualitativas (KPIs) que permiten evaluar el avance y desempeño de la organización (Carrión et al.,2020).
c. **Participación en objetivos**: Nivel de involucramiento de los miembros de la organización en cumplimiento de los objetivos estratégicos (Carrión et al.,2020).
d. **Medición de objetivos:** Evaluación de los resultados alcanzados en relación con los objetivos planteados, utilizando parámetros verificables (Carrión et al.,2020).
e. **Planes de acción:** Conjunto de actividades concretas y organizadas que orientan el cumplimiento de los objetivos estratégicos (Bottrell, 2023).
f. **Recursos asignados:** Disponibilidad y distribución de recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales para la ejecución de los planes (CEIDE, 2025).
g. **Costos operativos:** Gastos derivados del funcionamiento diario de los procesos de la organización, como producción, logística o administración (Calabrese et al.,2019).
h. **Calidad del proceso:** Grado en que los procesos cumplen con estándares de eficiencia, confiabilidad y satisfacción de los clientes (Martínez, 2022).
i. **Capacitación del personal:** Programas o actividades que buscan mejorar las competencias, habilidades y conocimientos de los trabajadores (Heizer et al.,2020).

j. **Motivación laboral:** Nivel de compromiso, satisfacción y entusiasmo de los colaboradores hacia su trabajo y la organización (Martínez, 2022).

k. **Costos de compras:** Gastos relacionados con la adquisición de bienes e insumos necesarios para la operación de la organización (Martínez, 2022).

l. Puntualidad de proveedores Cumplimiento de los plazos acordados en la entrega de insumos: o materiales por parte de los proveedores (Martínez, 2022).

2.5. Formulación de hipótesis

2.5.1. Hipótesis general

La planificación estratégica se relaciona directamente con la gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

2.5.2. Hipótesis especificas

a. La eficiencia de procesos se relaciona directamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

b. La gestión del capital humano se relaciona significativamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

c. La gestión de abastecimiento se relaciona significativamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

2.6. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1 **Planificación estratégica**	**Evaluación y control**	• Seguimiento de planes • Uso de indicadores • Frecuencia de evaluación
	Objetivos estratégicos	• Claridad de objetivos • Participación en objetivos • Medición de objetivos
	Estrategias de acción	• Planes de acción • Recursos asignados • Actualización de estrategias

Adaptado de: (Carrión et al., 2020).

Variable 2 **Gestión de operaciones**	**Eficiencia de procesos**	• Costos operativos • Calidad del proceso • Calidad de procesos
	Gestión del capital humano	• Capacitación del personal • Motivación laboral • Trabajo en equipo
	Gestión de abastecimiento	• Costos de compras • Puntualidad de proveedores • Control de inventarios

Adaptado de: (Martinez, 2022).

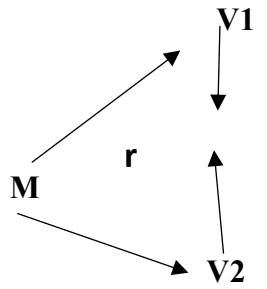
CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1. Diseño metodológico

El estudio se desarrollará bajo un diseño de investigación no experimental de tipo transversal, en el cual el fenómeno será analizado en su contexto natural, sin manipulación de variables. La recolección de datos se llevará a cabo en un único momento, limitándose a la observación y registro de la información sin realizar modificaciones durante el proceso.

En el diseño de investigación no experimental, el fenómeno se estudia dentro de su contexto natural, sin generar condiciones distintas ni manipular las variables. La observación se lleva a cabo en una sola ocasión, limitándose a registrar la información sin introducir cambios durante el proceso de indagación (Supo et al., 2024).



Donde:

M = Representa la Muestra

V1 = Variable: Planificación estratégica

V2= Variable: Gestión de operaciones

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación sobre Planificación estratégica y gestión de operaciones en el supermercado será de tipo básica, ya que busca ampliar el conocimiento existente y comprender los fenómenos relacionados, identificando principios generales que sirvan de base para el desarrollo de teorías aplicables al contexto del estudio.

Supo et al. (2024) aseveran que este tipo de estudio no está orientado a la aplicación práctica, sino a generar conocimientos a partir de investigaciones existentes. No persigue la solución de un problema a corto o largo plazo, sino que se enfoca en establecer principios generales que permitan explicar los fenómenos observados.

3.1.2. Enfoque

La investigación será de enfoque cuantitativo, dado que se basa en la medición de datos mediante herramientas estadísticas. Los datos numéricos serán descritos y analizados con el propósito de identificar patrones y relaciones entre las variables estudiadas.

El enfoque cuantitativo se centra en la utilización de datos numéricos para examinar y entender las relaciones entre las variables estudiadas. Para ello, se aplican herramientas estadísticas que permiten interpretar la información obtenida, generalmente a partir de una muestra específica, con el fin de generar conclusiones objetivas y precisas sobre el fenómeno investigado (Supo et al., 2024).

3.2. Población y muestra de la investigación

3.2.1. Población

Conformada por 103 colaboradores del Supermercado

3.2.2 Muestra

Se utilizará la misma cantidad de la población 103 personas.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Técnicas a emplear

Hadi et al. (2023) señalan que la encuesta es un método utilizado para recopilar información de una muestra, la cual permite analizar comportamientos y actitudes. Este método puede estandarizarse y los datos obtenidos pueden ser tanto numéricos como descriptivos, facilitando su posterior análisis.

Se hará uso de la encuesta, considerándola uno de los métodos más confiables en investigación, para recopilar y analizar datos cuantitativos. La información proporcionada por los encuestados será procesada mediante técnicas estadísticas, permitiendo interpretar los resultados en el contexto de este estudio.

3.3.2. Descripción del instrumento

La herramienta que se empleará en esta investigación será el cuestionario, el cual permitirá obtener información relevante para medir la relación entre las variables estudiadas y alcanzar los objetivos planteados. El cuestionario será diseñado para recabar información específica de los participantes y, en este caso, se aplicará un formato tipo Likert, con valores que faciliten su llenado. La escala utilizada será la siguiente: Siempre (4), Casi siempre (3), Casi nunca (2) y Nunca (1).

3.4. Técnicas para el procedimiento de la información

Para el análisis de la información se utilizará el software estadístico SPSS versión 30, que permitirá procesar los datos de manera precisa y aplicar pruebas como correlaciones y regresiones para verificar las relaciones entre las variables. Además, facilita la generación de gráficos y tablas claros, asegurando la confiabilidad de los resultados y fortaleciendo la validez de las conclusiones del estudio.

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión evaluación y control	,803	103	,000
Dimensión objetivos estratégicos	,870	103	,000
Dimensión estrategias de acción	,817	103	,000
Dimensión eficiencia de procesos	,832	103	,000
Dimensión gestión del capital humano	,856	103	,000
Dimensión gestión de abastecimiento	,836	103	,000
Variable planificación estratégica	,847	103	,000
Variable productividad laboral	,821	103	,000

Según la prueba de normalidad Shapiro-Wilk aplicada a las dimensiones y variables construidas a partir de las 18 preguntas (n = 103), todos los valores de significancia fueron p = 0.000 (< 0.05)**,** por lo que se rechaza la hipótesis de normalidad y se concluye que los datos no siguen una distribución normal**;** en consecuencia, para analizar la relación entre la variable planificación estratégica y productividad laboral no se debe usar la correlación de Pearson, sino una prueba no paramétrica, siendo la más adecuada la correlación de Spearman, ya que permite evaluar la relación entre variables cuando los datos no son normales o provienen de escalas tipo Likert.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,989	**18**

En la prueba piloto aplicada a 63 personas, el cuestionario de 18 preguntas obtuvo un Alfa de Cronbach = 0.989, lo que indica una confiabilidad excelente del instrumento según el criterio propuesto por Lee Cronbach, ya que el coeficiente es mayor a 0.90; esto significa que las preguntas presentan una muy alta consistencia interna, miden adecuadamente el mismo constructo y el cuestionario es viable y confiable para aplicarse en la investigación principal, sin necesidad de eliminar ítems

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de los resultados

Tabla 1
Dimensión evaluación y control de la variable planificación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	47	45,6	45,6	45,6
Medio alto	25	24,3	24,3	69,9
Medio bajo	21	20,4	20,4	90,3
Bajo	10	9,7	9,7	100,0
Total	103	100,0	100,0	

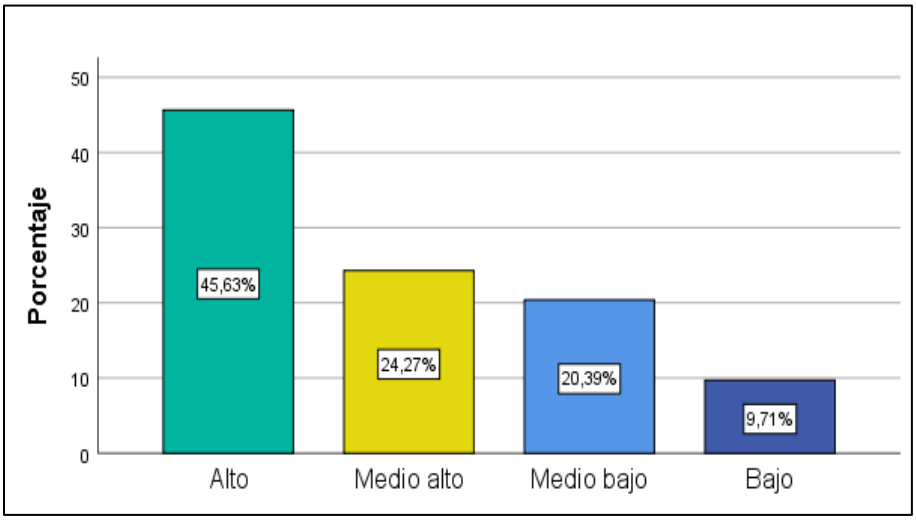


Figura 1: Dimensión evaluación y control de la variable planificación estratégica

La Tabla 1 muestra que, de un total de 103 encuestados, el 45,6 % se ubica en un nivel alto y el 24,3 % en nivel medio alto en la dimensión evaluación y control de la planificación estratégica, lo que indica que el 69,9 % percibe de manera favorable la forma en que se realiza el seguimiento y control de la planificación; sin embargo, el 20,4 % en nivel medio bajo y el 9,7 % en nivel bajo evidencian que aún existe un grupo importante que percibe debilidades en este aspecto, por lo que, aunque los resultados generales son positivos, se requiere fortalecer los procesos de evaluación y control para lograr una planificación estratégica más efectiva.

Tabla 2
Dimensión objetivos estratégicos de la variable planificación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	25	24,3	24,3	24,3
Medio alto	27	26,2	26,2	50,5
Medio bajo	34	33,0	33,0	83,5
Bajo	17	16,5	16,5	100,0
Total	103	100,0	100,0	

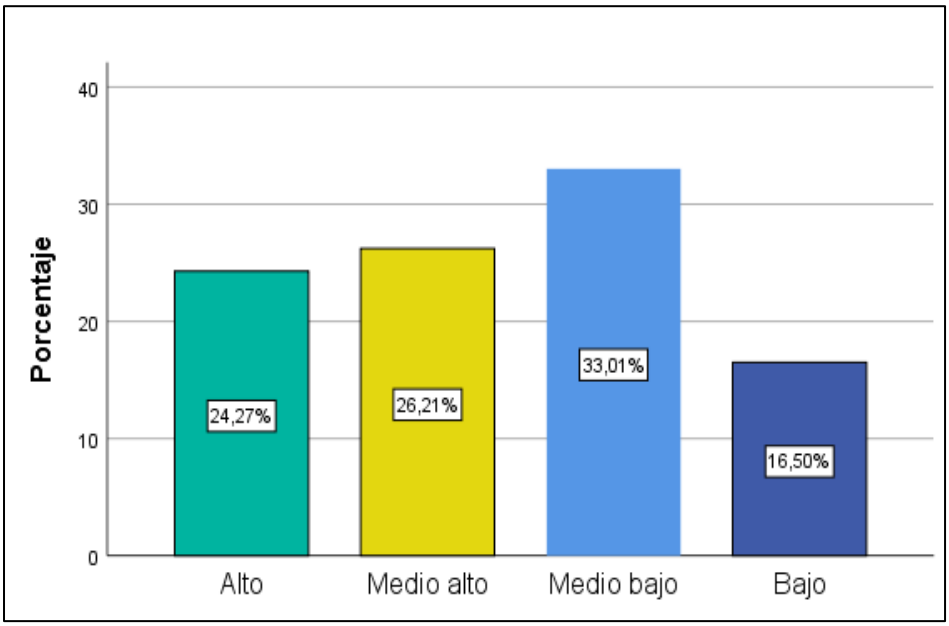


Figura 2: Dimensión objetivos estratégicos de la variable planificación estratégica

La Tabla 2 evidencia que, de los 103 encuestados, el 24,3 % se ubica en el nivel alto y el 26,2 % en nivel medio alto en la dimensión objetivos estratégicos de la planificación estratégica, sumando un 50,5 % con percepciones favorables; sin embargo, el 33,0 % en nivel medio bajo y el 16,5 % en nivel bajo, que representan el 49,5 % restante, muestran que casi la mitad percibe deficiencias en la definición y claridad de los objetivos estratégicos, lo que sugiere la necesidad de mejorar la formulación, comunicación y alineación de dichos objetivos para fortalecer la planificación estratégica en la organización.

Tabla 3
Dimensión estratégica de acción de la variable planificación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	31	30,1	30,1	30,1
Medio alto	17	16,5	16,5	46,6
Medio bajo	22	21,4	21,4	68,0
Bajo	33	32,0	32,0	100,0
Total	103	100,0	100,0	

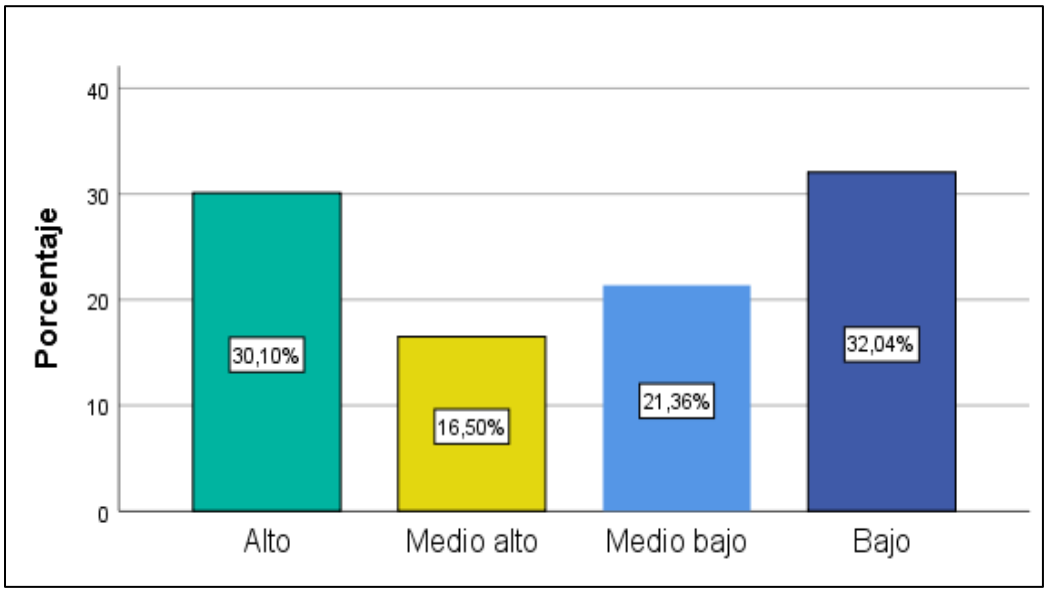


Figura 3: Dimensión estratégica de acción de la variable planificación estratégica

La Tabla 3 muestra que, de los 103 encuestados, el 30,1 % se ubica en el nivel alto y el 16,5 % en nivel medio alto en la dimensión estratégica de acción de la planificación estratégica, sumando un 46,6 % con percepciones favorables; sin embargo, el 21,4 % en nivel medio bajo y el 32,0 % en nivel bajo, que representan el 53,4 % restante, evidencian que más de la mitad percibe debilidades en la ejecución de acciones estratégicas, lo que indica la necesidad de fortalecer la implementación, coordinación y seguimiento de las estrategias para mejorar la efectividad de la planificación estratégica.

Tabla 4
Variable planificación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	34	33,0	33,0	33,0
Medio alto	28	27,2	27,2	60,2
Medio bajo	23	22,3	22,3	82,5
Bajo	18	17,5	17,5	100,0
Total	103	100,0	100,0	

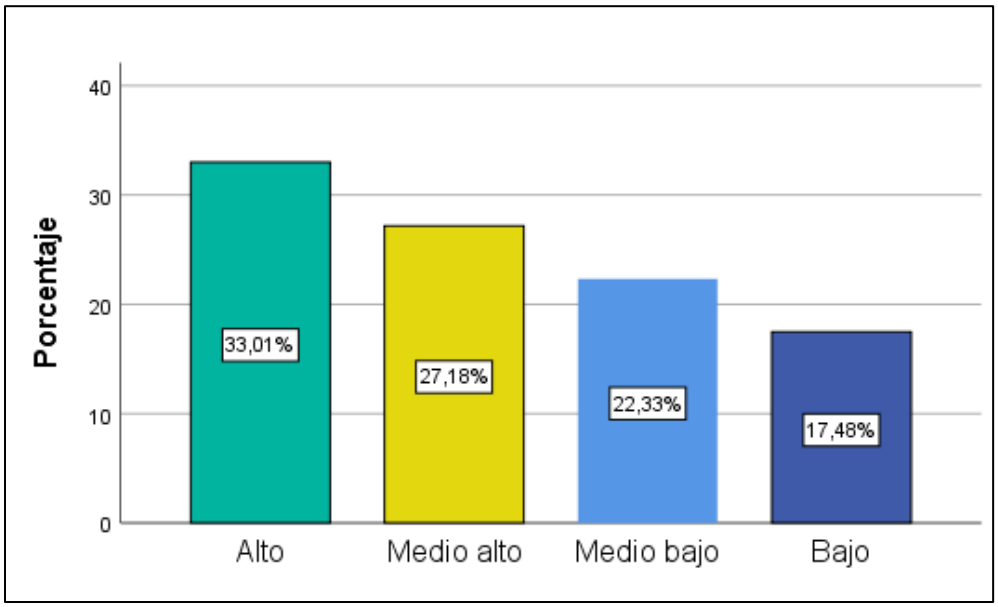


Figura 4: Variable planificación estratégica

La Tabla 4 muestra que, de los 103 encuestados, el 33,0 % se ubica en el nivel alto y el 27,2 % en nivel medio alto en la variable planificación estratégica, sumando un 60,2 % con percepciones favorables sobre su aplicación; sin embargo, el 22,3 % en nivel medio bajo y el 17,5 % en nivel bajo, que representan el 39,8 % restante, evidencian que aún existe un grupo importante que percibe deficiencias en la planificación estratégica, por lo que, aunque los resultados generales son positivos, es necesario fortalecer su formulación, implementación y seguimiento para mejorar su efectividad en la organización.

Tabla 5
Dimensión eficiencia de procesos de la variable gestión de operaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	40	38,8	38,8	38,8
Medio alto	33	32,0	32,0	70,9
Medio bajo	21	20,4	20,4	91,3
Bajo	9	8,7	8,7	100,0
Total	103	100,0	100,0	

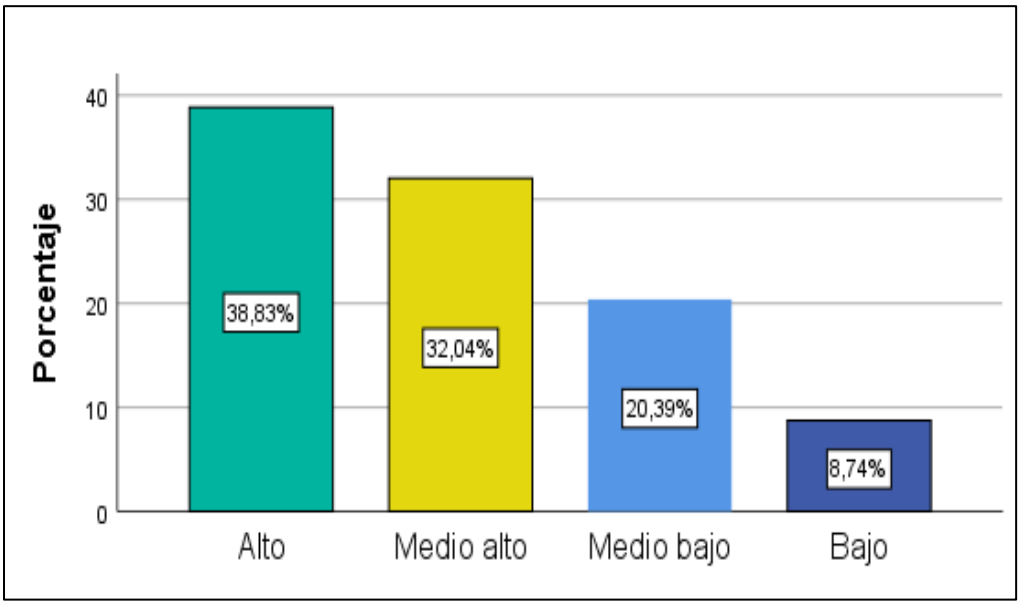


Figura 5: Dimensión eficiencia de procesos de la variable gestión de operaciones

La Tabla 5 muestra que, de un total de 103 encuestados, el 38,8% percibe la eficiencia de procesos de la gestión de operaciones en un nivel alto y el 32,0% en un nivel medio alto, lo que en conjunto representa un 70,9% de valoraciones positivas; mientras que el 20,4% la considera medio baja y solo el 8,7% baja, evidenciando que, en general, la eficiencia de procesos es evaluada de manera favorable, aunque existe un grupo minoritario que señala la necesidad de mejorar ciertos aspectos para alcanzar niveles óptimos en la gestión de operaciones.

Tabla 6
Dimensión gestión de capital humano de la variable gestión de operaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	26	25,2	25,2	25,2
Medio alto	35	34,0	34,0	59,2
Medio bajo	20	19,4	19,4	78,6
Bajo	22	21,4	21,4	100,0
Total	103	100,0	100,0	

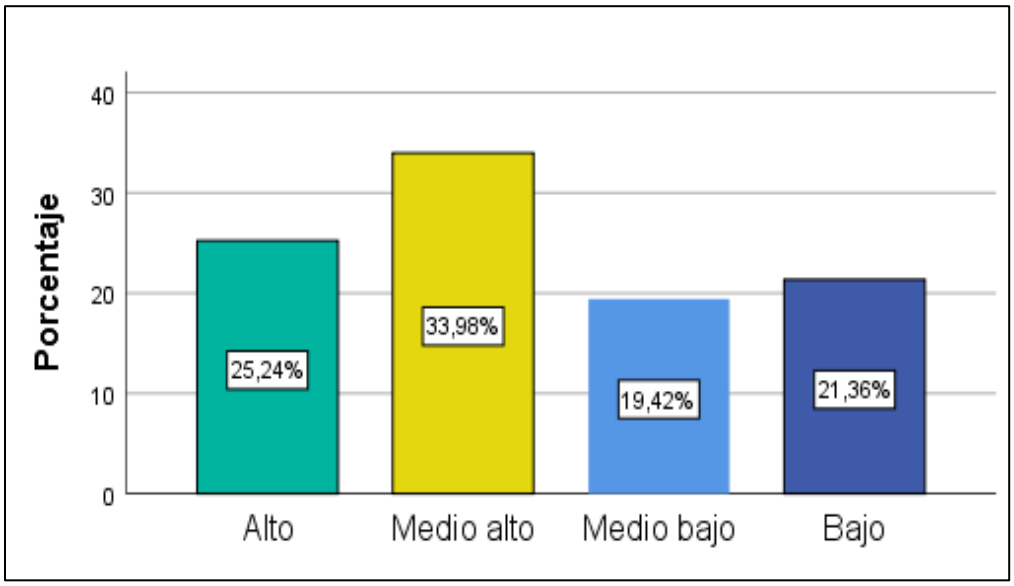


Figura 6: Dimensión gestión de capital humano de la variable gestión de operaciones

La Tabla 6 evidencia que, de los 103 encuestados, el 25,2% percibe la gestión de capital humano en un nivel alto y el 34,0% en un nivel medio alto, sumando un 59,2% de valoraciones favorables; sin embargo, un 19,4% la considera medio baja y un 21,4% baja, lo que indica que, aunque predomina una percepción positiva sobre la gestión de capital humano dentro de la gestión de operaciones, existe un porcentaje significativo de opiniones que reflejan deficiencias y la necesidad de fortalecer las prácticas relacionadas con el personal para mejorar el desempeño organizacional.

Tabla 7
Dimensión gestión de abastecimiento de la variable gestión de operaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	38	36,9	36,9	36,9
Medio alto	29	28,2	28,2	65,0
Medio bajo	21	20,4	20,4	85,4
Bajo	15	14,6	14,6	100,0
Total	103	100,0	100,0	

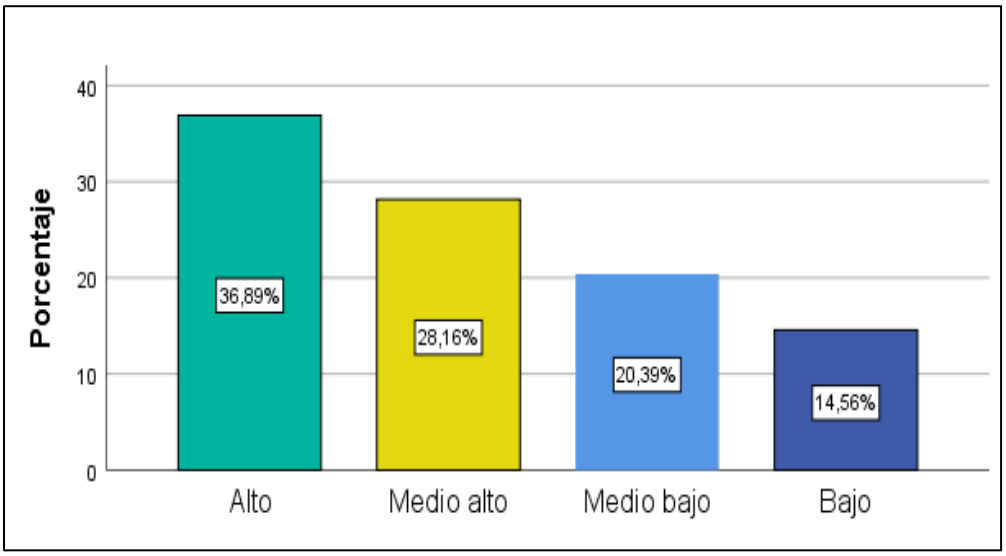


Figura 7: Dimensión gestión de abastecimiento de la variable gestión de operaciones

La Tabla 7 muestra que, de los 103 encuestados, el 36,9% percibe la gestión de abastecimiento en un nivel alto y el 28,2% en un nivel medio alto, sumando un 65,0% de valoraciones positivas; mientras que el 20,4% la considera medio baja y el 14,6% baja, lo que indica que, en general, la gestión de abastecimiento dentro de la gestión de operaciones es evaluada favorablemente, aunque aún existe un grupo importante que evidencia deficiencias y señala la necesidad de mejorar los procesos de suministro para optimizar el desempeño organizacional.

Tabla 8
Variable gestión de operaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	43	41,7	41,7	41,7
Medio alto	25	24,3	24,3	66,0
Medio bajo	23	22,3	22,3	88,3
Bajo	12	11,7	11,7	100,0
Total	103	100,0	100,0	

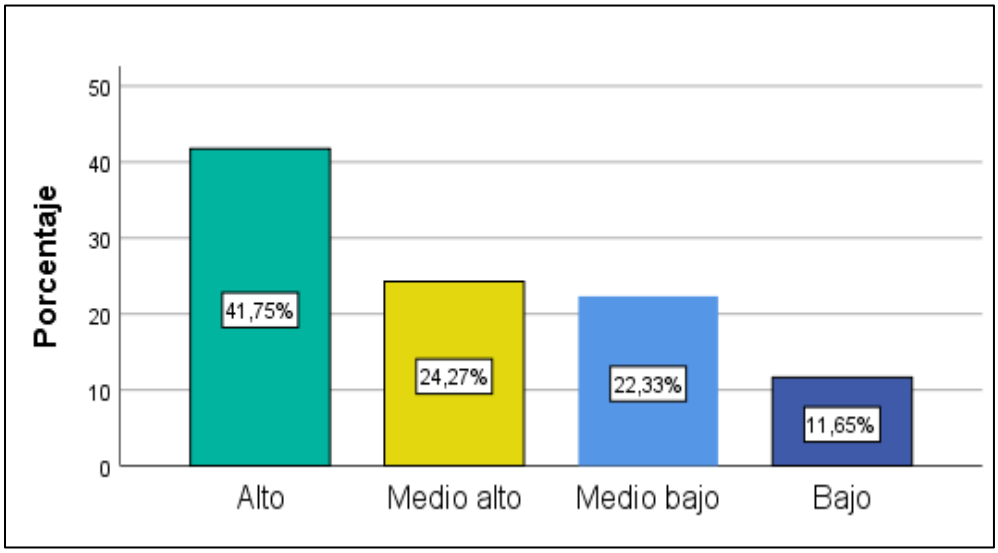


Figura 8: Variable gestión de operaciones

La Tabla 8 evidencia que, de los 103 encuestados, el 41,7% percibe la gestión de operaciones en un nivel alto y el 24,3% en un nivel medio alto, lo que representa un 66,0% de valoraciones positivas; en contraste, el 22,3% la considera medio baja y el 11,7% baja, indicando que, en general, la gestión de operaciones es evaluada favorablemente, aunque existe un grupo significativo que percibe deficiencias, lo que sugiere la necesidad de implementar mejoras para fortalecer el desempeño operativo de la organización.

4.2. Contrastación de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

Ho: La planificación estratégica no se relaciona directamente con la gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

H_1: La planificación estratégica se relaciona directamente con la gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

Tabla 9

Correlación de la variable planificación estratégica y variable gestión de operaciones

			Variable planificación estratégica	Variable gestión de operaciones
Rho de Spearman	Variable planificación estratégica	Coeficiente de correlación	1,000	,928**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	103	103
	Variable gestión de operaciones	Coeficiente de correlación	,928**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	103	103

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

La Tabla 9 evidencia una correlación positiva muy alta entre la planificación estratégica y la gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025, debido a que el coeficiente Rho de Spearman es 0,928, lo que indica que ambas variables se relacionan directamente y aumentan de manera conjunta; además, el nivel de significancia es 0,000 (menor a 0,01), lo que demuestra que la relación es estadísticamente significativa, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, evidenciando que una adecuada planificación estratégica se asocia con una mejor gestión de operaciones en la empresa analizada.

Hipótesis especifica 1

Ho: La eficiencia de procesos no se relaciona directamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

H_1: La eficiencia de procesos se relaciona directamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

Tabla 10

Correlación de la dimensión eficiencia de procesos y la variable planificación estratégica

			Dimensión eficiencia de procesos	Variable planificación estratégica
Rho de Spearman	Dimensión eficiencia de procesos	Coeficiente de correlación	1,000	,927**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	103	103
	Variable planificación estratégica	Coeficiente de correlación	,927**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	103	103

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

La Tabla 10 muestra una correlación positiva muy alta entre la dimensión eficiencia de procesos y la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025, debido a que el coeficiente Rho de Spearman es 0,927, lo que indica que ambas variables se relacionan de manera directa y aumentan conjuntamente; además, el nivel de significancia es 0,000 (menor a 0,01), evidenciando que la relación es estadísticamente significativa, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, mostrando que una mayor eficiencia en los procesos se asocia con una mejor planificación estratégica en la empresa analizada.

Hipótesis especifica 2

Ho: La gestión del capital humano no se relaciona significativamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

H_1: La gestión del capital humano se relaciona significativamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

Tabla 11

Correlación de la dimensión gestión del capital humano y la variable planificación estratégica

			Dimensión gestión del capital humano	Variable planificación estratégica
Rho de Spearman	Dimensión gestión del capital humano	Coeficiente de correlación	1,000	,949**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	103	103
	Variable planificación estratégica	Coeficiente de correlación	,949**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	103	103

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

La Tabla 11 muestra una correlación positiva muy alta entre la gestión del capital humano y la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025, ya que el coeficiente Rho de Spearman es 0,949, lo que indica que ambas variables se relacionan directamente y aumentan de manera conjunta; además, el nivel de significancia es 0,000 (menor a 0,01), evidenciando que la relación es estadísticamente significativa, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, mostrando que una adecuada gestión del capital humano se asocia significativamente con una mejor planificación estratégica en la empresa analizada.

Hipótesis especifica 3

Ho: La gestión de abastecimiento no se relaciona significativamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

H_1: La gestión de abastecimiento no se relaciona significativamente con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025.

Tabla 12

Correlación de la dimensión de gestión de abastecimiento y la variable planificación estratégica

			Dimensión gestión de abastecimiento	Variable planificación estratégica
Rho de Spearman	Dimensión gestión de abastecimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,956**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	103	103
	Variable planificación estratégica	Coeficiente de correlación	,956**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	103	103

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

La Tabla 12 evidencia una correlación positiva muy alta entre la gestión de abastecimiento y la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025, ya que el coeficiente Rho de Spearman es 0,956, indicando que ambas variables se relacionan de manera directa y aumentan conjuntamente; además, el nivel de significancia es 0,000 (menor a 0,01), lo que muestra que la relación es estadísticamente significativa, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, evidenciando que una adecuada gestión de abastecimiento se asocia significativamente con una mejor planificación estratégica en la empresa analizada.

CAPÍTULO V
DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión

En relación con los antecedentes internacionales, los resultados obtenidos en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho guardan coherencia con lo señalado por Cely y Serrano (2022), quienes encontraron una correlación muy alta (Rho = 0,989) entre planificación y gestión de operaciones, destacando que la planificación permite optimizar recursos y mejorar la eficiencia de los procesos frente a la demanda de clientes. De manera similar, en la presente investigación se obtuvo una correlación de 0,928 entre planificación estratégica y gestión de operaciones, así como valores elevados en sus dimensiones (0,927 en eficiencia de procesos, 0,949 en gestión del capital humano y 0,956 en gestión de abastecimiento), lo que refuerza la idea de que la planificación constituye un eje articulador de las actividades operativas.

Asimismo, los hallazgos coinciden con Muñiz et al. (2022), quienes reportaron una correlación de 0,985 entre planificación estratégica y desarrollo empresarial, resaltando que ambas variables no pueden desvincularse si se busca crecimiento sostenido y alineación organizacional; en ese sentido, los resultados del estudio evidencian que cuando la planificación es sistemática y participativa, impacta directamente en la eficiencia interna. Del mismo modo, se relacionan con Aguirre (2022), quien encontró una correlación positiva alta (0,856) entre el sistema de control y la gestión de operaciones en el supermercado Jumbo de Santiago, señalando que los sistemas deben estar alineados a las operaciones y considerar al

recurso humano; en concordancia, el presente estudio muestra que la dimensión gestión del capital humano posee una de las correlaciones más altas (0,949), lo que demuestra que la planificación estratégica no solo influye en procesos y abastecimiento, sino también en la articulación del talento humano dentro de la dinámica operativa.

En relación con los antecedentes nacionales, los resultados obtenidos en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho coinciden con Martínez (2022), quien encontró una correlación positiva alta de 0,888 entre planificación estratégica y gestión de operaciones, resaltando que la planificación permite orientar funciones, metas y mejora continua; de manera similar, en la presente investigación se obtuvo una correlación de 0,928 entre ambas variables, así como valores elevados en sus dimensiones, lo que reafirma que la planificación estratégica favorece el ordenamiento de procesos y el desempeño operativo.

Asimismo, los resultados se relacionan con Ortiz (2024), quien halló una correlación de 0,956 entre planificación estratégica y desarrollo de procesos de gestión, destacando que ambas variables se encuentran estrechamente vinculadas para lograr eficiencia organizacional; en concordancia, el estudio evidencia correlaciones altas en eficiencia de procesos, capital humano y abastecimiento, demostrando que la planificación influye de forma integral en las actividades internas.

No obstante, los hallazgos difieren con Gargate (2022), quien reportó una correlación muy baja de 0,026 entre planificación estratégica y competitividad, lo que podría explicarse por el desconocimiento de la planificación por parte de los trabajadores del sector transporte; en contraste, en el contexto del supermercado analizado se observa mayor aplicación de

herramientas estratégicas, lo que permite una mejor articulación entre planificación y gestión operativa. En conjunto, los antecedentes nacionales respaldan que la planificación estratégica constituye un elemento clave para fortalecer la gestión de operaciones y el desempeño organizacional cuando es aplicada de manera sistemática y participativa.

5.2. Conclusiones

- Se determinó que existe una relación directa, positiva y muy fuerte entre la planificación estratégica y la gestión de operaciones en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025, evidenciando que el fortalecimiento de los procesos de planificación estratégica contribuye significativamente a optimizar la gestión operativa, mejorar la eficiencia en las actividades internas y favorecer el logro de los objetivos organizacionales.

- Se determinó que la eficiencia de procesos presenta una relación directa, positiva y muy fuerte con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025, evidenciando que la optimización de los procesos internos y el uso adecuado de recursos contribuyen significativamente al fortalecimiento de la planificación estratégica y al mejor cumplimiento de los objetivos organizacionales.

- Se evidenció que la gestión del capital humano presenta una relación directa, positiva y muy fuerte con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025, mostrando que el fortalecimiento de las competencias, la

motivación y la adecuada administración del personal contribuyen de manera significativa al desarrollo de una planificación estratégica más eficiente y alineada con los objetivos organizacionales.

- Se comprobó que la gestión de abastecimiento presenta una relación directa, positiva y muy fuerte con la planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, año 2025, mostrando que la adecuada coordinación con proveedores, el control eficiente de inventarios y la planificación oportuna de suministros fortalecen de manera significativa el desarrollo de la planificación estratégica en la organización.

5.3. Recomendaciones

- Fortalecer los procesos de planificación estratégica en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho mediante la definición clara de objetivos, el establecimiento de indicadores de desempeño, la capacitación continua del personal y la evaluación periódica de resultados, con el propósito de optimizar la gestión de operaciones, mejorar la eficiencia de los procesos internos y asegurar el cumplimiento de las metas organizacionales.

- Optimizar la eficiencia de procesos en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho mediante la estandarización de procedimientos, el uso de indicadores de desempeño, la capacitación continua del personal y la mejora permanente de los flujos operativos,

con el fin de fortalecer la planificación estratégica y asegurar el cumplimiento eficiente de los objetivos.

- Implementar planes integrales de desarrollo del talento en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho, incorporando evaluaciones de clima laboral, programas de liderazgo, reconocimiento al desempeño y mecanismos de comunicación interna, con la finalidad de fortalecer el compromiso del personal y mejorar la alineación entre la gestión del capital humano y la planificación estratégica de la empresa.

- Optimizar la gestión de abastecimiento en el Supermercado Tottus del distrito de Huacho mediante la mejora de la coordinación con proveedores, el uso de sistemas de control de inventarios en tiempo real, la planificación anticipada de pedidos y la evaluación periódica de la cadena de suministro, con la finalidad de fortalecer la planificación estratégica y asegurar la disponibilidad oportuna de productos para los clientes.

-

V. REFERENCIAS

5.1. Referencias bibliográficas

Ackoff, R. (1981). *Creating the corporate future: Plan or be planned for.* New York: John Wiley & Sons.

Aguirre Olmedo, M. V. (2022). *Sistema de control y gestión de operaciones en el supermercados Jumbo.* Santiago - Chile: Universidad de Chile.

Ansoff, H. (1965). *Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion.* New York: McGraw-Hill.

Benitez Sánchez, J. (2024). *Sistema de gestión de operaciones para supermercados.* Granada - España: Universidad de granada.

Brown , S., Bessant , J., & Jia , F. (2018). *Strategic operations management - (4.ª ed.).* Routledge.

Carrión Sánchez , J., Espinoza Torres, M., Lartiga Pisfil , M., & Yagati del Pozo, L. (2020). *Planeamiento estratégico de la empresa supermercados peruanos (SPSA).* Lima - Perú: Universidad Ponitificia Catolica del Perú.

Cely Fonseca , L., & Motrno Serrano , D. (2022). *Implementación de herramientas en la gestion de operaciones en una empresa de servicios: Caso de estudios optica Colombiana.* Bogota : Universidad de Colombia .

Hadi , M., Martel, C., Huayta , F., Rojas , R., & Arías , J. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis.* INUDI.

Heizer J, Render, B., & Munson C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management (13.ª ed.).* Pearson.

Ortiz Calvay , C. (2024). *Planificación estrategica y el desarrollo de procesos de gestión en la pequeña y mediana empresa de implementación de oficinas en el distrito de Lima cercado* . Lima - Perú: Universidad Nacional Federico Villareal .

Rodriguez Bonilla, C., Enriquez Martinez, M., & Estuardo Cevallos , G. (2023). Operation managment and its impact on competitivenes in the comercializadora DIPOr S. A. *Tse´De Revista de investigación cientifica*, 1 (1) 1-21. Obtenido de operation managment and its impact on competitivenes in the comercializadora DIPOr S. A, 2023.

Santos , D. (07 de marxo de 2024). *Caracteristicas de la planficación estrategica transforma metas*. Obtenido de Hubspot: https://blog.hubspot.es/marketing/guia-planificacion-estrategica

Sclack N, B., & Burgess, N. (2022). *Operations management (10.ª ed.).* Pearson Education.

Silva , C., Lima , R., & Vieria , D. (2021). Key factors for operational performance in manufacturing systems: Conceptual model, systematic literature review and implications. *Journal of Manufacturing Systems*, 59, 367–385.

Stevenson , W. (2020). *Operations management (14.ª ed.).* McGraw-Hill Education.

Supo , J., Zacarías , H., & Camayo, B. (2024). *Metodología de Investigación Científica: Niveles de investigación.* Libro claro, estructurado en unidades, con ejemplos prácticos y lenguaje accesible para proyectos multidisciplinarios.

Tan , C., & WIsner, J. (2003). A study of operations management constructs and their relationships. *International Journal of Operations & Production Management*, 23(11), 1426–1445. https://doi.org/10.1108/01443570310501862.

Tercero Chicaiza, S. (2022). *Planificación estratégica para la empresa "El Mega Supermercado" en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, .* Riobamba Ecuador: Escuela Superior Politecnica e Chimorazo.

Tovar Lozano, L., Castro Guzman , J., & Garzon Otavo, L. (2021). *Aplicación de modelo de planeación estratégica para la mipyme supermercado de frutas y verduras Doña Rosy .* Bloque Espinal - Colombia: Universidad Coperativa de Colombia .

5.2. Referencias hemerográficas

Alhosseiny, H. (2023). The impact of strategic planning, strategic thinking, and strategic agility on competitive advantage: Literature review. *cademy of Strategic Management Journal*, 22(S2), 1–14.

Bambang Gunawan , R. (2024). Implementation of Balanced Scorecard to achieve the company's strategic objectives. Eduvest. *Journal of Universal Studies,*, 4(3), 818–826.https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i3.1064.

Cadenas , R., & Carrasquero, J. (2019). Etapas de la planificación estratégica en empresas petroleras mixtas del municipio Maracaibo. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 303–324.

Calabrese, A., Costa , R., & Menichini, T. (2019). . Product complexity and operational performance: A systematic literature review. *Industrial Marketing Management,*, 79, 143–159. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.002.

Chunkhray , N., & korniyenko, A. (2022). A scientific approach to managing operational efficiency through the integration of the tactical and strategic levels of the enterprise. *American Journal of Operations Management and Information Systems*, 7(3), 49–57. https://doi.org/10.11648/j.ajomis.20220703.11.

Johnsen, A. (2023). Strategic planning in turbulent times: Still useful? *Public Policy and Administration*, 38(4), 445–465.

Martinez Quispe , L. (2022). *Planificación estrategica y gestion de operaciones de la empresa de transporte Carley S.A.C,. Ate Vitarte.* Lima - Perú : Universidad Autonoma del Perú .

Mousa , K., Ali , K., & Gurler, S. (2025). Strategic planning and organizational performance:An empirical study on the manufacturing sector. *Sustainability,*, 16(15).

Muñiz Jaime , L., Tomalá Yánez , R., & Alvarado Guaranda , J. (2022). La Planificación Estratégica y su Aporte al Desarrollo Empresarial de las Mipymes en Manabí. *Dialnet - Revista cientifica - dominio de las ciencias*, 8 (Extra) 372 - 383.

Florez Garzon , C., Godoy Gallego, K., & Echeverri Gutierrez, P. (2024). Analisis de los supermercados de cadena en Colombia a traves de metodologia de la planificación estratégica. *Universidad Libre Seccional Pereira* , 1 (2) 1-37.

Fuertes, A. (2019). Development, implementation and assessment of a comprehensive strategic plan in a school of pharmacy. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 83(6) Article 6899. https://doi.org/10.5688/ajpe6899.

Garcia Guiliany, J., Durán , S., Cardeño Pórtela, E., Prieto Pulido , R., Garcia Cali, E., & Paz Marcano, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Espacios*, 38(52).

Gargate Obregon , S. (2022). Planificacion estrategica y competitividad en las empresas del sector transporte interprovincial terrestre. *Scielo - Industrial data*, 25 (2), 63-70.

George, B. (2025). Towards purposeful strategic planning: A mixed research synthesis across disciplines. *Long Range Planning*, 58(4), Artículo 102563. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2025.102563.

Gunasekaran , A., Subramanian , N., & Papadopolous, T. (2017). Information technology for competitive advantage within logistics and supply chains. *A review. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation*, 99, 14–33 https://doi.org/10.1016/j.tre.2016.12.008.

Palacios Rodriguez, M. (2020). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración - Scielo*, 1 (11) 57-68. Obtenido de Revista Nacional de administración.

Parrales Poveda , M., Arteaga Velepucha, G., Villón yagual, A., & Fienco Parrales, J. (2024). Modelos clásicos en el desarrollo de la planificación estratégica. *Corporatum*, 360, 7(13), 145–163. https://doi.org/10.56124/corporatum-360.v7i13.008.

teixeira Pita, M. (2024). Modelo Teórico Fundamentado en la Planificación Estratégica para la Administración . *Revista Scientific*, 9(34), 404–417.https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2024.9.34.19.404-417.

5.3. Referencias electrónicas

Actio , S. (26 de diciembre de 2023). *Planificación: objetivos y estrategias para el éxito.* . Obtenido de Actio Software: https://actiosoftware.com/es/planificacion-objetivos-y-estrategias-para-el-exito/

Beyond. (16 de junio de 2025). *Beyond by esade - Inspiring Business*. Obtenido de Planificación estratégica y como realizarla: https://www.esade.edu/beyond/es/planificacion-estrategica/

Bottrell, G. (17 de mayo de 2023). *he Importance of Strategic Planning in Business Success.* Obtenido de Planing on business: https://www.linkedin.com/pulse/importance-strategic-planning-business-success-gavin-bottrell/

Castro Jiménez, N., Del Campo de la Salas, S., Jay Archbbold, J., Caballero de la Hoz , B., & Troncoso Palacio, A. (2025). Gestión de oepraciones para mejorar la satisfacción de clientes en Supermercados . *Dialnet - Boletin de Innovación logista y operaciones* , 7(2) 1-9.

CEIDE. (08 de enero de 2025). *Planificación estratégica en un entorno cambiante: cómo preparar tu empresa para 2025*. Obtenido de CEIDE : CEIDE. https://ciedo.org/planificacion-estrategica-en-un-entorno-cambiante-como-preparar-tu-empresa-para-2025/

Cordova Ramos , J. (27 de octubre de 2023). *Universidad Cesar Vallejo*. Obtenido de Importancia de la planificación estrategica en la gestion empresarial hacia el exito: https://www.ucv.edu.pe/noticias/importancia-de-la-planificacion-estrategica-en-la-gestion-empresarial-un-camino-hacia-el-exito

Emeritus . (05 de agosto de 2022). *Emeritus Latam*. Obtenido de la gestión de operaciones y proyectos.: https://latam.emeritus.org/blogs/10-principios-para-la-gestion-de-operaciones-y-proyectos/

ESAN. (25 de enero de 2021). *Operation management: Principios clave para una gestión eficiente.* . Obtenido de Conexión ESAN: https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/operation-management-principios-clave-para-una-gestion-eficiente

Hoe, D. (01 de julio de 2024). *Salestorce LATAM blog*. Obtenido de Planificación estratégica que es y como implementarla : https://www.salesforce.com/mx/blog/planeacion-estrategica/

ANEXOS

INSTRUMENTO PARA MEDIR PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Descripción	Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
Valor	(1)	(2)	(3)	(4)

	VARIABLE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	Calificación				
	Dimensión evaluacion y control	1	2	3	4	5
1	¿Con qué frecuencia se realiza el seguimiento de los planes estratégicos en el supermercado Tottus?					
2	¿Con qué frecuencia se hace uso de indicadores para medir el cumplimiento de los objetivos estratégicos?					
3	¿Con qué frecuencia se lleva a cabo la evaluación de los resultados en relación con la planificación estratégica?					
	Dimensión objetivos estratégicos					
4	¿Con qué frecuencia se comunican con claridad los objetivos estratégicos dentro del supermercado Tottus?					
5	¿Con qué frecuencia los trabajadores participan en la definición o revisión de los objetivos estratégicos?					
6	¿Con qué frecuencia se realiza la medición de los objetivos estratégicos planteados?					
	Dimensión estrategias de acción					
7	¿Con qué frecuencia se implementan los planes de acción definidos en la planificación estratégica?					
8	¿Con qué frecuencia se asignan adecuadamente los recursos necesarios para ejecutar las estrategias?					
9	¿Con qué frecuencia se realiza la actualización de estrategias en función de los cambios internos o externos?					

INSTRUMENTO PARA MEDIR LA PRODUCTIVIDAD LABORAL

	VARIABLE GESTIÓN DE OPERACIONES	Calificación				
	Dimensión eficiencia de procesos	1	2	3	4	5
1	¿Con qué frecuencia se evalúan los costos operativos en las operaciones del supermercado Tottus?					
2	¿Con qué frecuencia se controla la calidad del proceso durante las actividades operativas?					
3	¿Con qué frecuencia se supervisa la calidad de los procesos de manera general en la gestión de operaciones?					
	Dimensión gestión del capital humano					
4	¿Con qué frecuencia se brinda capacitación al personal en el supermercado Tottus?					
5	¿Con qué frecuencia se promueve la motivación laboral entre los trabajadores?					
6	¿Con qué frecuencia se fomenta el trabajo en equipo en las actividades operativas?					
	Dimensión gestión de abastecimiento					
7	¿Con qué frecuencia se revisan los costos de compras en el supermercado Tottus?					
8	¿Con qué frecuencia los proveedores cumplen con la puntualidad en las entregas?					
9	¿Con qué frecuencia se realiza el control de inventarios en el área de abastecimiento?					