



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (MBA)**

**Gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una
institución financiera, Ica 2022.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios -MBA**

AUTOR:

Ventura Quiroga, Carlos Jair ([iorcid.org/0000-0002-5057-0592](https://orcid.org/0000-0002-5057-0592))

ASESOR:

Dr. Granados Maguiño, Mauro Amaru ([iorcid.org/000-002-5668-0557](https://orcid.org/000-002-5668-0557))

CO-ASESOR

Mg. Zuñiga Castillo, Arturo Jaime ([iorcid.org/0000-0003-1241-2785](https://orcid.org/0000-0003-1241-2785))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a mi madre, quien es mi motor para seguir desarrollándome. Tu guía y bendición en el trayecto de mi vida me impulsa a seguir creciendo profesionalmente.

Agradecimiento

En primera instancia agradecer a mis padres por su apoyo incondicional para seguir mis objetivos personales y profesionales. De igual manera agradezco a la Universidad César Vallejo, por la oportunidad de seguir desarrollándome profesionalmente.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. MÉTODOLOGÍA.....	13
3.1 Tipo y diseño de investigación	13
3.2 Variables y operacionalización.....	14
3.3 Población, muestra y muestreo.....	14
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5 Procedimientos	16
3.6 Métodos de análisis de datos.....	17
3.7 Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN	26
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS	1

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Tabla de frecuencia de datos agrupados de la variable Gestión Estratégica y sus dimensiones</i>	18
Tabla 2 <i>Tabla de frecuencia de datos agrupados de la variable Imagen Institucional y sus dimensiones</i>	19
Tabla 3 <i>Tabla Cruzada Gestión Estratégica e Imagen Institucional</i>	19
Tabla 4 <i>Tabla cruzada formulación estratégica y prestigio institucional</i>	20
Tabla 5 <i>Cruzada Ejecución estratégica y reconocimiento de la sociedad</i>	21
Tabla 6 <i>Tabla Cruzada Evaluación estratégica y satisfacción del público</i>	21
Tabla 7 <i>Prueba de normalidad de estadístico</i>	22
Tabla 8 <i>Correlación Rho de Spearman entre Gestión Estratégica e Imagen institucional</i>	24
Tabla 9 <i>Correlación de Spearman entre la formulación estratégica y el prestigio institucional en una institución financiera, Ica, 2022</i>	24
Tabla 10 <i>Correlación de Spearman entre la relación que existe entre la ejecución estratégica y el reconocimiento de la sociedad en una institución financiera, Ica, 2022.</i>	25
Tabla 11 <i>Correlación de Spearman entre la relación que existe entre la evaluación estratégica y satisfacción del público en una institución financiera, Ica, 2022.</i>	25

Resumen

Este estudio de investigación tuvo la finalidad de establecer la relación que existe entre la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022. La metodología consideró un estudio totalmente enfocado al cuantitativo de tipo básico y nivel descriptivo correlacional con un diseño no experimental. La población y la muestra del estudio quedó compuesta por 50 trabajadores de la agencia banco Pichincha, Ica 2022 elegidos mediante el muestro censal. La técnica a usar fue la encuesta con sus respectivos cuestionarios Cuestionario sobre gestión estratégica de la dirección en instituciones financieras y Cuestionario sobre imagen institucional de la dirección en instituciones financieras, tomando en cuentas los criterios de calidad como es validez y confiabilidad. Se concluye que, referente a la gestión estratégica e imagen institucional en el grupo de media-regular se encuentran 3 participantes (6%) y en el grupo media-buena 3 participantes (6%). Por otro lado, en el grupo de favorable- regular se encuentran 2 participantes (4%) y por último en el grupo favorable- buena 42 participantes (84%). Asimismo, se ha logrado determinar que, existe relación significativa entre Gestión Estratégica e Imagen Institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho = 0,837$ lo que indica una buena relación donde a mayor nivel de gestión estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

Palabras clave: Gestión estratégica, dirección, imagen institucional.

Abstract

This research study had the purpose of establishing the relationship that exists between the strategic management of the direction and institutional image in a financial institution, Ica 2022. The methodology considered a study totally focused on the quantitative of basic type and correlational descriptive level with a design not experimental. The study population and sample was made up of 50 workers from the Banco Pichincha agency, Ica 2022, chosen through the census sample. The technique to be used was the survey with its respective questionnaires: Questionnaire on strategic management of management in financial institutions and Questionnaire on institutional image of management in financial institutions, taking into account quality criteria such as validity and reliability. It is concluded that, regarding strategic management and institutional image, there are 3 participants (6%) in the average-regular group and 3 participants (6%) in the average-good group. On the other hand, in the favorable-regular group there are 2 participants (4%) and finally in the favorable-good group 42 participants (84%). Likewise, it has been possible to determine that there is a significant relationship between Strategic Management and Institutional Image. Likewise, a correlation coefficient is observed, $Rho = 0.837$, which indicates a good relationship where the higher the level of strategic management, the greater the development of the institutional image and vice versa..

Keywords: Strategic management, direction, institutional image.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las empresas buscan ser competitivas y generar mayor valor, bajo el deseo de brindar una imagen institucional reconocida. Valor las empresas se considera que una empresa que posee una gestión estratégica se orienta a obtener mayor reconocimiento y éxito, ello debido a la planificación que posee a nivel económico y gerencial. El reconocimiento de una adecuada dirección en la empresa también brinda una imagen institucional de reconocimiento en el país que se desarrolle.

Como señala El Banco Mundial (2020), la pandemia trajo consigo una de las recesiones más grandes en el país, perjudicando a grandes y pequeñas empresas, también como a las familias. Además, en América Latina la economía tuvo una repercusión del 7.2% en el 2020, esperando que en los próximos años pueda incrementar su crecimiento económico. Sin embargo, los problemas sociales en los cuales se encuentra la recién Latinoamericana, no brinda una estabilidad frente a la economía. Aquino et. al (2020), afirmaron que la pandemia trajo una paralización en todos los países, afectando a los diversos sectores de la economía mundial, limitando los préstamos que podían percibir las empresas, los retrasos en los proyectos, no lograr con las metas establecidas, siendo necesaria la implementación de modelos nuevos en gestión, que permita en un futuro a las empresas poder adaptarse a nuevas medidas que surjan. Algunos países, consideran que la gestión estratégica se encuentra ligada al fortalecimiento de los valores de la empresa para su reincorporación al mercado, mientras que otros, consideran que una adecuada gestión se basa en una estructuración oportuna de los recursos económicos, distribuyéndolo para sus diversas áreas y fines (Cucchiari, 2019).

A nivel nacional, se considera que la gestión estratégica en la dirección es un determinante frente a la excelencia y el reconocimiento social, siendo la pandemia un impedimento para fortalecer estos aspectos en las instituciones. Asimismo, la imagen institucional de las diversas organizaciones en el Perú, no poseen reconocimiento por parte de la sociedad, en especial las instituciones, debido a los casos en los cuales se han visto involucradas (Orihuela, 2018). No obstante, los sectores que se vieron mayormente afectados en el país, fueron el

turismo, los comercios de abastecimiento que se esperaba crezcan un 15% durante el 2021, no alcanzando esta proyección (Grados, 2020). La economía en el país se proyectó a crecer en los años 2021 y 2022, pero las cifras aún no logran alcanzar lo esperado al 100%, se encuentran creciendo en bajos porcentajes y reactivando diferentes sectores poco a poco (Grados 2020; Olivera y Loza, 2021). Por tal motivo, se busca estudiar la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución.

A nivel local, se busca que las instituciones financieras logren recuperar y reactivar los flujos económicos que manejan, brindando una imagen institucional que los provea de confiabilidad para los usuarios, por tal motivo, es que el presente estudio plantea como tema de investigación la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una Institución financiera, Ica, 2022. Dado que, la gestión estratégica brinda los lineamientos que la institución debe seguir para gestionar financieramente los activos.

En este contexto se formula el problema de investigación:

El problema general se presenta ¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022? los problemas específicos, ¿Qué grado de relación existe entre la formulación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022?, ¿Qué grado de relación existe entre la ejecución estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022? y ¿Qué grado de relación existe entre la evaluación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022?

Justificación del estudio en la actualidad, se presentan diversas dificultades para las empresas nacionales, ya que buscan ser competitivas luego de un periodo de confinamiento, años en los cuales no realizaron una adecuada gestión o planificación de los objetivos en las mismas. Por ello, la relevancia sustenta su importancia en otorgar mayores alcances sobre los procedimientos o medidas que deben tomar para posicionarse como una empresa consolidada, considerando la planificación financiera que realizan para sus inversiones y la estructuración de la misma para la distribución en la empresa.

Justificación práctica; Los resultados de este estudio se podrán tomar como referentes para mejorar los procesos de gestión estratégica de la dirección,

promoviendo una imagen institucional que favorezca a su organización, ello se logrará mediante los instrumentos que evaluarán las variables. De esta forma, las empresas constructoras podrán direccionar las planificaciones financieras adecuadamente.

Justificación teórica; La realización del estudio busca brindar mayor información sobre la gestión que se realiza en las empresas, brindando mayor alcance en las distribuciones financieras que realizan, otorgando conceptos que ayudan a comprender la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera; con ello propone nuevo conocimiento a investigaciones futuras.

Justificación Metodológica; El estudio seguirá un modelo que busca explicar el fenómeno del estudio científico, por ello se formula realizar una correlación entre las variables para comprender el vínculo que podrían establecer, elaborando una herramienta fiable para orientar futuras investigaciones. Asimismo, busca seguir un plan estructurado para lograr los objetivos del estudio y comprobar las hipótesis planteadas, que serán guía para la suspensión de los resultados.

La *hipótesis general*, existe relación significativa entre la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022.

Las hipótesis específicas, existe relación significativa a entre la formulación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022, Existe relación significativa entre la ejecución estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022 y Existe relación significativa entre la evaluación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022.

Como *objetivo general se tuvo que determinar* el nivel de relación entre la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022. También tuvimos como *objetivos específicos son los que se presentan a continuación determinar* el grado de relación que existe entre la formulación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022. Determinar el grado de relación que existe entre la ejecución estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022 y determinar el grado de relación que existe entre la evaluación estratégica la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En este trabajo investigativo se considera los antecedentes, es decir estudios por otros profesionales que han realizado estudios con las mismas variables en contexto diferentes y sus aportes es sumamente relevante para el estudio en curso.

A nivel internacional se hace presente Armas (2019), quien realizó su estudio con el fin de establecer la incidencia de la imagen corporativa en la calidad de servicio al cliente del Banco Internacional del Perú - Interbank Tienda Tarapoto Ramón Castilla, periodo 2019. Con un diseño correlacional y de tipo descriptivo. Participaron 136 usuarios. Se aplicó el cuestionario. Entre los hallazgos se encontró que, respecto a la percepción de los clientes, el 66,9% indica que está en un nivel bueno, y sobre la calidad de servicio un 48,5% indicó que está en nivel bueno. Por otro lado, se halló una sig. ($0,000 < 0,05$), consiguiendo un valor de correlación de Pearson ($r=0,803$). Concluyendo que existió un vínculo entre ambas variables investigadas.

Pasquel (2019) desarrolló un estudio enfocado en conocer la incidencia de la gestión financiera en los niveles de satisfacción de clientes y usuarios del Banco de la Nación de la ciudad de Huánuco en el periodo 2019. El estudio fue de tipo básica con un diseño no experimental. Contó con la participación de 306 usuarios. Entre los resultados se evidenció que, respecto a la gestión financiera, un 41,18% de usuarios indicaron que se encuentra en un nivel regular, un 58,82% menciona que está en nivel alto. Sobre la satisfacción del cliente, un 16,34% indica que los usuarios están satisfechos y el 83,66% mencionan que están complacientes. Por otro lado, el valor de Rho Spearman fue 0,62 y un p-valor de 0,000. Concluyendo que, hubo una incidencia de la gestión financiera en la satisfacción de clientes.

Franco y Rojas (2019) realizaron un estudio con el fin de dar una explicación sobre el impacto del manejo de redes sociales en el ambiente financiero y de qué manera produce beneficios a largo plazo en la imagen institucional de la banca. Se manifestará los comentarios de los distintos autores y su experiencia de la utilización de dichas herramientas de comunicación. Concluyendo que, las entidades bancarias usan bastante las redes sociales para atraer a más clientes o usuarios.

Fernández (2019) en su estudio titulado, propuesta de gestión estratégica financiera para optimizar el crecimiento económico de la empresa inversiones C&P E.I.R.L., Bagua Grande – 2018. Tuvo un diseño no experimental. Se evidenció que los activos del año 2017 aumentaron un 150,91%, los pasivos un 173,73%, patrimonio neto 125,68%. Se consideraron métodos estratégicos para mejorar el desarrollo económico de la entidad, además, consideró métodos para incrementar la utilidad bruta, alcanzar un presupuesto bajo en gastos, incrementar los ingresos de ventas y bajar el presupuesto para la producción.

Palomino (2019) realizó un estudio con el fin de explicar la situación de la gestión de proyectos en una entidad financiera del sector público. Tuvo un carácter cuantitativo. Contó con la participación de 56 funcionarios. Se aplicó el cuestionario. Los hallazgos evidenciaron que, en la entidad del Banco de la Nación, tiene un nivel regular de apreciación en la gestión de proyectos de un 62.5% de funcionarios, ello es generado porque se toman en cuenta las sugerencias recibidas del PMBOK, sin embargo, aún se evidencian diversas falencias que tienen que ser optimizadas para su adecuada función.

A nivel nacional se hace presente Lema et al. (2019) quienes realizaron su estudio con la finalidad de desarrollar un modelo de gestión del talento humano que incorpore aspectos fundamentales de la organización. De tipo básica con un enfoque cuantitativo. Participaron 135 trabajadores. Se usó el cuestionario. Concluyendo que, es relevante indicar que debe haber una actualización de distintas guías de procedimientos que tiene la cooperativa y tener un modelo de gestión que ayude a perfeccionar el rendimiento de los trabajadores, que ello posibilitará lograr las metas estratégicas.

Vintimilla-Veloz et al. (2020) realizaron un estudio con el fin de proponer estrategias de branding para el mejoramiento y posicionamiento de su nueva imagen. Tuvo un enfoque mixto. La muestra lo conformaron socios segmentados de CB cooperativa. Se aplicó una encuesta a través de la web. Entre los hallazgos se reflejó la relevancia que los usuarios de la organización mantienen con su identidad, valor y atributo, que se asocian entre ellos. Se implementó una sugerencia de branding basada en las etapas dinámicas y herramientas actualizadas eficientes para logra que la organización se posicione de la imagen renovada.

Salazar-Botello et al. (2021) realizaron un estudio con la finalidad de examinar la prevalencia del síndrome burnout y su relación con el nivel de satisfacción laboral (SL) de los colaboradores de una institución financiera (zona central chilena), en contexto del Covid-19. Fue de tipo básica. Participaron 52 trabajadores. Se aplicó un cuestionario con escala Likert. Entre los resultados se mostró que un 45,8% de trabajadores tienen un nivel alto respecto a satisfacción laboral, el 41,7% un nivel regular y el 15% un nivel bajo. Concluyendo que, mejorar la satisfacción laboral ayudará a que haya menos estrés en los trabajadores, sobre todo en tiempo de pandemia.

González-Bustos et al. (2020) realizaron un estudio con el fin de diseñar una herramienta de gestión para el análisis del retorno financiero a partir de la implementación de estrategias de Responsabilidad Social en las COACS del segmento uno de la provincia del Azuay. Tuvo un alcance descriptivo. La muestra lo conformaron 96 socios. Se usó la encuesta y entrevista. Entre los hallazgos se evidenciaron que, la cooperativa JEP, CACPE Biblián y Jardín Azuayo, implementan programa de RS como método organizacional, pero el 43% de usuarios no conocen, un 62% no fueron invitados a ello. Los programas que conllevan conocimientos mediante redes son los que tienen una alta percepción. Un 17% de usuarios mencionan que es excelentes los programas de RS, un 25% menciona que es muy bueno, el 37% no indica si son adecuados o no. Concluyendo que, se elaboró un instrumento financiero que abarca la planificación, programas, metas, indicativos y examinación del retorno financiero.

Cuello-Cojitambo et al. (2020) realizaron un estudio con el fin de analizar cómo se está manejando la gestión del conocimiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo y si cuenta con las condiciones para aplicar planes de sucesión dentro de su estructura organizativa. Según su metodología tuvo un diseño no experimental. Participaron 245 sujetos. Se aplicó el cuestionario para los empleados. Los resultados evidenciaron que, los integrantes de la muestra se encontraron familiarizados con la gestión del conocimiento, donde un 74,3% mencionan que si identifica dicha definición el 25,7% indican que no saben respecto al tema, por otro lado, se muestra los resultados respecto a si la cooperativa ejecuta la gestión del conocimiento, un 61,6% confirma que, si lo usa, el 38,4% indicaron que no se aplica esta definición. Concluyendo que, ambas variables se encuentran

asociadas basándose en el saber de la temática, ya que el porcentaje fue de 74,3% que si sabe respecto a la gestión del conocimiento ello está cerca a los 61,1% que manifiesta que si ejecuta en las clases.

A continuación de presentan todas las teorías asociadas al tema en consecuencia tenemos a la primera variable la *gestión estratégica*.

Se presenta el origen de esta variable, en donde Ataucusi (2016), indica que Ansoff inició esta materia, donde en los 70, planteó la palabra “Strategic Management” que traducido al español significa “Dirección estratégica”, y que, a raíz de los hechos históricos sobre lo económico, luego de la guerra enriquecieron a otros autores Andrews y Porter que son los sobresalientes. Como mecanismo de dirección que posibilitaba afrontar los nuevos condicionamientos de modificaciones de estructuración; es acogido y elaborado en la teoría de la administración en las universidades de Estados Unidos y en países desarrollados de Europa. (Mohd et al., 2019, Karabağ y Fatih, 2019)

Las definiciones que se presentan sobre la variable parten de lo que afirma Ticona (2017), quien señaló que la gestión es la agrupación de tareas elaboradas por los que conducen las organizaciones, mejorando diversas características de las actividades, teniendo en cuenta las modificaciones para alcanzar la mejoría.

Para González et al. (2019) indicaron que es como un instrumento para que logre administrar y sistematizar modificaciones, en la que se establecen las metas de la organización y se determinan métodos; además, se evidencia la involucración en base al liderazgo y la toma de decisiones que den respuestas a la demanda de la comunidad de manera rápida y futura.

Velasquez (2017) señala que, es un conjunto de acciones que permiten el lograr incidir, manejar y gestionar métodos adecuadas en función a alcanzar beneficios directos sobre la organización y subsistir en el futuro.

Sánchez y Lache (2017) afirmaron que, se refiere al direccionamiento de los procesos que se requieren para la toma de decisiones, tanto en términos de aspectos estructurales, como de aspectos coyunturales.

Según Hernández et al. (2020), es un instrumento esencial para la examinación y valorar el momento actual de las empresas, ya que posibilita a los

gerentes a aplicar distintas tareas como son la caracterización, formulación y monitoreo de los métodos aplicados.

Las dimensiones que se presentan son aquellas que apoyan en la operacionalización las cuales se presentan a las dimensiones asignadas a esta variable, se encuentran comprendidas en función a lo considerado por Velásquez (2017):

Formulación estratégica; el activo fundamental que cuenta una compañía es el plan estratégico, ello posibilita guiar, siendo una sucesión de pasos que la empresa tiene que seguir, con la finalidad de alcanzar los propósitos determinados en un plazo establecido, es así que se tiene que monitorear y evaluar cada tiempo y los resultados evidenciarán si se consiguieron los propósitos, si la empresa ha crecido.

Ejecución estratégica; se busca que todas las organizaciones cumplan con las metas determinadas, amoldando su habilidad y materiales disponibles a la realidad existente, ello se encontrará en función al propósito de la empresa.

Evaluación estratégica; se busca encontrar la estrategia adecuada para la compañía, y establecer qué método no es eficiente, ello posibilitará hacer identificar qué estrategia se amolda a la organización.

La gestión estratégica es importante, debido a que posibilita una adecuada dirección, identificar su realidad, y conocer el camino que debe seguir con el fin de lograr lo que mande su visión. Además, evidencia las modificaciones generadas en el ambiente. Dicha acción va a depender de las capacidades del gerente a cargo. El análisis estratégico aplica métodos e instrumentos que posibilitan una buena evaluación del momento estratégico. (Brume, 2017, Buckley, 2018, Farfán y Reyes, 2017)

Posibilita la construcción descriptiva de las características teóricas que tienen que realizarse en una empresa, en relación a los propósitos, planificaciones, materiales, con el fin de que se pueda tomar decisiones adecuadas y que sea productivo, en la que logre mantenerse su participación con motivación, de manera competitiva para lograr la satisfacción y fidelidad del usuario final. (Ayón-Ponce et al., 2020)

La gestión estratégica es un eje vertebral del desarrollo de cualquier estructura en su vinculado, por lo tanto en lo educativo (Payano, 2021). Por otro lado, para Hernández et al. (2020), sirve mucho para recaudar las ideas en relación a las metas que se quiere plantear en la compañía, surge en base de la realidad de la empresa, de sus gerentes, ideales. Permite desarrollar métodos que tiene que tener una organización para que mantenga un equilibrio en todo su periodo disponible, tiene que aplicarse por un gerente, dependiendo a su implementación se conseguirá un progreso organizacional (Valladares-Durand et al., 2022, Cárdenas-Tapia et al., 2022, Aranda, 2011)

El enfoque teórico, Zayas y Parra (2020) afirmaron que, Taylor quien promovió sobre los principios de la administración científica, estableciéndose la escuela clásica de la teoría de dirección científica. Aparece el enfoque organizacional que sustenta la cultura, valores y modificaciones de la empresa, surge la teoría de la excelencia, la calidad total, además de distintos enfoques, disciplinas y teorías que ayudaron a consolidar el carácter sistémico e integrador de la dirección. El liderazgo se convierte en parte de la teoría de la dirección con la escuela de relaciones humanas, en la que se mantiene como núcleo la actitud del ser humano y sus vínculos con otros integrantes de la agrupación, en alcanzar las metas de la empresa.

Por otro lado, se presenta a la imagen institucional, la cual se inicia con investigaciones principales que se hicieron por la década del 70 enfocándose a revelar el poder de los componentes icónicos. En el siglo XXI se producen modificaciones en las empresas y sobresalen valores como comunicación, identidad, cultura e imagen comprendida como el total de acciones de una empresa, ya que cada institución se mantiene en comunicación con sí mismo y directo e indirectamente con su ambiente. Asimismo, todas las organizaciones muestran una imagen específica a sus públicos, por ello, en la actualidad la imagen es un factor relevante en la vida de cualquier empresa (Cuenca, 2017, Lara, et al., 2017, Chiavenato, 2016)

La definición que se ha investigado con respecto a la imagen como término general, Cuenca (2017) lo define como, reconocimiento, lectura de distintas personas, a través de comentarios, críticas y además de emociones, ya que cada componente se encuentra desarrollado de subjetividades.

Según Alva (2020) apreciación de lo que realiza la organización, lo que muestra, mediante ello la compañía comunica y evidencia quien es, que realizó y de qué manera lo realizó. Personalidad lo determina para establecerse dentro del mercado.

Para Dumont et al. (2018) la imagen institucional se representa como el símbolo de identidad, la esencia de una compañía, produciendo una expectativa sobre el usuario.

Rangel (2020), señala que es la impresión que mantiene los clientes en su cabeza al observar los productos y calidad de servicio que tienen una compañía, idea general que los sujetos tienen respecto a una organización, también es conocida como la reputación que se gana dicha empresa dentro del mercado.

Según Castro (2019), “se produce mediante la serie de acciones para lograr expresar la identidad o la reputación pública” (p.37).

“The company's image encompasses safety, reliability, quality of service, ethics, as well as offering innovative products, among others” (Lara et al., 2017, p.429).

Las dimensiones asignadas a esta variable, se encuentran comprendidas con respecto a lo señalado por Alva (2020):

Prestigio Institucional; La imagen es transitoria, sin embargo, su validez, lógica y tiempo posibilitan que se alcance una adecuada cimentación y equilibrio en el futuro, admitir modificaciones de los prejuicios, es útil para suplantar los comentarios que hubo en un pasado. Los indicadores que se logran desprender de esta dimensión son el nivel de notoriedad y la realización de funciones.

Reconocimiento de la Sociedad; Ello le brinda a una empresa una identidad especial. Los indicadores son la integración de la organización a la comunidad, involucramiento en la sociedad y proyección a la sociedad.

Satisfacción del público; Busca satisfacer al usuario final. Los indicadores que muestra es el trato público, establecimiento y comunicación adecuada de la empresa.

Componentes según Villanueva (2018) plantea y describe los siguientes componentes propios de la imagen institucional:

Imagen física; abarca todo objeto tangible, como el vestir del sujeto, envase de los productos ofrecidos, colores, entre otros, son organizaciones productoras de imagen.

Imagen conceptual; Hechos de comunicación que ofrecen a la comunidad conceptos sobre los sujetos, marca, compañía, servicio o la empresa. Hechos de comunicación tienen un elemento tangible que produce imagen, pero predomina el concepto de diálogo, lo que transmite el mensaje.

Valoración de la imagen; Se refiere al valor que realiza la persona o comunidad, sobre lo físico como conceptual. Esta valoración tiene que tomarse en cuenta como un elemento de motivación en las actitudes del sujeto.

El enfoque teórico que se muestra en palabras de García (2001) afirma pone en manifiesto los siguientes aportes teóricos, pero de una perspectiva general, pero que también son útiles e importantes en el ámbito empresarial, afirmando que, la imagen conforma un fenómeno que abarca el total de culturas, implementado en distintas manifestaciones e investigado por distintas disciplinas, haciendo una aproximación al estudio de la imagen sobre tres vías, como es la percepción, la información y la semiología.

La percepción; Cualquier imagen se origina de una selección de realidad, ello motiva a la investigación de la percepción. Los principios esenciales que sirven para manifestar los conceptos relevantes de la representación surgen en mecanismos perceptivos. Comprendido como procedimiento de recepción de incentivos mediante los sentidos, eligiendo lo mismo, agrupando en la mente e interpretando la subjetividad de cada sujeto.

La teoría de la información; establece que la imagen comparte datos ya que el receptor, mediante el incentivo que le origina, recibe ciertos significados. También conforma un campo teórico interdisciplinar que abarca conjugar una serie de teorías determinadas, enfocadas en el concepto y explicación de procedimientos técnicos, organizacionales, cognitivo e imagen, identidad y diálogo corporativo.

La semiología; Se ocupa del total de representación del ser humano según presentan un contenido, creyendo que la cultura de la persona es una agrupación de signos que pertenecen a distintos mecanismos, que tienen que interpretarse con la ayuda de la semiología.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Este trabajo investigativo tuvo un enfoque cuantitativo. Según Sánchez et al. (2018), indican que este, es un enfoque que abarca procesos cuantificables y estadístico donde se recauda datos y luego se procesa. Además, aplica procesos hipotético deductivo.

Este trabajo de investigación optó por usar el tipo básica para el autor que se menciona Baena (2017), menciona que se basa en estudiar una problemática, con el fin de recaudar datos e información respecto a ello.

En este estudio se pretendió hallar la asociación entre las variables es decir el grado de correlación entre gestión estratégica de la dirección e imagen en trabajadores de dicha institución.

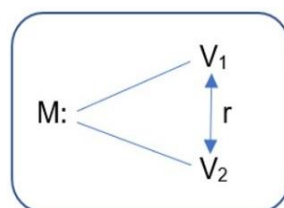
El estudio contó con un nivel correlacional. Para Moreno (2018), indica que las investigaciones correlacionales buscan hacer una observación de cómo se asocian o no las variables investigadas, conocer cómo se comportan cada una.

En este estudio se usó el diseño no experimental. Como señala Hernández y Mendoza (2018), indican que este diseño está basado en observar a variables en su realidad para que luego estas sean analizadas.

A continuación, se muestra el esquema del diseño:

Figura 1

Esquema del diseño



Donde:

M = Muestra de estudio

X = Gestión estratégica de la dirección

Y = Imagen institucional

R = relación

Fue de corte transversal como menciona Dzul (2013), se refiere a cuando el estudio se enfoca en examinar el nivel o estado de una o varias variables en un determinado momento. En ello, se registran información en un momento específico.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Gestión estratégica de la dirección

Según Hernández et al. (2020), es un instrumento esencial para la examinación y valorar el momento actual de las empresas, ya que posibilita a los gerentes a aplicar distintas tareas como son la caracterización, formulación y monitoreo de los métodos aplicados.

Las dimensiones que fueron consideradas para esta variable, estuvieron conformadas en primer lugar por la formulación estratégica, la ejecución estratégica y por último la evaluación estratégica.

Variable 2: Imagen institucional

Para Dumont et al. (2018) es la impresión que mantiene los clientes en su cabeza al observar los productos y calidad de servicio que tienen una empresa, idea general que los sujetos tienen respecto a una organización, también es conocida como la reputación que se gana dicha empresa dentro del mercado.

Las dimensiones que fueron consideradas para esta variable, estuvieron conformadas en primer lugar por el prestigio institucional, el reconocimiento de la sociedad y por último la satisfacción del público.

3.3. Población, muestra y muestreo

Para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), mencionan que la población de estudio es la sumatoria completa de los elementos que conforman un grupo de aspectos similares. La población del estudio quedó compuesta por 50 trabajadores de la Agencia Banco Pichincha, Ica 2022.

Tabla 1

Población de estudio

Trabajadores de una Entidad Financiera, Ica 2022.	
N° de trabajadores	Cargo
15	Representantes financieros
1	Gerente de agencia
1	Jefe de servicio de oficina
4	Asesores de plataforma
1	Auxiliar de riesgo financiero
5	Asesores de convenio
1	Jefe de convenios
15	Asesores microempresa
1	Jefe banca emprendedora
1	Supervisor de cobranza
5	Asesores de venta externa
50	Total

Nota: *Cuadro de Asignación Personal.*

Criterios de inclusión: Trabajadores activos y participativos con motivación de participar en el estudio. Trabajadores que tengan acceso a las TICs. Participantes que no se encuentren imposibilitados de responder las preguntas.

Criterios de exclusión: Trabajadores que no están de acuerdo, no tiene tiempo para responder los cuestionarios. Trabajadores que constantemente faltan.

Según Sánchez et al. (2018) mencionaron que es la agrupación de casos o sujetos que son extraídos de la población a través de un proceso de muestreo. La muestra lo conformaron 50 trabajadores de una institución financiera, Ica 2022.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Rodríguez (2010), indica que dichas técnicas son ejecutadas con la finalidad de registrar datos que serán relevantes para el desarrollo del estudio. Estas se muestran mediante la observación, entrevistas, encuestas y más. En este estudio se usó la técnica de la encuesta.

Garay (2020), indica que los instrumentos son herramientas que tiene al alcance el que investiga, con la que puede usar para abordar problemáticas y así obtener datos de ellos. Se usó el instrumento del cuestionario, los cuales son descritos a continuación:

Cuestionario sobre gestión estratégica de la dirección en instituciones financieras: Se realizó este instrumento con la finalidad de evaluar la gestión estratégica, que estuvo compuesta por 24 ítems, divididos entre sus dimensiones: formulación estratégica, ejecución estratégica y evaluación estratégica.

Cuestionario sobre imagen institucional de la dirección en instituciones financieras: Se diseñó este instrumento con el fin de evaluar la imagen institucional que estuvo compuesta por 24 ítems, divididos entre sus dimensiones: prestigio institucional, reconocimiento en la sociedad y satisfacción del público.

Respecto a la validez, se evaluó el instrumento de recojo de información usando la técnica de juicio de expertos, quienes evaluarán para conocer si el instrumento es fiable o no, además de tener todas las condiciones correctas que se solicita. Estará a cargo del jefe de investigación, docente asesora y especialista del nivel de estudio.

Respecto a la confiabilidad del instrumento, se aplicó el coeficiente de Alfa de Cronbach, la que su valor tiene que ser superior a 0,5 ello permitió confirmar que los instrumentos son altamente confiables.

Confiabilidad del cuestionario para evaluar la gestión estratégica es de 0,960 que significa un alto grado de confiabilidad.

Cuestionario para evaluar la imagen institucional es de 0,962 que señala que la consistencia interna es alta y es aplicable.

3.5. Procedimientos

Se inició enviando la solicitud de permiso a las instituciones financiera a través de un documento formal. Se realizó las correctas coordinaciones respecto al tiempo y disponibilidad para poder aplicar los instrumentos de recojo de información, que se manifestó cuáles son los objetivos de ello, además de sus instrucciones y cómo rellenarlo.

3.6 Métodos de análisis de datos

Según lo que indica Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), Se usó la estadística descriptiva e inferencial.

Estadística descriptiva: La estadística se obtuvo con la ayuda de los instrumentos de recojo de información que fueron aplicados en el estudio, luego dichos datos se procesarán para conseguir un análisis de cada respuesta con sus respectivos gráficos.

Estadística inferencial: Se utilizó una escala de Likert mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach para realizar la medición de la confiabilidad de los resultados. Asimismo, se recurrió a la prueba de normalidad Shapiro Wilk, luego de esta prueba es necesario resaltar que por ser una investigación correlacional se utilizó el Rho de Spearman.

3.7. Aspectos éticos

Se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

El uso de los datos se tomó de manera anónima con el fin de cuidar la información de los participantes de la muestra de investigación, la información que se obtuvo de ello fue fiable a la realidad, en otras palabras, no hubo distorsión sobre la realidad vista, por ello se presentó congruencia adecuada entre los resultados y la realidad objetiva, además, se respetó la propiedad intelectual de los autores que fueron usados como referencia para el desarrollo de la investigación.

IV. RESULTADOS

En el siguiente apartado se realizó el análisis y sistematización de los resultados obtenidos mediante los instrumentos de recolección de datos.

En tal sentido se presentan los resultados considerando los objetivos propuestos.

Tabla 1

Tabla de frecuencia de datos agrupados de la variable Gestión Estratégica y sus dimensiones

	Desfavorable		Media		Favorable	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Formulación estratégica	0	0%	6	12%	44	88%
Ejecución estratégica	0	0%	8	16	42	84
Evaluación estratégica	0	0%	5	10	45	90
Gestión Estratégica	0	0%	6	12%	44	88%

Nota: Datos extraídos de la base de datos

Según la encuesta realizada a los 50 participantes de la institución financiera, en la tabla 1, respecto a la variable gestión estratégica se logra observar que 06 participantes (12%) y 44 participantes (88%) considera que la institución financiera se encuentra en un nivel medio y favorable respectivamente. Asimismo, acerca de la dimensión Formulación estratégica se ha identificado que seis participantes (12%) y 44 participantes (88%) se encuentra en un nivel medio y favorable respectivamente. Del mismo modo, 8 participantes (16%) consideran en la dimensión ejecución estratégica un nivel medio y 42 participantes (84%) un nivel favorable. Por último, respecto a la dimensión evaluación estratégica 5 participantes

(10%) consideran un nivel medio y 45 participantes (90%) considera un nivel favorable.

Tabla 2

Tabla de frecuencia de datos agrupados de la variable Imagen Institucional y sus dimensiones

	Deficiente		Regular		Buena	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Prestigio Institucional	0	0%	4	8%	46	92%
Reconocimiento de la sociedad	1	2%	7	14%	42	84%
Satisfacción del público	0	0%	12	24%	38	76%
Imagen institucional	0	0%	5	10%	45	90%

Nota: Datos extraídos de la base de datos

Según la encuesta realizada a los 50 participantes de la institución financiera, en la tabla 2, respecto a la variable imagen institucional se logra observar que 5 participantes (10%) se encuentra en un nivel regular y 45 participantes (90%) se encuentra en un nivel bueno. Asimismo, acerca de la dimensión prestigio institucional, 4 participantes (8%) y 46 participantes (92%) considera que la institución financiera se encuentra en un nivel regular y bueno respectivamente. Del mismo modo, 1 participante (2%), 7 participantes (14%) y 42 participantes (84%) consideran en la dimensión reconocimiento de la sociedad se encuentra la institución en un nivel deficiente, regular y buena respectivamente. Por último, respecto a la dimensión satisfacción al público, 12 participantes (24%) y 38 participantes (76%) consideran que la institución se encuentra en un nivel regular y buena respectivamente.

Tabla 3

Tabla Cruzada Gestión Estratégica e Imagen Institucional

		Imagen Institucional				
		Deficiente	Regular	Buen a	Total	
Gestión Estratégica	Desfavorable	Recuento	0	0	0	0
		%	0%	0%	0%	0%
	Media	Recuento	0	3	3	6
		%	0%	6%	6%	12%
	Favorable	Recuento	0	2	42	44
		%	0%	4%	84%	88%
Total	Recuento	0	5	45	50	
	%	0%	10%	90%	100%	

Nota: Datos extraídos de la base de datos

De acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 3, referente a la gestión estratégica e imagen institucional, se resalta que en el grupo de media-regular se encuentran 3 participantes (6%) y en el grupo media-buena 3 participantes (6%). Por otro lado, en el grupo de favorable-regular se encuentran 2 participantes (4%) y por último en el grupo favorable-buena 42 participantes (84%).

Tabla 4

Tabla cruzada formulación estratégica y variable Imagen Institucional

		Prestigio Institucional				
		Deficiente	Regular	Buena	Total	
Formulación estratégica	Desfavorable	Recuento	0	0	0	0
		%	0%	0%	0%	0%
	Media	Recuento	0	1	5	6
		%	0%	2%	10%	12%
	Favorable	Recuento	0	4	40	44
		%	0%	8%	80%	88%
Total	Recuento	0	5	45	50	
	%	0%	10%	90%	100%	

De acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 4, referente a la formulación estratégica y prestigio institucional, se resalta que de acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 4, referente a la formulación estratégica e imagen institucional, se resalta que en el grupo de media-regular se encuentran 1 participante (2%) y en el grupo media-buena 5 participantes (10%). Por otro lado, en el grupo de favorable- regular se encuentran 4 participantes (8%) y por último en el grupo favorable- buena 40 participantes (80%).

Tabla 5

Tabla cruzada entre dimensión2 Ejecución estratégica y variable Imagen Institucional

		Imagen Institucional				
		Deficiente	Regular	Buena	Total	
Ejecución estratégica	Desfavorable	Recuento	0	0	0	0
		%	0%	0%	0%	0%
	Media	Recuento	0	3	5	8
		%	0%	6%	10%	16%
	Favorable	Recuento	0	2	40	42
		%	0%	4%	80%	84%
Total	Recuento	0	5	45	50	
	%	0%	10%	90%	100%	

Nota: Datos extraídos de la base de datos

De acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 5, referente a la ejecución estratégica e imagen institucional, se resalta que de acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 4, referente a la formulación estratégica e imagen institucional, se resalta que en el grupo de media-regular se encuentran 1 participante (2%) y en el grupo media-buena 5 participantes (10%). Por otro lado, en el grupo de favorable- regular se encuentran 4 participantes (8%) y por último en el grupo favorable- buena 40 participantes (80%).

Tabla 6

Tabla Cruzada entre Evaluación estratégica y variable Imagen Institucional

		Imagen Institucional
--	--	----------------------

			Deficiente	Regular	Buena	Total
Evaluación estratégica	Desfavorable	Recuento	0	0	0	0
		%	0%	0%	0%	0%
	Media	Recuento	0	2	3	5
		%	0%	4%	6%	10%
	Favorable	Recuento	0	3	42	45
		%	0%	6%	84%	90%
Total		Recuento	0	5	45	50
		%	0%	10%	90%	100%

Nota: Datos extraídos de la base de datos

De acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 6, referente a la evaluación estratégica e imagen institucional, se resalta que de acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 6 el grupo de media-regular se encuentran 2 participante (4%) y en el grupo media-buena 3 participantes (6%). Por otro lado, en el grupo de favorable- regular se encuentran 3 participantes (6%) y por último en el grupo favorable- buena 42 participantes (84%).

Tabla 7

Prueba de normalidad de estadístico

	Shapiro Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Estratégica	,919	50	,002
Formulación estratégica	,920	50	,002
Ejecución estratégica	,926	50	,004
Evaluación estratégica	,899	50	,000
Imagen Institucional	,923	50	,003
Prestigio Institucional	,879	50	,000
Reconocimiento de la sociedad	,896	50	,000
Satisfacción del público	,913	50	,001

En cuanto a la prueba de normalidad Shapiro Wilk, en la tabla 7 se evidencian los resultados respecto a la prueba de normalidad de Shapiro Wilk ($p < 0.05$), lo que implica que los datos no siguen un patrón de distribución normal motivo por el cual se utilizará una prueba no paramétrica. Por ello, al tratarse de una investigación correlacional se utilizó el Rho de Spearman.

Tabla 8

Correlación Rho de Spearman entre Gestión Estratégica e Imagen institucional

		Imagen Institucional
Gestión Estratégica	Rho	0,837
	p	0,000

Nota: Data de resultados.

Según la tabla 8, se observa un $p < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, existe relación significativa entre Gestión Estratégica e Imagen Institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho = 0,837$ lo que indica que si existe una correlación significativa buena donde a mayor nivel de gestión estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

Tabla 9

Correlación de Spearman entre la formulación estratégica e Imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022.

		Imagen institucional
Formulación estratégica	Rho	0,666
	p	0,000

Según la tabla 9, se observa un $p < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, existe relación significativa entre Gestión Estratégica e Imagen Institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho = 0,666$ lo que indica que si existe una correlación significativa donde a mayor nivel de formulación estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

Tabla 10

Correlación de Spearman entre la relación que existe entre la ejecución estratégica e *Imagen institucional* en una institución financiera 2022.

		Imagen institucional
Ejecución estratégica	Rho	0,803
	p	0,000

Según la tabla 10, se observa un $p < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, existe relación significativa entre Ejecución estratégica e Imagen Institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho = 0,803$ lo que indica que si existe una correlación significativa buena donde a mayor nivel de Ejecución estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

Tabla 11

Correlación de Spearman entre la relación que existe entre la evaluación estratégica e *Imagen institucional* en una institución financiera, Ica, 2022.

		Imagen institucional
Evaluación estratégica	Rho	0,864
	p	0,000

Nota: Data de resultados.

Según la tabla 11, se observa un $p < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, existe relación significativa entre Ejecución estratégica e Imagen Institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho = 0,864$ lo que indica que si existe una correlación significativa buena donde a mayor nivel de evaluación estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

V. DISCUSIÓN

A continuación, se presenta el contraste entre los resultados encontrados y procesados y el marco teórico según los antecedentes y bases teóricas considerando en simultáneo los objetivos de estudio.

Según el análisis inferencial de la prueba de hipótesis, se evidencia una correlación buena que permite determinar que si existe correlación significativa entre Gestión Estratégica e Imagen Institucional. Asimismo, a mayor nivel de formulación estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa. Un resultado similar ofrece Armas (2019) quien considera en su estudio que existe una correlación entre la Imagen corporativa y su influencia en la calidad de servicio al cliente en el Banco Internacional del Perú – Interbank. De esta manera el análisis permite sostener que la investigación de Armas (2019) se obtuvieron también una relación entre ambas variables. Al respecto, Gonzáles et al (2019) considera que la gestión estratégica es comprendida como un instrumento que contribuye a la administración y sistematización de modificaciones relacionadas al cumplimiento de metas en la organización. Ante ello, es necesario que se realicen acciones que garanticen una óptima gestión estratégica.

Del mismo modo, se ha evidenciado que, si existe relación significativa entre la formulación estratégica e Imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022. Respecto a ello, Pasquel (2019) obtuvo resultados similares, en su investigación identificó que hubo una incidencia de la gestión financiera en la satisfacción de clientes. Lema et al. (2019), también considera pertinente la implementación de manuales y modelos de gestión a fin de lograr las metas propuestas. Ante esta situación. La formulación estratégica es un activo que facilita la elaboración de un diagnóstico de la organización. (Velásquez, 2017). Por otro lado, el prestigio institucional posibilita que se alcance una adecuada cimentación. (Alva, 2020). Entonces, ambos constructos presentan relación por lo que es necesaria su implementación debido a que la formulación estratégica contribuye a la identificación de falencias y otros aspectos tanto de un entorno interno y externo. Este proceso facilita las futuras tomas de decisiones. Asimismo, el desarrollo de un

prestigio institucional coherente con los valores de la organización permite un posicionamiento y aceptación de los usuarios.

Adicionalmente, en este trabajo investigativo se ha determinado que, existe relación significativa entre Ejecución estratégica e Imagen Institucional.. Dichos resultados se relacionan con los planteados por Vintimilla-Veloz et al. (2020) quienes hallaron relevante que los usuarios de la organización mantengan su identidad, valor y atributo, que se asocian entre ellos. Teóricamente, Velásquez (2017), propone que la ejecución estratégica busca que todas las organizaciones cumplan con las metas alineando sus recursos a la realidad. También Alva (2020), Díaz et al (2018) sostienen que la imagen conceptual se vincula con los conceptos como marca que son transmitidos a los usuarios. En síntesis, los conceptos se relacionan por lo que es necesaria la priorización de ambos porque ambos contribuyen en una organización al fortalecimiento de una cultura organizacional más fuerte en la que los colaboradores se sienten partícipes y constructores de la imagen que muestra la organización.

Finalmente, los resultados expresan que existe relación significativa entre Evaluación estratégica e Imagen Institucional Los resultados continúan la investigación planteada por González-Bustos et al. (2020) quienes elaboraron un instrumento financiero que abarca la planificación, programas, metas, indicativos y examinación del retorno financiero. En simultáneo, Velásquez (2017), asevera que la evaluación estratégica es útil porque posibilita la identificación de una estrategia adecuada y que se amolda a las necesidades de la compañía. Otros autores como Alva (2020) plantean que la satisfacción del público tiene como fin principal satisfacer al usuario final. En este sentido, la evaluación estratégica por un lado permite identificar el estado y facilita la adecuación y organización de elementos a fin de garantizar la satisfacción del público lo cual permite acrecentar la credibilidad de la marca y convertirse en diferenciador entre las demás de la competencia.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que, referente a la gestión estratégica e imagen institucional en el grupo de media-regular se encuentran 3 participantes (6%) y en el grupo media-buena 3 participantes (6%). Por otro lado, en el grupo de favorable- regular se encuentran 2 participantes (4%) y por último en el grupo favorable- buena 42 participantes (84%). Asimismo, se ha logrado determinar que, existe relación significativa entre Gestión Estratégica e Imagen Institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho= 0,837$ lo que indica una buena relación donde a mayor nivel de gestión estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

Se concluye que, de acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 4, referente a la formulación estratégica e imagen institucional, se resalta que en el grupo de media-regular se encuentran 1 participante (2%) y en el grupo media-buena 5 participantes (10%). Por otro lado, en el grupo de favorable- regular se encuentran 4 participantes (8%) y por último en el grupo favorable- buena 40 participantes (80%). De la misma manera, existe relación significativa entre formulación estratégica e Imagen institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho= 0,666$ lo que indica una buena relación donde a mayor nivel de formulación estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

Se concluye que, de acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 4, referente a la formulación estratégica e imagen institucional, se resalta que en el grupo de media-regular se encuentran 1 participante (2%) y en el grupo media-buena 5 participantes (10%). Por otro lado, en el grupo de favorable- regular se encuentran 4 participantes (8%) y por último en el grupo favorable- buena 40 participantes (80%). Asimismo, no existe relación significativa ejecución estratégica e Imagen institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho= 0,803$ lo que indica una buena relación donde a mayor nivel de Ejecución estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

Se concluye que, de acuerdo con la agrupación de datos cruzados en la tabla 6 el grupo de media-regular se encuentran 2 participante (4%) y en el grupo media-

buenos 3 participantes (6%). Por otro lado, en el grupo de favorable- regular se encuentran 3 participantes (6%) y por último en el grupo favorable- buena 42 participantes (84%). Asimismo, existe relación significativa entre evaluación estratégica e Imagen institucional. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación, $Rho = 0,864$, que indica una buena relación, donde a mayor nivel de evaluación estratégica mayor desarrollo de imagen institucional y viceversa.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda que la institución elabore un nuevo programa de gestión estratégica, para organizar a sus colaboradores y las actividades que se realicen con la finalidad de fortalecer la imagen institucional que se busca brindar.

Se recomienda a los directivos de la institución financiera, que puedan capacitarse en dirección y planificación para realizar una mejora constante de la gestión estratégica, de esa forma se pueda promover el prestigio institucional.

Se recomienda elaborar programas que les permita tener una adecuada gestión estratégica que pueda mejorar el desempeño de los colaboradores frente a la atención al público. De esta forma, la sociedad pueda reconocer a la institución por la labor que realiza.

Se recomienda continuar con una atención de calidad que refuerza la imagen institucional que brindan con la finalidad de poder continuar con un servicio de calidad y puedan satisfacer al público que acude a sus oficinas.

REFERENCIAS

- Alva, D. (2020). *Infraestructura arquitectónica educativa e imagen institucional en la Institución Educativa República de Bolivia, Villa el Salvador – 2019*. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40235>
- Aquino, J., Gonzales, F., Andia, J., Mamani, F., Siles, C. y Cayo, N. (2020). Impacto de la cuarentena de COVID-19 en empresas constructoras de Cochabamba (Bolivia). *Avances: Investigación en Ingeniería*. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/avances/article/view/7072/6990#info>
- Ataucusi, J. (2016). *La gestión estratégica y el desarrollo del potencial humano en la municipalidad distrital de Acoria año 2015*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Huancavelica]. https://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1871/TESIS_2017_%20JAVIER%20EDER%20ATAUCUSI%20CONTRERAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aranda, L. (2011). *Estilos de gestión según el género en el diseño del proyecto educativo institucional en institutos superiores*. Lima: PUCP-CENTRUM.
- Armas (2019) *Imagen corporativa y su influencia en la calidad de servicio al cliente en el Banco Internacional del Perú - Interbank Tienda Tarapoto* Ramón Castilla, 2019. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39263/Armas_MD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayón-Ponce, G., Zea-Barahona, C. y Zambrano-Acosta, J. (2020). Procedimiento para aplicar la Gestión Estratégica Organizacional en las PYMES de la ciudad de Jipijapa. *Dom. Cien.*, 6(3), 487-507.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3a. ed.). Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com> Created from bibliotecacijsp on 2018-07-30 15:50:55.

Banco Mundial. (2020). La COVID-19 (coronavirus) hunde a la economía mundial en la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>

Buckley, P. (2018). How theory can inform strategic management education and learning. *Academy of Management Learning and Education*, 17(3), 339-358. <https://eprints.whiterose.ac.uk/129521/3/How%20Theory%20can%20Inform%20Strategic%20Management%20Education%20and%20Learning%20Final%20Document.pdf>

Brume, M. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Espacios*, 38(51), p.20. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n51/a17v38n51p20.pdf>

Cárdenas-Tapia, M. J., Callinapa-Lupaca, E. A., Canaza-Turpo, C. F., Cateriano, A., Cayllahua, J., & Calsin, A. (2022). Gestión educativa: dimensiones, factores y desafíos para la transformación de la escuela. *Revista Revoluciones*, 4(9), 102–134. <https://doi.org/10.35622/j.rr.2022.09.008>

Castro, E. (2019). *Gestión Administrativa y la Imagen Institucional de la Institución Educativa N° 7054 de Villa María del Triunfo de la UGEL N° 01, 2018*. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38644/Castro_ME..pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chiavenato, I. (2016). *Planificación estratégica. Fundamentos y aplicaciones*. <https://www.remmax-accion.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>

Cucchiari, C. (2019). *Identidad Corporativa: Planificación estratégica generadora*. Universidad Nacional de Cuyo. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/14298/cucchiari-fce1.pdf

Cuello-Cojitambo, J., Erazo-Álvarez, J. & Narváez-Zurita, C. (2020). Visión sistémica de la gestión del conocimiento en el sector financiero

cooperativo. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 607-638.
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/105/1051316021/html/>

Cuenca, M. (2017). *Estudio de la percepción de la imagen institucional de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito en los estudiantes de Administración de Empresas*. [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador].
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5697/1/T2337-MCE-Cuenca-Estudio.pdf>

Dumont, J. R. D., Lira, L. A. N., & Limaco, K. V. C. (2018). Influencia de las competencias gerenciales y la gestión por resultados en la imagen institucional. *Fides et Ratio-Revista de Difusión Cultural y Científica*, 16(6), 169–197.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2071-081X2018000200010&lng=pt&nrm=iso

Dzul, M. (2013). Aplicación básica de los métodos científicos. *Diseño no experimental*. Hidalgo, México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de: <http://www.uaeh.edu.mx/virtual>.

Farfán, M. y Reyes, I. (2017). Gestión educativa estratégica y gestión escolar del proceso de enseñanza-aprendizaje: una aproximación conceptual. *REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios*, 28(73), 45-61.
<https://www.redalyc.org/journal/340/34056722004/html/>

Fernández, J. (2019) Propuesta de gestión estratégica financiera para optimizar el crecimiento económico de la empresa inversiones C&P E.I.R.L., Bagua Grande – 2018[Tesis, Universidad Señor de Sipán]
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6322/Fern%20a1ndez%20Alarc%20Jos%20Amberli.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Franco, M. y Rojas, L. (2019). El uso de las redes sociales y el impacto en la imagen institucional en las empresas financieras. [Tesis de grado, Universidad Peruana Unión]

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2347/Maryorie_Trabajo_Bachillerato_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Garay, C. (2020) Técnicas e instrumentos de recolección de datos. [https://crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/2020-](https://crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/2020-07/3%20M%C3%B3dulo%2C%20%2C%20EVIN%20300.pdf)

[07/3%20M%C3%B3dulo%2C%20%2C%20EVIN%20300.pdf](https://crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/2020-07/3%20M%C3%B3dulo%2C%20%2C%20EVIN%20300.pdf)

García, M. (2001). *La imagen de empresa como factor determinante en la elección de operador: identidad y posicionamiento de las empresas de comunicaciones móviles*. [Tesis de Doctorado, Universidad de Cantabria].

<https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/2313>

González, J., Salazar, F., Ortiz, R. y Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 21(1), 242-256.

<https://www.redalyc.org/journal/993/99357718032/99357718032.pdf>

González-Bustos, J., Narvárez-Zurita, C. y Erazo-Álvarez, J. (2020). La gestión de responsabilidad social de las cooperativas de ahorro y crédito de la provincia del Azuay y su retorno financiero. *Dominio de las Ciencias*, 6(1), 4-33.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7344289.pdf>

Grados, P. (2020). Los efectos de la COVID-19 en la economía peruana. Universidad de Lima. <https://www.ulima.edu.pe/en/node/17788>

Díaz, J. R., Núñez, L. A., & Cáceres, K. V. (2018). Influencia de las competencias gerenciales y la gestión por resultados en la imagen institucional. *Fides et Ratio*, 16, 169–197.

Hernández, E., Tiuso, N., Vargas, P. (2020). *Modelo de Gestión Estratégica para la Empresa Lap Especialistas Villavicencio Meta*. [Tesis de Grado, Universidad Cooperativa de Colombia].

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/19981/1/2020_modelo_gestion_estrategica.pdf

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.

- Karabağ, E. y Fatih, M. (2019). Strategic Management and Leadership of Education: Central and Local Perspectives in Turkey. *Educational Policy Analysis and Strategic Research*, 14(3), 347-365. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1232180.pdf>
- Lara, J., Lamounier, R., Ramalho, W., De Freitas, S. (2017). Institutional image and the role of the managers of a major Brazilian Financial Institution: Analysis of gestio-perceptions of high income customers. *Revista Brasileira de Marketing*, 16(4), 426-438. <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471755326001.pdf>
- Lema, P., Erazo, J. y Narváez, C. (2019). El talento humano, factor clave para la gestión organizacional en Instituciones de intermediación financiera. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(1), 349-375. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7440796.pdf>
- Mohd, M., Rushydi, M., Habibi, A. y Othman, R. (2019). Strategic management and strategic planning in school: is it worth for teachers? *Academy of Strategic Management Journal*, 18(3), 1-6. <https://www.abacademies.org/articles/Strategic-management-and-strategic-planning-in-school-is-it-worth-for-teachers-1939-6104-18-3-368.pdf>
- Moreno, E. (2018). Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis. Obtenido de investigación correlacional: <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2018/04/investigacion-correlacional.html>
- Olivera, J. y Loza, R. (2021). Efecto de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento de la economía del Perú, 2020. *Economía y Negocios*, 3(2), 39-46. <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/eyn/article/view/1182/1346>
- Orihuela, C. (2018). *Comunicación estratégica e imagen institucional de una institución del estado en sus públicos externos, Lima, 2018* [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4463/orihuela_mc.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Palomino, E. (2019) Gestión de proyectos en una entidad financiera del sector público, Lima 2018. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27626/Palomino_SE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Pasquel, R. (2019) La gestión financiera y los niveles de satisfacción de clientes y usuarios del banco de la nación. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]
https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/5370/PG_PDS00040P27.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Payano, G. (2021). Gestión estratégica del director y la calidad del servicio educativo en la I.E. "Los Proceres" del distrito de Santiago de Surco, Lima, 2019. *Rev. Igobernanza*, 4(15), 292- 316. 10.47865/igob.vol4.2021.139
- Rangel, M. (2020). *Cambio de imagen corporativa en Instituciones Financieras y su influencia en el comportamiento de usuarios de Guayaquil*. [Tesis de Grado, Universidad Politécnica Salesiana].
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19723/1/UPS-GT003104.pdf>
- Rodríguez, M. (2010) Métodos de investigación: diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales. *Primera edición, México. Editorial Pandora*. <https://www.worldcat.org/title/metodos-de-investigacion-diseno-de-proyectos-y-desarrollo-de-tesis-en-ciencias-administrativas-organizacionales-y-sociales/oclc/827239161>
- Sánchez, H., Reyes, C. & Mejía, K. (2018) manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Universidad Ricardo Palma.
<http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1480/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salazar-Botello, C., Ganga-Contreras, F., Mendoza-Llanos, R., Muñoz-Jara, Y. y Jara-Hernández, M. (2021). Satisfacción laboral y síndrome de burnout en pandemia COVID-19: el caso de una institución financiera de la zona central de Chile. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(SPE4).
<https://www.scielo.org.mx/pdf/dilemas/v8nspe4/2007-7890-dilemas-8-spe4-00019.pdf>
- Sánchez, N. y Lache, J. (2017). *La gestión educativa estratégica, una herramienta para optimizar los procesos pedagógicos*. [Tesis de Especialización, Universidad Libre].

https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11808/2017_07_%202007%20PROYECTO%20%20ESPECIALIZACION%20VERSION%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ticona, R. (2017). *Gestión educativa estratégica y disciplina escolar según los docentes de la I.E. José María Arguedas – San Martín de Porres 2015*. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8349/Ticona_CRE.pdf?sequence=1

Valladares-Durand, S., Soto-Rivera, C., Vicuña-Ureta, A., Jara-Llanos, G. (2022). La planificación estratégica como mejora del desempeño docente en Perú. *Horizontes. Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 6(22), 238 – 245. <https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/430/888>

Velásquez, J. (2017). *Gestión estratégica y el comercio ambulatorio en la Municipalidad de Los Olivos – 2016*. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7331/Velasquez_AJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villanueva, M. (2018). *Liderazgo Directivo e Imagen Institucional según percepción de los padres de familia de una Institución Educativa Inicial de Palpa, 2018*. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30292/villanueva_chm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vintimilla-Veloz, M., Erazo-Álvarez, J. y Narváez-Zurita, C. (2020). Branding e identidad corporativa en el sector financiero popular y solidario. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 255-286. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7439099.pdf>

Zayas, D. y Parra, J. (2020). De la teoría de la dirección a la teoría de liderazgo. Puntos de encuentro en el proceso de gobernanza educacional. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 6(6), 63-81.

ANEXO

Anexo 1 Matriz de consistencia

Título: Gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Metodología
<p>Problema general ¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022?</p>	<p>Objetivo general Determinar el nivel de relación entre la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022.</p>	<p>Hipótesis general Existe relación significativa entre la gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022.</p>	<p>VX: Gestión estratégica</p> <p>Dimensiones: Formulación estratégica Ejecución estratégica Evaluación estratégica</p>	<p>Objetivos Misión Visión Metas Oportunidades Amenazas Fortalezas Estrategias</p> <p>Eficacia Eficiencia Actividades Capacidad</p> <p>Rendimiento Debilidades Factores internos Factores externo</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo. Tipo: Básica. Nivel: Correlacional Diseño: No experimental</p> <p>Población: Muestra: Técnica de recolección de datos: Encuesta Instrumento de recolección de datos: - Cuestionario sobre gestión estratégica de la dirección en instituciones financieras. - Cuestionario sobre la imagen institucional de la dirección en instituciones financieras.</p>
<p>Problemas específicos ¿Qué grado de relación existe entre la formulación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022? ¿Qué grado de relación existe entre la ejecución estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022? ¿Qué grado de relación existe entre la evaluación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022?</p>	<p>Objetivos específicos Establecer el grado de relación que existe entre la formulación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022. Establecer el grado de relación que existe entre la ejecución estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022. Establecer el grado de relación que existe entre la evaluación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022..</p>	<p>Hipótesis específicas Existe relación significativa a entre la formulación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022. Existe relación significativa entre la ejecución estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022. Existe relación significativa entre la evaluación estratégica y la imagen institucional en una institución financiera, Ica, 2022.</p>	<p>VY: Imagen institucional</p> <p>Dimensiones: Prestigio institucional Reconocimiento de la sociedad Satisfacción del público</p>	<p>Grado de notoriedad.</p> <p>Cumplimiento de funciones.</p> <p>Integración de la institución a la sociedad. Participación de la Institución en la sociedad. Proyección a la comunidad.</p> <p>Trato al público. Instalaciones.</p>	

Anexo 2. Matriz de operacionalización de las variables

Gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022.

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores
Gestión estratégica	Según Hernández et al. (2020), la gestión estratégica es una herramienta fundamental para el análisis y valoración de la situación actual de las organizaciones, pues le permite al nivel gerencial implementar diversas actividades como la caracterización, formulación y evaluación de las estrategias.	Formulación estratégica	El activo más importante que posee toda organización es el plan estratégico organizacional, la cual servirá de guía, siendo un camino que toda organización realiza, para lograr los objetivos y metas trazadas establecido en un periodo de tiempo	Objetivos Misión Visión Metas Oportunidades Amenazas Fortalezas Estrategias
		Ejecución estratégica	Se busca que toda organización cumpla con los objetivos establecidos, adecuando su capacidad y recursos disponibles a la realidad existente, dicha adecuación estará en función al objetivo de la organización.	Eficacia Eficiencia Actividades Capacidad
		Evaluación estratégica	Se busca diferenciar, que estrategia es beneficioso para la organización, y determinar qué estrategia no cumple con los objetivos de la organización, esto permitirá realizar con la evaluación y dicho resultado dependerá si se mantiene o se cambie la estrategia.	Rendimiento Debilidades Factores internos Factores externos

Imagen institucional

	<p>Dumont et al. (2018) menciona que es la impresión que tienen los usuarios en sus mentes al visualizar los productos y servicios de una institución, en otras palabras, es la idea general que las personas tienen de un negocio, generalmente es conocida como la reputación que tiene en el mercado dicha empresa. (p.8)</p>	<p>Prestigio institucional</p>	<p>Aquí la imagen es transitoria, pero su validez, lógica y duración permite lograr una buena cimentación y notoriedad hacia el futuro, aceptar cambiar los prejuicios, sirve para suplantar las opiniones que existían en el pasado. Los indicadores que se desprenden de esta dimensión son el grado de notoriedad y el cumplimiento de funciones.</p>	<p>Grado de notoriedad. Cumplimiento de funciones.</p>
		<p>Reconocimiento de la sociedad</p>	<p>El prestigio social distingue a una institución otorgándole una identidad única y diferenciada. Los indicadores del Reconocimiento de la Sociedad son la Integración de la organización a la sociedad, la participación de esta en la sociedad y la proyección a la comunidad.</p>	<p>Integración de la institución a la sociedad. Participación de la Institución en la sociedad. Proyección a la comunidad.</p>
		<p>Satisfacción del público</p>	<p>Consiste en conseguir la satisfacción del cliente final. Los Indicadores que presentó esta tercera dimensión son el trato al público, instalaciones y comunicación oportuna de la institución.</p>	<p>Trato al público. Instalaciones.</p>

Anexo 3: Instrumentos

Cuestionario sobre gestión estratégica de la dirección en instituciones financieras

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO						
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS						
Estimado trabajador, a través de este cuestionario se quiere evaluar el nivel de la gestión estratégica de la dirección en la institución financiera, es por ello que se requiere que marque con un aspa dentro del casillero que según usted corresponda, considerando la escala numérica del 1 al 5.						
Totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), indiferente (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5)						
Nombre de la institución financiera:						
Edad:						
Género:						
N°	Ítems	1	2	3	4	5
1	En la institución financiera se informa y da a conocer los objetivos estratégicos que se promueven					
2	Se realizan acciones para dar a conocer la visión y misión de la institución					
3	Se socializa con los colaboradores las metas anuales de la institución					
4	Se promueven actividades para analizar las oportunidades de crecimiento de la institución					
5	Se promueven actividades para analizar las amenazas del contexto para la institución					
6	Se analizan las fortalezas de la institución para brindar el servicio					
7	Se analizan las debilidades de la institución para brindar el servicio					
8	Se implementan estrategias adecuadas para alcanzar las metas institucionales					
9	La institución desarrolla actividades eficazmente para promover el desarrollo económico local					
10	Las actividades en la institución se realizan considerando la eficiencia en los procesos y eficacia en los resultados					
11	La institución desarrolla actividades eficazmente para lograr un posicionando en la localidad					
12	Las actividades que realiza la institución n tienen relación con los objetivos estratégicos					
13	Las actividades que realiza la institución n tienen relación con las metas anuales propuestas					
14	La institución realiza actividades eficientemente para generar satisfacción en los usuarios					
15	La institución realiza actividades operativas para captar un mayor número de usuarios.					
16	La institución tiene la capacidad logística para brindar un servicio de calidad					
17	La gestión estratégica evalúa el rendimiento del personal en función a los objetivos estratégicos institucionales..					

18	La gestión estratégica evalúa el rendimiento del personal en función a las metas para promover el desarrollo económico local.					
19	La institución realiza evaluación de los indicadores referidos a la satisfacción de los usuarios					
20	La institución realiza evaluación de los indicadores referidos al posicionamiento estratégico					
21	Se evalúan las debilidades para implementar acciones de mejora					
22	Se evalúa el impacto de la institución en el contexto externo					
23	Se evalúa el impacto de la institución en el contexto interno					
24	Se analizan los factores externo e intenso que fueron determinantes en el comportamiento institucional					

Cuestionario sobre imagen institucional de la dirección en instituciones financieras

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO						
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS						
Estimado trabajador, a través de este cuestionario se quiere evaluar el nivel de la imagen institucional de la institución financiera, es por ello que se requiere que marque con un aspa dentro del casillero que según usted corresponda, considerando la escala numérica del 1 al 5.						
Totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), indiferente (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5)						
Nombre de la institución financiera:						
Edad:						
Género:						
N°	Ítems	1	2	3	4	5
1	Las instalaciones proyectan una buena imagen institucional.					
2	En la institución existen símbolos que generan identidad con la organización					
3	El personal de la institución ofrece una atención de calidad.					
4	El personal de la institución se viste apropiadamente reflejando una buena imagen institucional.					
5	La institución cumple eficazmente con las metas anuales propuestas.					
6	En la Institución financiera, se respetan y cumplen cada una de las normas establecidas					
7	La estructura organizacional de la Institución financiera es la adecuada.					
8	Los trabajadores de la institución tienen la capacidad de trabajar en equipo.					
9	La institución financiera se relaciona activamente con su sociedad.					
10	La institución comparte actividades de responsabilidad social.					
11	La institución es reconocida por la calidad del servicio que brinda.					
12	La institución cuenta con un equipo de directivo calificado para la gestión financiera.					
13	La institución financiera gana reconocimiento social					
14	La institución financiera plantea soluciones constructivas cuando se presentan problemas en el exterior de la organización.					
15	La institución financiera plantea soluciones constructivas cuando se presentan problemas al interior de la institución.					
16	La institución tiene buen prestigio dentro de tu comunidad.					
17	Considera que la institución soluciona en la brevedad los reclamos e inconvenientes de los clientes.					
18	Considera que el personal ofrece un trato directo y una atención personalizada					
19	Considera que la institución cuenta con personal y trabajadores competentes					
20	Considera que la institución cuenta con excelentes directivos en las diversas áreas de atención.					
21	La institución esta implementada con equipos modernos y de última generación para dar un mejor servicio.					

22	Considera que la Institución tiene una moderna infraestructura y cuenta con las condiciones de seguridad óptimas para el desarrollo de actividades y para la estadía de los estudiantes.					
23	El personal y trabajadores cuentan con el material y recursos suficientes para cumplir sus obligaciones laborales					
24	Las instalaciones de la institución se mantienen limpias y ordenadas					

Anexo 4 Validación de instrumento de medición a través de juicio de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: FORMULACIÓN ESTRATÉGICA								
1	En la institución financiera se informa y da a conocer los objetivos estratégicos que se promueven	X		X		X		
2	Se realizan acciones para dar a conocer la visión y misión de la institución	X		X		X		
3	Se socializa con los colaboradores las metas anuales de la institución	X		X		X		
4	Se promueven actividades para analizar las oportunidades de crecimiento de la institución	X		X		X		
5	Se promueven actividades para analizar las amenazas del contexto para la institución	X		X		X		
6	Se analizan las fortalezas de la institución para brindar el servicio	X		x		X		
7	Se analizan las debilidades de la institución para brindar el servicio	X		X		X		
8	Se implementan estrategias adecuadas para alcanzar las metas institucionales	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EJECUCIÓN ESTRATÉGICA								
9	La institución desarrolla actividades eficazmente para promover el desarrollo económico local	X		X		X		
10	Las actividades en la institución se realizan considerando la eficiencia en los procesos y eficacia en los resultados	X		X		X		
11	La institución desarrolla actividades eficazmente para lograr un posicionando en la localidad	X		X		X		
12	Las actividades que realiza la institución n tienen relación con los objetivos estratégicos	X		X		X		
13	Las actividades que realiza la institución n tienen relación con las metas anuales propuestas	X		X		X		
14	La institución realiza actividades eficientemente para generar satisfacción en los usuarios	X		X		X		
15	La institución realiza actividades operativas para captar un mayor número de usuarios.	X		X		X		
16	La institución tiene la capacidad logística para brindar un servicio de calidad	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: EVALUACIÓN ESTRATÉGICA								
17	La gestión estratégica evalúa el rendimiento del personal en función a los objetivos estratégicos institucionales.	X		x		X		
18	La gestión estratégica evalúa el rendimiento del personal en función a las metas para promover el desarrollo económico local.	X		X		X		
19	La institución realiza evaluación de los indicadores referidos a la satisfacción de los usuarios	X		X		X		
20	La institución realiza evaluación de los indicadores referidos al posicionamiento estratégico	X		X		X		
21	Se evalúan las debilidades para implementar acciones de mejora	X		X		X		
22	Se evalúa el impacto de la institución en el contexto externo	X		X		X		
23	Se evalúa el impacto de la institución en el contexto interno	X		X		X		
24	Se analizan los factores externo e intenso que fueron determinantes en el comportamiento institucional	x		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: LIMA HUAMAN JORGE BERNARDO DNI: 45081673

Especialidad del validador: GESTION EMPRESARIAL

03 de octubre, 2022.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: PRESTIGIO INSTITUCIONAL								
1	Las instalaciones proyectan una buena imagen institucional.	X		x		X		
2	En la institución existen símbolos que generan identidad con la organización	X		X		X		
3	El personal de la institución ofrece una atención de calidad.	X		X		X		
4	El personal de la institución se viste apropiadamente reflejando una buena imagen institucional.	X		X		X		
5	La institución cumple eficazmente con las metas anuales propuestas.	X		X		X		
6	En la Institución financiera, se respetan y cumplen cada una de las normas establecidas	X		X		X		
7	La estructura organizacional de la Institución financiera es la adecuada.	X		X		X		
8	Los trabajadores de la institución tienen la capacidad de trabajar en equipo.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: RECONOCIMIENTO EN LA SOCIEDAD								
9	La institución financiera se relaciona activamente con su sociedad.	X		X		X		
10	La institución comparte actividades de responsabilidad social.	X		X		X		
11	La institución es reconocida por la calidad del servicio que brinda.	X		X		X		
12	La institución cuenta con un equipo de directivo calificado para la gestión financiera.	X		X		X		
13	La institución financiera gana reconocimiento social	X		X		X		
14	La institución financiera plantea soluciones constructivas cuando se presentan problemas en el exterior de la organización.	X		X		X		
15	La institución financiera plantea soluciones constructivas cuando se presentan problemas al interior de la institución.	X		X		X		
16	La institución tiene buen prestigio dentro de tu comunidad.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: SATISFACCIÓN DEL PÚBLICO								
17	Considera que la institución soluciona en la brevedad los reclamos e inconvenientes de los clientes.	X		x		x		
18	Considera que el personal ofrece un trato directo y una atención personalizada	X		X		x		
19	Considera que la institución cuenta con personal y trabajadores competentes	X		X		X		
20	Considera que la institución cuenta con excelentes directivos en las diversas áreas de atención.	X		X		X		
21	La institución esta implementada con equipos modernos y de última generación para dar un mejor servicio.	X		X		X		
22	Considera que la Institución tiene una moderna infraestructura y cuenta con las condiciones de seguridad óptimas para el desarrollo de actividades y para la estadía de los estudiantes.	X		X		X		
23	El personal y trabajadores cuentan con el material y recursos suficientes para cumplir sus obligaciones laborales	X		X		X		
24	Las instalaciones de la institución se mantienen limpias y ordenadas	X		x		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: LIMA HUAMAN JORGE BERNARDO DNI: 45081673

Especialidad del validador: GESTION EMPRESARIAL

03 de octubre, 2022.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

DIMENSIÓN 3: EVALUACIÓN ESTRATÉGICA		Si	No	Si	No	Si	No
17	La gestión estratégica evalúa el rendimiento del personal en función a los objetivos estratégicos institucionales.	X		X		X	
18	La gestión estratégica evalúa el rendimiento del personal en función a las metas para promover el desarrollo económico local.	X		X		X	
19	La institución realiza evaluación de los indicadores referidos a la satisfacción de los usuarios	X		X		X	
20	La institución realiza evaluación de los indicadores referidos al posicionamiento estratégico	X		X		X	
21	Se evalúan las debilidades para implementar acciones de mejora	X		X		X	
22	Se evalúa el impacto de la institución en el contexto externo	X		X		X	
23	Se evalúa el impacto de la institución en el contexto interno	X		X		X	
24	Se analizan los factores externo e intenso que fueron determinantes en el comportamiento institucional	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador : MG. PATRICIA FIORELLA MEDINA HUAMANI **DNI: 45291096**

Especialidad del validador: MAESTRO EN GESTION EN SERVICIOS DE LA SALUD

03 de octubre, 2022.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: PRESTIGIO INSTITUCIONAL		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Las instalaciones proyectan una buena imagen institucional.	X		X		X		
2	En la institución existen símbolos que generan identidad con la organización	X		X		X		
3	El personal de la institución ofrece una atención de calidad.	X		X		X		
4	El personal de la institución se viste apropiadamente reflejando una buena imagen institucional.	X		X		X		
5	La institución cumple eficazmente con las metas anuales propuestas.	X		X		X		
6	En la Institución financiera, se respetan y cumplen cada una de las normas establecidas	X		X		X		
7	L estructura organizacional de la Institución financiera es la adecuada.	X		X		X		
8	Los trabajadores de la institución tienen la capacidad de trabajar en equipo.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: RECONOCIMIENTO EN LA SOCIEDAD		Si	No	Si	No	Si	No	
9	La institución financiera se relaciona activamente con su sociedad.	X		X		X		
10	La institución comparte actividades de responsabilidad social.	X		X		X		
11	La institución es reconocida por la calidad del servicio que brinda.	X		X		X		
12	La institución cuenta con un equipo de directivo calificado para la gestión financiera.	X		X		X		
13	La institución financiera gana reconocimiento social	X		X		X		
14	La institución financiera plantea soluciones constructivas cuando se presentan problemas en el exterior de la organización.	X		X		X		
15	La institución financiera plantea soluciones constructivas cuando se presentan problemas al interior de la institución.	X		X		X		
16	La institución tiene buen prestigio dentro de tu comunidad.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: SATISFACCIÓN DEL PÚBLICO		Si	No	Si	No	Si	No	
17	Considera que la institución soluciona en la brevedad los reclamos e inconvenientes de los clientes.	X		X		X		

18	Considera que el personal ofrece un trato directo y una atención personalizada	X		X		X	
19	Considera que la institución cuenta con personal y trabajadores competentes	X		X		X	
20	Considera que la institución cuenta con excelentes directivos en las diversas áreas de atención.	X		X		X	
21	La institución esta implementada con equipos modernos y de última generación para dar un mejor servicio.	X		X		X	
22	Considera que la Institución tiene una moderna infraestructura y cuenta con las condiciones de seguridad óptimas para el desarrollo de actividades y para la estadia de los estudiantes.	X		X		X	
23	El personal y trabajadores cuentan con el material y recursos suficientes para cumplir sus obligaciones laborales	X		X		X	
24	Las instalaciones de la institución se mantienen limpias y ordenadas	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador : MG. PATRICIA FIORELLA MEDINA HUAMANI **DNI: 45291096**

Especialidad del validador: MAESTRO EN GESTION EN SERVICIOS DE LA SALUD

03 de octubre, 2022.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: FORMULACIÓN ESTRATÉGICA		Si	No	Si	No	Si	No	
1	En la institución financiera se invita y da a conocer los objetivos estratégicos que se promueven	X		X		X		
2	Se realizan acciones para dar a conocer la visión y misión de la institución	X		X		X		
3	Se socializa con los colaboradores las metas anuales de la institución	X		X		X		
4	Se promueven actividades para analizar las oportunidades de crecimiento de la institución	X		X		X		
5	Se promueven actividades para analizar las amenazas del contexto para la institución	X		X		X		
6	Se analizan las fortalezas de la institución para brindar el servicio	X		X		X		
7	Se analizan las debilidades de la institución para brindar el servicio	X		X		X		
8	Se implementan estrategias adecuadas para alcanzar las metas institucionales	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EJECUCIÓN ESTRATÉGICA		Si	No	Si	No	Si	No	
9	La institución desarrolla actividades eficazmente para promover el desarrollo económico local	X		X		X		
10	Las actividades en la institución se realizan considerando la eficiencia en los procesos y eficacia en los resultados	X		X		X		
11	La institución desarrolla actividades eficazmente para lograr un posicionando en la localidad	X		X		X		
12	Las actividades que realiza la institución si tienen relación con los objetivos estratégicos	X		X		X		
13	Las actividades que realiza la institución si tienen relación con las metas anuales propuestas	X		X		X		
14	La institución realiza actividades eficientemente para generar satisfacción en los usuarios	X		X		X		
15	La institución realiza actividades operativas para captar un mayor número de usuarios	X		X		X		
16	La institución tiene la capacidad logística para brindar un servicio de calidad	X		X		X		

	DIMENSIÓN 3: EVALUACIÓN ESTRATÉGICA	Si	No	Si	No	Si	No
17	La gestión estratégica evalúa el rendimiento del personal en función a los objetivos estratégicos institucionales.	X		X		X	
18	La gestión estratégica evalúa el rendimiento del personal en función a las metas para promover el desarrollo económico local.	X		X		X	
19	La institución realiza evaluación de los indicadores referidos a la satisfacción de los usuarios	X		X		X	
20	La institución realiza evaluación de los indicadores referidos al posicionamiento estratégico	X		X		X	
21	Se evalúan las debilidades para implementar acciones de mejora	X		X		X	
22	Se evalúa el impacto de la institución en el contexto externo	X		X		X	
23	Se evalúa el impacto de la institución en el contexto interno	X		X		X	
24	Se analizan los factores externo e interno que fueron determinantes en el comportamiento institucional	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador, Mg: GERARDO FELIPE MORON MORON **DNI:** 21534276

Especialidad del validador: DIRECCION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS

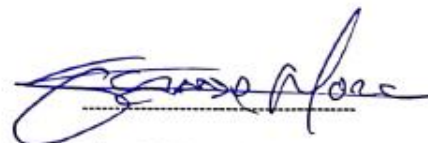
03 de octubre, 2022.

***Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

***Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

***Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: PRESTIGIO INSTITUCIONAL								
1	Las instalaciones proyectan una buena imagen institucional.	X		X		X		
2	En la institución existen símbolos que generan identidad con la organización	X		X		X		
3	El personal de la institución ofrece una atención de calidad.	X		X		X		
4	El personal de la institución se viste apropiadamente reflejando una buena imagen institucional.	X		X		X		
5	La institución cumple eficazmente con las metas anuales propuestas.	X		X		X		
6	En la Institución financiera, se respetan y cumplen cada una de las normas establecidas	X		X		X		
7	La estructura organizacional de la Institución financiera es la adecuada.	X		X		X		
8	Los trabajadores de la institución tienen la capacidad de trabajar en equipos.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: RECONOCIMIENTO EN LA SOCIEDAD		Si	No	Si	No	Si	No	
9	La institución financiera se relaciona activamente con su sociedad	X		X		X		
10	La institución comparte actividades de responsabilidad social.	X		X		X		
11	La institución es reconocida por la calidad del servicio que brinda.	X		X		X		
12	La institución cuenta con un equipo de directivo calificado para la gestión financiera.	X		X		X		
13	La institución financiera gana reconocimiento social	X		X		X		
14	La institución financiera plantea soluciones constructivas cuando se presentan problemas en el exterior de la organización	X		X		X		
15	La institución financiera plantea soluciones constructivas cuando se presentan problemas al interior de la institución	X		X		X		
16	La institución tiene buen prestigio dentro de la comunidad.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: SATISFACCIÓN DEL PÚBLICO		Si	No	Si	No	Si	No	
17	Considera que la institución soluciona en la brevedad los reclamos e inconvenientes de los clientes.	X		X		X		

18	Considera que el personal ofrece un trato directo y una atención personalizada	X		X		X	
19	Considera que la institución cuenta con personal y trabajadores competentes	X		X		X	
20	Considera que la institución cuenta con excelentes directivos en las diversas áreas de atención.	X		X		X	
21	La institución está implementada con equipos modernos y de última generación para dar un mejor servicio.	X		X		X	
22	Considera que la institución tiene una moderna infraestructura y cuenta con las condiciones de seguridad óptimas para el desarrollo de actividades y para la estadia de los estudiantes.	X		X		X	
23	El personal y trabajadores cuentan con el material y recursos suficientes para cumplir sus obligaciones laborales.	X		X		X	
24	Las instalaciones de la institución se mantienen limpias y ordenadas.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: **GERARDO FELIPE MORON MORON** DNI: 21534276

Especialidad del validador: **DIRECCION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

03 de octubre, 2022.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Anexo 5

Tabla 1

Tabla de frecuencia con datos agrupados de ítems de la Variable 1: Gestión Estratégica

	Totalmente En Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De Acuerdo		Totalmente De Acuerdo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	0	0%	0	0%	3	6%	29	58%	18	36%
2	1	2%	2	4%	2	4%	27	54%	18	36%
3	0	0%	0	0%	3	6%	32	64%	15	30%
4	0	0%	1	2%	4	8%	29	58%	16	32%
5	0	0%	0	0%	5	10%	35	70%	10	20%
6	0	0%	2	4%	1	2%	31	62%	16	32%
7	0	0%	0	0%	6	12%	28	56%	16	32%
8	0	0%	0	0%	4	8%	30	60%	16	32%
9	0	0%	2	4%	5	10%	32	64%	11	22%
10	0	0%	1	2%	3	6%	30	60%	16	32%
11	0	0%	1	2%	8	16%	28	56%	13	26%
12	0	0%	1	2%	2	4%	32	64%	15	30%
13	0	0%	1	2%	2	4%	36	72%	11	22%
14	0	0%	1	2%	3	6%	32	64%	14	28%
15	0	0%	1	2%	4	8%	29	58%	16	32%
16	1	2%	1	2%	2	4%	32	64%	14	28%
17	0	0%	1	2%	2	4%	33	66%	14	28%
18	0	0%	1	2%	2	4%	34	68%	13	26%
19	0	0%	1	2%	3	6%	33	66%	13	26%
20	2	4%	1	2%	3	6%	33	66%	11	22%
21	0	0%	1	2%	5	10%	30	60%	14	28%
22	0	0%	1	2%	3	6%	34	68%	12	24%
23	0	0%	1	2%	2	4%	35	70%	12	24%
24	0	0%	0	0%	4	8%	33	66%	13	26%

Tabla 2

Tabla de frecuencia con datos agrupados de ítems de la Variable2: Imagen Institucional

	Totalmente En Desacuerdo		En Desacuerdo		Indiferente		De Acuerdo		Totalmente De Acuerdo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
			a							
1	0	0%	0	0%	2	4%	29	58%	19	38%
2	0	0%	0	0%	3	6%	34	68%	13	26%
3	0	0%	0	0%	3	6%	32	64%	15	30%
4	0	0%	0	0%	8	16%	28	56%	14	28%
5	0	0%	1	2%	6	12%	30	60%	13	26%
6	0	0%	2	4%	0	0%	34	68%	14	28%
7	0	0%	2	4%	2	4%	33	66%	13	26%
8	0	0%	2	4%	3	6%	31	62%	14	28%
9	1	2%	0	0%	4	8%	31	62%	14	28%
10	0	0%	2	4%	2	4%	32	64%	14	28%
11	0	0%	0	0%	5	10%	30	60%	15	30%
12	0	0%	4	8%	2	4%	27	54%	17	34%
13	0	0%	1	2%	6	12%	27	54%	16	32%
14	0	0%	1	2%	3	6%	32	64%	14	28%
15	0	0%	1	2%	3	6%	32	64%	14	28%
16	0	0%	1	2%	3	6%	31	62%	15	30%
17	0	0%	2	4%	4	8%	32	64%	12	24%
18	0	0%	0	0%	4	8%	32	64%	14	28%
19	0	0%	0	0%	5	10%	31	62%	14	28%
20	0	0%	2	4%	5	20%	32	64%	11	22%
21	0	0%	3	6%	11	22%	24	48%	12	24%
22	1	2%	1	2%	8	16%	30	60%	10	20%
23	0	0%	1	2%	8	16%	30	60%	11	22%
24	0	0%	1	2%	3	6%	35	70%	11	22%



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GRANADOS MAGUIÑO MAURO AMARU, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión estratégica de la dirección e imagen institucional en una institución financiera, Ica 2022.", cuyo autor es VENTURA QUIROGA CARLOS JAIR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 24 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GRANADOS MAGUIÑO MAURO AMARU DNI: 06441665 ORCID: 0000-0002-5668-0557	Firmado electrónicamente por: MGRANADOSM el 24-01-2023 21:20:29

Código documento Trilce: TRI - 0527547