



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ

Facultad de Administración y Negocios
Carrera de Administración de Negocios Internacionales

TESIS

“La gestión empresarial y su relación con la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa, 2018.”

Autores:

**Ediluz Ramos Quispe
Leidy Milagros Huerta Bellido**

Para optar el título profesional de
**Licenciada en Administración de Negocios
Internacionales**

Asesor:

Mg. Manuel Choque Riveros

Arequipa, Abril de 2019

Dedicatoria

Esta investigación está dedicada a nuestra familia que son nuestro ejemplo, fortaleza para seguir adelante y lograr nuestros objetivos, quienes verán el cumplimiento de un sueño hecho realidad, deseando de todo corazón que se concluyera satisfactoriamente y demostrarles el gran amor que les tenemos.

Agradecimiento

A nuestro creador por darnos la fortaleza para seguir adelante, por bendecirnos y acompañarnos en este camino hacia el logro de nuestra carrera profesional.

A nuestros padres, hermanos, parejas e hijos por su apoyo y comprensión para poder desarrollarnos profesionalmente.

A nuestros asesores por su orientación y paciencia en el desarrollo de la investigación.

A nuestra Universidad por facilitarnos el acceso y las herramientas necesarias para nuestra investigación.

RESUMEN

La gestión empresarial está sumergida en el mundo de los negocios, en casi todas las empresas, esto hace que sean más competitivas y generen mayor rentabilidad. Como primera dimensión para establecer la gestión empresarial tenemos la planeación, la cual es muy importante porque en este punto se establecen el objetivo principal para luego determinar las estrategias a seguir mediante diferentes procedimientos. Otra dimensión es organización, en este punto nos enfocamos en la estructura organizacional con sus respectivas funciones para que el trabajo sea más ordenado y dinámico. La siguiente dimensión es dirección, aquí se vio el tipo de liderazgo que se implanto además se verifico si la comunicación fue más efectiva logrando con ello tener a los trabajadores más motivados. La última dimensión es control, en este punto se verificó que tipo de sistemas de control se implanto para ver el avance de los procesos asignados. Para medir nuestra segunda variable que hace referencia a la competitividad, tendremos como puntos principales calidad de servicio donde se comprobó si los empresarios ferreteros se preocupaban por dar buena atención a sus clientes, además de otros estándares de calidad. Otro de los indicadores es productividad la cual se medirá aplicando la formula (Productividad = "Productos o Servicios Producidos" / "Recursos Utilizados"), donde se vio que tal efectiva y eficaz fue la asignación de recursos ya sean materiales, financieros, tecnológicos y humanos dentro de las ferreterías de Arequipa y como ultima dimensión

tenemos ventaja competitiva, donde se verifico el ente diferenciador de las ferreterías frente a la competencia.

Para nuestra investigación nos planteamos un objetivo principal donde se analizó la asociación que hay entre “La gestión empresarial y la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018”, para lo cual se realizó las encuestas a un total de 113 colaboradores que correspondían a los dueños de las ferreterías ubicadas en el cercado de Arequipa. Utilizamos el cuestionario, es un instrumento muy útil y eficaz, contenía 40 ítems medido con una escala ya conocida por varios investigadores que es la escala de Likert. En cuanto al instrumento fue aprobado como apto de acuerdo al juicio de tres expertos en el tema y para comprobar si el cuestionario era confiable se utilizó el coeficiente de Cron Bach. Se dimensiono la gestión empresarial en base a 4 puntos esenciales de la administración que son: Planificación, organización, dirección y control. Y para poder determinar las dimensiones de competitividad se tuvo en cuenta, los ya mencionados: Calidad de servicio, productividad y ventaja competitiva .

La investigación es de tipo correlacional; se recogió y analizó los datos de las variables las cuales se utilizó la estadística descriptiva. Tomando en cuenta la data previamente procesada, se pretendió relacionar las dos variables, con el fin de determinar si la variable Gestión empresarial se asocia directamente, en menor o mayor proporción, a la Competitividad de las Mypes ferreteras de cercado Arequipa 2018, institución objeto en estudio. Para lo cual se utilizó el modelo de diseño no experimental porque no pretendemos manipular las variables; además será de corte transversal porque utilizaremos la data en un solo tiempo determinado.

Consideramos que nuestro estudio es importante por lo que según los datos obtenidos se plantearan nuestras recomendaciones que ayudaran a los empresarios ferreteros a mejorar su gestión administrativa y por ende les ayudara a encontrar un ente diferenciador frente a la competencia.

SUMMARY

In the business world, business management is immersed in almost all companies, which makes them more competitive and generate greater profitability. As a first dimension to establish business management we have planning, which is very important because at this point the mission and vision of the companies are established and then determine the strategies to be followed through different procedures. Another dimension is the organization, at this point we focus on the organizational structure with its respective functions so that the work is more orderly and dynamic. The next dimension is the direction, here we saw the type of leadership that was implanted, and it was verified if the communication was more effective, thus achieving the most motivated workers. The last dimension is the control, at this point it was verified what type of control systems were implanted to see the progress of the assigned processes. Now to establish the competitiveness of companies we also focus on different dimensions one of them was the quality of service, which measured in terms of the satisfaction of all customers based on the attention given. Another indicator is productivity, where it was seen that such effective and efficient allocation of resources were material, financial, technological and human within the hardware stores of Arequipa and as a last dimension we have the competitive advantage, where the differentiating the hardware stores against the competition.

Thus, the main objective of the present investigation was to: Analyze the relationship between business management and the competitiveness of Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018, for which the surveys were carried out to a total of 113 employees who corresponded to the owners of the hardware stores located in the fence of Arequipa. The instrument used was the questionnaire that contained 40 items measured through the Likert scale. The instrument was validated through the judgment of three experts in the subject and the reliability test of the questionnaire was given through the Crown Bach coefficient. In order to determine the dimensions of administrative management, the 4 pillars of the administration were taken into account, which are planning, organizing, directing and controlling. And to be able to determine the dimensions of competitiveness took into account, those already mentioned: Quality of service, productivity and competitive advantage.

The investigation is of correlational type; We will collect and analyze the data of the variables, to apply it in the field of statistics and explain what is observed, using the survey tool. Taking into account the previously processed data, we intend to relate the two variables, in order to determine if the variable Business Management affects the Competitiveness of the hardware Mypes of fencing Arequipa 2018, object institution under study. For which the non-experimental design model was used because we do not intend to manipulate the variables; It will also be cross-sectional because we will use the data in a single determined time.

We believe that our research is relevant because based on the results obtained; recommendations will be proposed that will help hardware entrepreneurs to improve their administrative management and therefore help them find a differentiating entity from the competition.

ÍNDICE

Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen	v
Summary	vii
Índice de figuras	xi
Índice de tablas.....	xii
Introducción	xiv
Capítulo 1	1
Problema de la investigación	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Objetivos de la investigación.....	3
1.4 Justificación de la investigación	4
1.5 Limitaciones de la investigación.....	5
Capítulo 2	7
Marco teórico.....	7
2.1 Antecedentes del estudio	7
2.2 Bases teóricas	17
2.3 Estado del arte.....	51
2.4 Hipótesis de la investigación	54
2.5 Variables de estudio.....	56
Capítulo 3	59
Metodología de la investigación	59
3.1 Tipo y nivel de investigación	59
3.2 Descripción del ámbito de la investigación.....	60
3.3 Población.....	60
3.4 Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos.....	61
3.5 Validez y confiabilidad de recolección de datos	62
3.6 Plan de recolección y procesamiento de datos	62
CAPÍTULO 4.....	64
Resultados de la investigación.....	64
4.1. Pruebas de validez y confiabilidad del instrumento	64
4.2. Resultados de la estadística descriptiva.....	66
4.3. Resultados de la estadística inferencial	75
Capítulo 5	85
Discusión de resultados.....	85
5.1 Discusiones.....	85

Conclusiones	87
Recomendaciones	89
ANEXOS.....	91
BIBLIOGRAFIA.....	102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ciclo administrativo a través de la gestión	19
Figura 2. Función de planeación en el proceso administrativo	22
Figura 3. Función de organización en el proceso administrativo	24
Figura 4. Función de dirigir en el proceso administrativo	26
Figura 5. Función de controlar en el proceso administrativo	27
Figura 6. Niveles de análisis de competitividad.....	33
Figura 7. Modelo nacional de competitividad	36
Figura 8. Modelo bidimensional del proceso del servicio	37
Figura 9. Formula de productividad	38
Figura 10. Relación de la productividad con la rentabilidad	40
Figura 11. Modelo nórdico	42
Figura 12. Modelo SCSB.....	43
Figura 13. Modelo SERVQUAL	44
Figura 14. Modelo IMOI	46
Figura 15. Diferencias entre Eficiencia y Eficacia	46
Figura 16. Ciclo de Deming mejora continua	47
Figura 17. Niveles de la variable gestión empresarial	67
Figura 18. Niveles de la dimensión planeación	68
Figura 19. Niveles de la dimensión organización	69
Figura 20. Niveles de la dimensión dirección.....	70
Figura 21 Niveles de la dimensión control	71
Figura 22. Niveles de la variable competitividad	72
Figura 23. Niveles de la dimensión calidad de servicio	73
Figura 24. Niveles de la dimensión productividad	74
Figura 25. Niveles de la dimensión ventaja competitiva	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tabla de operacionalización	56
Tabla 2	Operacionalización Gestión empresarial.....	57
Tabla 3	Operacionalización Competitividad	58
Tabla 4	Validez de contenido del instrumento	64
Tabla 5	Validez de contenido del instrumento.....	65
Tabla 6	Validez de contenido del instrumento-Valores de Kappa	65
Tabla 7	Nivel de confiabilidad del instrumento gestión empresarial	66
Tabla 8	Nivel de confiabilidad del instrumento competitividad.....	66
Tabla 9	Distribución de datos de la variable gestión empresarial.....	66
Tabla 10	Distribución de datos de la dimensión planeación.....	67
Tabla 11	Distribución de datos de la dimensión organización	68
Tabla 12	Distribución de datos de la dimensión dirección.....	69
Tabla 13	Distribución de datos de la dimensión control	70
Tabla 14	Distribución de datos de la variable competitividad	71
Tabla 15	Distribución de datos de la dimensión calidad del servicio	72
Tabla 16	Distribución de datos de la dimensión productividad.....	73
Tabla 17	Distribución de datos de la dimensión ventaja competitiva.....	74
Tabla 18	Prueba de normalidad de gestión empresarial y competitividad.....	76
Tabla 19	Prueba de correlación según Pearson entre el Variable gestión empresarial y competitividad	76
Tabla 20	Prueba de correlación según Pearson entre la gestión empresarial y la calidad de servicio.....	77
Tabla 21	Prueba de correlación según Pearson entre gestión empresarial y productividad.....	78

Tabla 22 Prueba de correlación según Pearson entre gestión empresarial y ventaja competitiva.....	79
Tabla 23 Prueba de correlación según Pearson entre planeación y competitividad	80
Tabla 24 Prueba de correlación según Pearson entre organización y competitividad	81
Tabla 25 Prueba de correlación según Pearson entre dirección y competitividad	82
Tabla 26 Prueba de correlación según Pearson entre control y competitividad	83

INTRODUCCIÓN

Correspondiente a la presente investigación se refiere a “La gestión empresarial y su relación con la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa, 2018”. Ya que hoy en día la gestión empresarial es una herramienta que se ha convertido, de manera indispensable, en el mundo empresarial y llevando una buena gestión los resultados son favorables siendo así que las empresas crecen y apuntan a ser más competitivas, ahora bien llevando una correcta gestión nos daremos cuenta de que problemas aquejan en las organizaciones que puedan afectar el desarrollo, por tal motivo se utiliza todos los medios de la compañía al máximo para superar los cuellos de botella que no te dejan avanzar, llegando así a mejorar sus ganancias, aminorar costos, sin afectar la calidad del producto y servicio. Pasando a otro punto, la competitividad es el conjunto de las habilidades y estrategias únicas que tiene una organización ya sea pública o privada, donde adquieren un ente diferenciador frente a la competencia, permitiendo el crecimiento económico y administrativo, las cuales el objetivo es la completa satisfacción de clientes, fijando mejores precios a una cierta calidad, también enfatizando en cuanto a la calidad de servicio siendo innovadores o marcando diferencia ante la competencia.

El tema planteado se basa en una problemática general, qué relación existe entre “la gestión empresarial y la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018”.

Analizando la relación que se tiene entre la gestión empresarial y la competitividad en el mercado ferretero de cercado, puesto que hay bastantes Mypes en proceso de crecimiento definidas como micro y pequeña empresa y entre ellos las distintas empresas están constituidas ya sea por personas jurídicas y/o naturales, manejando de diversas maneras en cuanto a la gestión empresarial y este sea según la legislación actual, siendo su objetivo mejorar las actividades de la comercialización, en cuanto a sus características se tiene de 1 a 10 colaboradores, y en referencia a sus ventas anuales es hasta 150 UIT (Unidades Impositivas Tributarias).

En cuanto a la metodología del estudio, se optó por la técnica de la encuesta y el cuestionario como el instrumento, es de esta manera que se procedió a salir a campo para dar inicio a las encuestas hacia los empresarios de las Mypes ferreteras del cercado de Arequipa, los datos de dichas Mypes las obtuvimos de acuerdo a nuestra solicitud emitida a la municipalidad de Arequipa.

Durante las encuestas de campo se pudo percibir que en su mayoría de los empresarios tienen conocimientos básicos de administración, esto por su experiencia obtenida trabajando para otros del mismo rubro, como también personas técnicas y profesionales que están incursionando en el mundo empresarial y planteando sus nuevas estrategias e ideas.

En el capítulo I, de acuerdo a nuestra investigación se realiza el planteamiento del problema y este es: ¿Cuál es la relación entre la gestión empresarial y la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?, Siendo este como el problema general, así también se plantea el objetivo general donde se analizará la relación entre gestión empresarial y competitividad.

En el capítulo II, de acuerdo al marco teórico según diversos autores donde plantean sus conceptos de acuerdo a nuestras dimensiones e indicadores según las variables, así también el cuadro de operacionalización desarrollada.

En el capítulo III, se realizará la metodología del presente estudio, siendo de corte transversal explicativa causal, de nivel correlacional positivo, se utilizará la encuesta e instrumento el cuestionario.

En el capítulo IV, los resultados se plasmarán en base a nuestro trabajo de campo, donde se encuestó a los empresarios y dueños de las Mypes ferreteras, para lo cual se desarrolló las pruebas de validez en el SPSS, obteniendo de esta manera información final de la estadística descriptiva e inferencial.

En el capítulo V, se plantea la discusión de resultado, conclusiones y recomendaciones acorde a los resultados obtenidos de las encuestas en campo.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

Hoy en día la gestión empresarial está revolucionando enormemente, gracias a la globalización hace que las empresas necesiten llegar a todo el mundo, para ello necesitan contar con una ventaja comparativa. En cuanto a la internacionalización la mayoría de las empresas apuntan a crecer más allá de sus raíces y están obligados a llevar a cabo una correcta gestión tecnológica y buscar procesos eficientes, adaptables a los nuevos mercados. Si queremos mencionar un ejemplo claro de una buena gestión empresarial a nivel internacional hablaremos de la alianza que hay entre los países europeos, Estados Unidos y Japón, que se unieron para mejorar sus economías aplicando una buena gestión empresarial donde su potencial humano es lo más importante y contribuyen con la economía mundial.

La gestión empresarial es una práctica que se lleva a nivel internacional desde la antigüedad hasta la actualidad, la cual es de suma importancia poder ejecutarla en una organización, ya que debido a que nos encontramos en un mundo globalizado exige que seamos más competitivos, una de las unidades económicas con mayor influencia a nivel internacional son las micro y pequeñas empresas (Mypes) siendo importante en la cadena económica de los diferentes países, ya que otorgan

oportunidades de trabajo logrando así mejorar su calidad de vida, porque desarrollan una buena gestión en cuanto a planear, organizar, dirigir y controlar. Es así, que se proliferaron las Mypes en países desarrollados como Corea del Sur, Japón, Alemania, Italia, la cual contribuyen al crecimiento de su economía.

A nivel nacional las Mypes están pasando por un buen momento ya que se están preocupando por mejorar sus procesos, tácticas y procedimientos, siendo más productivas. Están abarcando el mercado nacional gracias a su capacidad operativa más eficiente y porque se están preocupando en buscar canales de comunicación para promocionar sus productos. Las Mypes están optando por formalizarse y asociarse para poder ser rentables y están dando empleo a muchos peruanos. Además, cada vez más empresas están optando por capacitarse para poder tener una buena gestión empresarial, logrando así generar un ente diferenciador frente a las grandes empresas y así lograr ser sostenibles en el tiempo y apuntar a la internalización.

En cuanto a nivel local la gestión empresarial es aplicado de forma empírica, con conocimientos básicos, puesto que las Mypes Arequipeñas no se proyectan a futuro y es por ello que no crecen, ahora bien, no disponen de una fuente de financiamiento adecuada para hacer inversiones de mejora que los lleven a ser empresas productivas y sostenibles en este mercado competitivo donde te exige que estés acorde a las nuevas tecnologías y a capacitarte con las nuevas tendencias administrativas. Cabe resaltar que, a pesar de tener dificultades, estos empresarios, participan altamente en el mercado Arequipeño porque tienen la preferencia del consumidor y porque mantienen precios accesibles.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Pregunta general

¿Cuál es la relación entre la gestión empresarial y la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?

1.2.2 Pregunta específica

P1.- ¿Existe relación entre la gestión empresarial y calidad de servicio de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?

P2.- ¿Existe relación entre la gestión empresarial y productividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?

P3.- ¿Existe relación entre la gestión empresarial y ventaja competitiva de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?

P4.- ¿Existe relación entre la planeación y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?

P5.- ¿Existe relación entre la organización y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?

P6.- ¿Existe relación entre la dirección y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?

P7.- ¿Existe relación entre el control y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivos generales

Analizar la relación de la gestión empresarial y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

Oe1.- Determinar la relación entre la gestión empresarial y calidad de servicio de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Oe2.- Determinar la relación entre la gestión empresarial y productividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Oe3.- Determinar la relación entre la gestión empresarial y ventaja competitiva de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Oe4.- Determinar la relación entre la planeación y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Oe5.- Determinar la relación entre la organización y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Oe6.- Determinar la relación entre la dirección y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Oe7.- Determinar la relación entre el control y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

1.4 Justificación de la investigación

El presente trabajo está enfocado en 3 justificaciones las cuales mencionaremos a continuación.

1.4.1 Justificación teórica

Este estudio se realizó porque quisimos aportar información acerca de cómo se está aplicando una buena gestión empresarial, las Mypes ferreteras pueden ser más competitivas para poder desenvolverse en un mercado global, donde te exigen un producto diferenciado con estándares de calidad lo que llevará a un mayor desarrollo empresarial y a mejorar la economía de sus habitantes. Lo cual por este estudio se podrá sistematizar, como alternativa, para poder incorporar como aporte a la administración de negocios, por lo que se estaría demostrando que el propósito de una adecuada política administrativa, una buena planeación y por ende una adecuada organización con un buen liderazgo que conlleve a la motivación, a la comunicación sencilla y directa nos llevaría a tener una ventaja competitiva mediante un producto diferenciado de calidad, así mejorar el nivel de desempeño de las Mypes ferreteras cercado Arequipa.

1.4.2 Justificación metodológica

Para la elaboración y aplicación de la investigación correlacional de la gestión empresarial y su relación con la competitividad en las Mypes ferreteras cercado Arequipa se indago por medio de métodos científicos, donde se cuantifico la data existente mediante la estadística descriptiva e inferencial, además que demostramos su validez y confiabilidad a través del juicio de tres expertos en el tema y el alfa de Cronbach.

Esta investigación podrá ser utilizada como antecedente para otros trabajos donde se utilice la ciencia y en otros rubros de negocios.

Es de tipo cuantitativa por qué se realizó mediante estadísticas, encuestas donde se obtuvo una evaluación precisa de los resultados de esta investigación.

1.4.3 Justificación práctica

Esta investigación se realizó porque queremos dar información a los empresarios Arequipeños ferreteros para que mejoren su nivel de desempeño en un ámbito global donde puedan tener una ventaja competitiva a través de una buena gestión empresarial y así desenvolverse en un mercado nacional o internacional.

1.5 Limitaciones de la investigación

En este estudio encontramos distintas limitaciones, donde fueron que la municipalidad no tiene un filtro de data actualizada ya que tiene la información de manera general de todas la Mypes que solicitan su formalización a través de su licencia de funcionamiento, así también en cuanto se obtuvo la información solicitada de la relación de las Mypes ferreteras se realizó una búsqueda en la página de la Superintendencia Nacional de Tributación (SUNAT) para verificar la situación y su estado, así mismo se corroboró la cantidad de trabajadores, dirección de la empresa, razón social y sí se encuentra en actividad actual.

Entre otras limitaciones fue que algunos empresarios no contaban con mucho tiempo para poder atendernos por la situación del trabajo, para lo cual se prolongó nuestra entrevista en un lapso de tiempos largo ya que se tenía que volver a explicar las preguntas indicadas en los cuestionarios.

Así también en su mayoría, los micro, pequeños y medianos empresarios son personas con conocimientos empíricos y por lo que se tuvo que explicar lo que queríamos lograr con esta investigación.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

2.1.1 Antecedentes internacionales

En el reciente estudio fueron sustentados por los siguientes autores, Gomez y Tinjaca, (2013), correspondiente a la Universidad Autónoma de Manizales, Colombia, quienes investigaron "Relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la micro pequeña, mediana y gran industria del sector de confección de las ciudades de Pereira y Dosquebradas" de este modo buscan obtener el título de: "Maestría en Creatividad e Innovación en las Organizaciones". La investigación realizada por los autores fue planteada para poder establecer la relación que hay entre estos y se dedujo que hay una asociación de la gestión de la innovación con la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran industria del sector de confección. Las cuales con este estudio se llega a la conclusión que las respuestas de Mypes e industrias se sigue a una disposición momentánea y de progresos empresariales, las cuales son demostradas abiertamente, por lo que los micro-empresarios hacen hincapié a tener acceso a los aspectos tecnológicos, así también en la necesidad de contar con el marketing publicitario, y la elaboración

y diseño de distintos catálogos; también mencionan que las empresas pequeñas toman un mayor interés en la recolección de información y la creación en las bases de datos; y las medianas, y grandes empresas toman mayor interés al ámbito tecnológico.

La siguiente investigación fue planteada por el autor Hernández (2013), de la Universidad de Córdoba, Venezuela. Quien investigó en cuanto al "Modelo de gestión empresarial según nuevas tendencias: Intangibles y calidad total. Aplicación al sector camaronero de Venezuela" para poder obtener el título profesional de "Magíster Scientiarum en gerencia de empresas en el departamento de estadística, econometría, investigación operativa, economía aplicada y organización de empresas". El autor menciona en diseñar un modelo de gestión empresarial que según a las nuevas tendencias pueda ser utilizada para mejorar la calidad total, pudiendo estas ser aplicadas para todas las compañías de la sección camaronera de Venezuela. Llegaron a la Conclusión que el modelo planteado y desarrollado describe una manera donde se entiende que las capacidades empresariales llegan a resultar ser más débiles frente al mercado, sin embargo, este tiene el fin de poder fortificar desde un punto competitivo. De igual manera, permite observar las relaciones que se establecen entre los puntos claves del éxito, dando importancia a la actividad de acciones estratégicas, entonces el modelo es destacado por su capacidad de simplicidad, autodiagnóstico y por su facilidad de aplicación como para grandes y pequeñas compañías, considerando en cuanto al tiempo del pasado y el futuro de las compañías.

Otra investigación realizada por el autor Lima (2012), de la Universidad Nacional Autónoma de México, D.F. México, llevo a cabo el estudio concerniente a las "Estrategias de competitividad para PYMES" y así lograr obtener el título de "Ingeniero industrial en la facultad de ingeniería". Determino como objetivo en

presentar metodologías de planteamiento de estrategias las cuáles se podrá optimizar la competencia entre las compañías medianas y pequeñas, por medio del concepto de competitividad empresarial, teniendo en cuenta las tendencias globales, de acuerdo al comercio y la industria. En el estudio de la investigación se concluyó que la formación de los diversos negocios es importante para que estas puedan lograr que las empresas sean más competitivas , así también para iniciar alianzas de manera estratégica para el área de ventas, compras, benchmarking y outsourcing para que dichas empresas puedan asegurar ingresos, reducir costos, incrementar el número, la calidad de productos y servicios, así poder comparar sus relaciones financieras u operativas con otras empresas del mercado en el mismo rubro respectivo esto con el fin de tener el conocimiento en cuanto a su desempeño en comparación con el mercado competitivo.

Rubio (2013), de la Universidad Autónoma de Chihuahua, Facultad de Economía Internacional, realizó la investigación "Factores determinantes de la Competitividad de las Micro empresas en México", para poder obtener el Título Profesional de economía internacional, quien realizó la investigación "a nivel nacional de las empresas y sus factores de desarrollo y crecimiento conociendo los factores más importantes para que las PYMES en México puedan ser más competitivas". Llegando a concluir que la competitividad y el éxito de cualquier compañía es determinado por factores externos como internos, entre los factores internos más importantes destacados son: Planificación estratégica, tecnología, recursos humanos, innovación y certificaciones de calidad, asimismo indica que una muestra de un total de 467 Micro empresas (ENAFIN, del año 2010) el 57.17% (267 empresas) por lo menos el 50% de los trabajadores lograron tener estudios básicos (truncos y/o terminados), el 28.27% (132 empresas) el 50% de sus colaboradores llegan a tener estudios medios superiores (truncos y/o

terminados), asimismo únicamente 65 empresas representando el 13.92% tienen por lo menos al 50% de su plantilla laboral con estudios universitarios y de postgrado terminados y entonces el 20.77% de las empresas, consideran que existen 3 principales problemas que tienen para el funcionamiento correcto de las empresas, son los excesivos trámites gubernamentales burocráticas, también mencionan problemas con las autoridades (extorsiones o multas) y altos impuestos.

Entonces para ser competitivos es importante tener una buena gestión administrativa como factor interno y en cuanto al factor externo es muy vulnerable ya que el Estado tiene un poder de manipulación en cuanto a la competitividad de las empresas, como las normas o leyes que crean para el apoyo e impulso al crecimiento de las micro empresas sin embargo existe la burocracia que hace que no se logre resultados a corto plazo.

En otra investigación de Saavedra (2013), en la Universidad Nacional Autónoma de México, D.F., quienes investigaron sobre la "Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del Distrito Federal, México", teniendo como objetivo en su investigación establecer el nivel competitivo de las micro, pequeña y mediana empresa esto evaluando aspectos internos de la misma como es la planificación estratégica, aprovisionamiento, calidad, producción, contabilidad, comercialización, recursos humanos, finanzas, gestión ambiental y sistemas de información, las cuales se concluye que en el factor de la competitividad es la solución para el crecimiento, desarrollo y sustentabilidad de las PYME en el Distrito Federal, por lo tanto la importancia de medirla y descubrir los obstáculos o problemas que puedan impedir ayudar a las empresas a que generen ventajas competitivas de modo interno y externo, proponiendo al Estado políticas que logren favorecer a la competitividad de las PYME, así también los resultados indican que la competitividad es distinta en caso de las

Mypes puesto que las pequeñas y medianas son notablemente competitivas, demostrando que la competitividad está relacionada con el tamaño.

2.1.2 Antecedentes nacionales

En el ámbito nacional tenemos la investigación realizada por Cortijo y Sánchez (2013), de la Universidad Privada Antenor Orrego, en la ciudad de Trujillo, Perú, las cuales fueron quienes investigaron sobre “El presupuesto y la mejora en la gestión empresarial de la empresa red car Perú S.A.C de la ciudad de Trujillo 2012-2013”, para la obtención Profesional de Contador Público, en la facultad de ciencias económicas. Las cuales plantearon en demostrar que, realizando la aplicación de un presupuesto, esto aumentara notablemente la gestión empresarial de la empresa analizada red car Perú S.A.C de la ciudad de Trujillo. La cual, en este estudio se concluyó, que en la empresa red car Perú S.A.C. en el año 2012 que la gestión empresarial es débil, como en los indicadores financieros, así como la baja rentabilidad en cuanto a las ventas, liquidez general baja, liquidez inmediata y endeudamiento ante terceros. En consecuencia, en base a los documentos de información obtenidos del año 2012, se ha procedido a desarrollar una planeación y desarrollo de un presupuesto para el siguiente año desde enero a junio del 2013, planificado a la dirección de la compañía y a su realización como una alternativa de control y gestión.

Así mismo en la siguiente investigación el autor Gonzales (2014), de la Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú, realizó la siguiente investigación "Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria - año 2013" con el fin de obtener el “título profesional de contador público en la facultad de ciencias contables, económicas y financieras”. Las cuales planteo como objetivo establecer la importancia de la gestión empresarial en cuanto a la competitividad de las Mypes del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria del

año 2013. Las cuales concluyo que la gestión empresarial es muy débil en el sector textil, ubicado en la Victoria, por ende, no es muy competitiva. Para lo cual recomendó que los gerentes y administradores pudieran adquirir créditos financieros, los cuales les permitirá alcanzar liquidez a través de las entidades financieras y donde podrán ser beneficiados de manera positiva, claro está si realizan una inversión adecuada.

Otra investigación según los autores Romero y Guevara (2014), de la Universidad de Piura, Perú, quien investigó sobre “Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de las Mypes del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado” con la intención de obtener el título profesional de “Licenciados en Administración de Empresas, en la facultad de ciencias económicas y empresariales”. Determinó: Para que este sector artesanal sea competitivo y se posicione en el mercado internacional se hace necesario seguir pautas claves, basadas en principios y valores las cuales deben ser sus guías para que puedan desarrollarse, estos principios son liderazgo, competitividad, asociatividad, capacitación, tecnología y financiamiento . De tal manera que estos negocios del rubro de artesanías deben conocer y aprender los actuales TLC (Tratados de libre comercio) para estar informados ante los actuales acuerdos comerciales con los estados vecinos, para que se consiga posicionar en el mercado objetivo.

En la siguiente investigación el autor Castillo (2017), de la Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú, realizo la investigación, “La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las Mypes del centro comercial Covida, Los Olivos, año 2017”, para obtener el grado de Licenciado en Administración, donde el trabajo de investigación tiene como objetivo principal “determinar la influencia que existe entre la gestión empresarial y la competitividad de las Mypes del

centro comercial Covida, Los Olivos, año 2017”, las cuales indican que tiene una población de 34 empresas del comercial, llegando a concluir que existe un predominio significativo en la gestión empresarial y la competitividad. En donde describe que en una Mype si se encamina de una manera correcta la gestión, puede trascender de manera importante hacia la competitividad y esto conlleva a ser tener una ventaja competitiva en el ámbito empresarial. Asimismo, determinan que hay una importancia considerable de la gestión en cuanto a los temas de liderazgo en relación a los costeos y diferenciación dentro del mercado de las Mypes. Por lo tanto, la gestión empresarial llega a impactar de manera notable en el liderazgo integral de costos, que se plantea estratégicamente hacia una ventaja competitiva frente a sus opositores indirectos y/o directos.

De acuerdo a la investigación según el autor Alvarado (2018), de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, realizó la investigación “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de tumbes, 2017” para obtener el “título profesional de licenciada en administración”, las cuales su investigación tiene como objetivo general realizar una descripción a la caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las Mypes del sector comercio en el rubro de las tiendas de ropa para damas, las cuales concluye que las Mypes se preocupan por brindar una buena atención buscando ser productivos por ende ser competitivos en el mercado, así también que manejando buenos canales de distribución se tiene productos innovadores con muchas variedades y esto satisface a los clientes en cuanto a buen servicio en la atención.

2.1.3 Antecedentes locales

En el ámbito local tenemos a la autora Cabrera (2018), de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. Las cuales realizó el estudio "Influencia de la gestión financiera en la competitividad de las Mypes comercializadoras de

calzado, en el cercado de Arequipa, 2017". Siendo como objetivo principal determinar la incidencia de la gestión financiera en la competitividad de las Mypes comercializadoras de calzado en el Cercado de Arequipa. Por lo tanto de acuerdo a dicho estudio se concluyó que realizando una correcta gestión financiera como una buena contabilidad, planeamiento financiero, control de inventarios y la adecuada toma de decisiones da como resultado que estas se posicionen de manera positiva en el mercado del calzado.

Así también recomiendan que se ha de manejar la correcta gestión financiera aplicando el control documentario como son los libros contables, desarrollo de presupuestos ingresos, salidas y conocer los movimientos según los resultados del flujo de caja las cuales será analizadas de manera anual, para que de esa manera se pueda tomar decisiones de mejora y esto conllevara a que la empresa se vuelva más competitiva en el mercado.

En cuanto a la siguiente investigación de la autora Durand (2015), de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. Realizo la investigación en cuanto a la "Relación de la innovación de gestión empresarial y el éxito competitivo empresarial en las medianas y grandes empresas del sector manufacturero de Arequipa metropolitana – 2015", para obtener ser "Maestro en Ciencias Contables y Financieras con mención en Finanzas y Administración de Negocios", concluyendo que si existe un grado de relación significativo entre la Innovación de la Gestión Empresarial con el Éxito Competitivo Empresarial en las Medianas y Grandes Empresas del Sector Manufacturero de Arequipa Metropolitana 2015 gracias a que, dicho sector aplica de manera constante la gestión empresarial , y esto les permite ser eficientes en sus costos, en la cadena de procesos y por ende les lleva a ser más competitivos dentro del mercado local.

En esta investigación los autores Rivera y Rodríguez (2017), de la Universidad Católica San Pablo, en la ciudad de Arequipa, realizó la investigación sobre “Propuesta de técnicas de gestión para una potencial empresa dedicada a la asesoría de micro y pequeñas empresas en Arequipa – 2017”, para obtener la “licenciatura en administración de negocios” donde su objetivo general es “desarrollar un plan de acción para la consecución de objetivos estratégicos definidos a través de la aplicación de técnicas de gestión para una potencial empresa dedicada a la asesoría de Mypes”, las cuales concluyeron en desarrollar 10 técnicas de negocios altamente tentativas y competitivas, permitiendo que estas empresas emergentes desarrollen su potencialidad y así logren mantenerse y desarrollarse dentro del mercado Arequipeño, así también dentro de esta investigación se analizó los temas políticos, lo cual no se observa con buenos resultados, ya que las situaciones del Estado, como el desorden y la corrupción realmente perjudican considerablemente al país, entonces estas incidencias repercuten en la estabilidad de estas Mypes.

Entre otras investigaciones del autor Román (2015), de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. Realizó la investigación sobre, “Propuesta de mejora del sistema de gestión de calidad en una empresa siderúrgica de la región Arequipa”, para optar el “Grado Académico de ingeniero industrial”, siendo como su objetivo principal, “Generar una propuesta de mejora del sistema de gestión de calidad en una empresa”, el cual concluyó que la implementación de estrategias, como propuestas para el desarrollo, mejora la gestión de calidad. Una de las estrategias es capacitar a los trabajadores para que se formen y trabajen en equipo, sobre todo en las áreas de nivel inferior, ya que son el soporte de la organización, así también diseñar y desarrollar un software que su función será el registro y controlar la parte documentaria, las cuales permitirá optimizar

el orden, seguimiento y registro de los documentos del sistema de gestión de calidad .

Entre otras conclusiones determina que la existencia de herramientas de control y mantenimiento del sistema de gestión son deficientes y menciona también que la incorporación del ISO facilitaría y fortalecería la mejora continua, así también se podría realizar un proyecto de identificación en cuanto a la necesidad de todas las informaciones del personal que estarían registrados en el sistema.

El siguiente estudio realizado por las autoras Reyes y Vargas (2016), de la Universidad Católica San Pablo Arequipa. Su estudio fue titulado “Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa-2015”, las cuales se licenciaron en administración de negocios, plantearon como objetivo principal a “Proponer las estrategias que permitan impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa”, entonces se analizó el entorno interno, externo, la identificación de las ventajas competitivas, así también medir y conocer las estrategias en cuanto a las picanterías restaurantes.

Llegando a las conclusiones siguientes; como estrategias internas se iniciará con el posicionamiento, plantear la innovación de nuevos platos, aperitivos, postres que serán plasmados en la carta, en cuanto al servicio prestado, marcarán la diferencia brindando un servicio de calidad y personalizado, todo ello aplicando el marketing de manera estratégica

Así también determinaron el aumento del consumo de las comidas típicas por el auge de turístico y de familias que aún conservan la tradición de las picanterías arequipeñas, sin embargo, la juventud está siendo influida por los centros comerciales en cuanto a la comida rápida, las cuales son persuadidos a tener poca importancia o interés en cuanto a la comida tradicional.

En cuanto a las recomendaciones se plantea que puedan poner en marcha las estrategias y este sirva como feedback, para seguir perdurando en el tiempo con la cultura gastronómica arequipeña, así también realizar el marketing como una ventaja competitiva ante la competencia del exterior.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gestión empresarial - Variable Independiente

Se puede entender por gestión a todo lo que realizan las organizaciones por un objetivo en común teniendo en cuenta los recursos o materiales necesarios que se emplearán y la designación del personal capacitado que realizará dichas acciones. Estas acciones se traducen en actividades programadas que se realizan para mejorar su situación económica y su participación en el mercado. La gestión implica distintos requerimientos que se necesitan efectuar en la compañía, para conseguir sus objetivos trazados, no obstante, la gestión a una simple perspectiva parece fácil de realizar y por lo tanto se deduce que lo puede realizar cualquier individuo con una correcta gestión, sin embargo en el mundo real de las empresas es lo contrario, entendiéndose que se requiere de un individuo (gestor) de confianza y que esté completamente preparado y pueda hacer educadamente su labor.

A continuación, definiremos la gestión empresarial por diferentes autores:

La gestión empresarial está relacionada a las personas para lo cual las organizaciones deben contratar personal calificado y dentro de la empresa tiene que priorizar a la motivación y capacitar a los colaboradores porque de ellos dependen la sostenibilidad en el tiempo. Es muy importante promover el trabajo en equipo y tratar, en la medida posible, de no establecer muchas jerarquías porque demasiados mandos no permiten desarrollar la creatividad de los empleados, más al contrario se limitan a seguir órdenes y esto conlleva a la rutina y a la desmotivación. (Rubio P. , 2008)

“La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos. Es decir que, a través de los 4 pilares de la administración que conlleva a dirigir, planear, organizar y controlar los recursos materiales y financieros junto con el talento humano, una organización puede llevar a cabo una buena gestión empresarial, logrando así ser más competitivos dentro del mercado local, nacional y porque no decir, internacional”. (Chiavenato, 2006).

“Nos conlleva a interactuar, de modo eficaz y eficiente, los elementos básicos de la administración para lograr una buena gestión empresarial y así mismo establecer un ente diferenciador frente a la competencia y ganar participación en el mercado”. (Hurtado, 2008)

La gestión administrativa está desarrollada en base al logro de los objetivos de todas las organizaciones en donde se prioriza como primer punto la planeación de las actividades a realizar en base a los recursos disponibles, para luego ejecutar las tareas y personas bajo la dirección del gerente o jefe inmediato, teniendo en cuenta el control de los procesos para verificar si estamos apuntando a los objetivos que queremos alcanzar, además de controlar si estamos disponiendo bien de los recursos. Todo ello con el fin de ser más competitivos en el mercado.

Figura 1. Ciclo administrativo a través de la gestión



Nota: El autor grafica el ciclo de la administración a través de la gestión, las cuales menciona los recursos, planeación, dirección, las cuales aplicando ello se puede obtener el logro de los objetivos.

Fuente: (Hurtado, 2008)

Por otro lado, la “Gestión empresarial es un conjunto de procesos que involucran mucha creatividad y les permite a los encargados diseñar directrices estratégicos y tácticos de una unidad productiva, para luego ser ejecutada, de tal manera que pueda coordinar los recursos económicos, humanos, tecnológicos y de relaciones sociales, políticas y comerciales para alcanzar sus propósitos u objetivos”. (Hernandez, 2011).

La cual podemos acotar a esta definición que en la gestión empresarial deben estar involucrados, de manera general, los miembros de una organización esto para crear lo que se denomina una inteligencia colectiva, puesto que se busca el propósito de mejorar la rentabilidad y productividad de una organización y sabiendo que este sea constituido con fines de lucro o no .

La gestión empresarial comprende la ejecución de las políticas, esto por medio de la aplicación de estrategias, procesos, procedimientos, tácticas, técnicas y prácticas. Una política no es un documento legal, sino es un convenio fundado en las directrices o principio de un área de actividad clave de una organización,

la política expresa cómo va la organización en cuanto a su trabajo y cómo también esto va dirigido. Así mismo las buenas políticas expresan técnicas justas y sensitivas para tratar los asuntos entre otros. (Gitman, 1986).

Por lo antes mencionado podemos afirmar que la gestión empresarial está basada en lineamientos (políticas) que van a direccionar la misión y visión de una organización. Donde todos los colaboradores estarán enfocados con un mismo objetivo, teniendo en claro los procesos, las estrategias y procedimientos que aplicarán en sus diferentes actividades asignadas.

“Es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en equipos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”. (Koonntz, 2012)

Es verdad si se promueve una cultura donde se integren de forma colectiva las personas dentro de una organización se logrará una buena sinergia para llegar a un mismo objetivo.

Gestión Empresarial es la unión de voluntades de todos los trabajadores de la organización comenzando del gerente hasta los empleados que se encuentran en la parte inferior del organigrama teniendo en cuenta a su entorno externo e interno (clientes potenciales, reales, locales, internacionales, medio ambiente y la sociedad) en aras de lograr un mismo objetivo. Es decir, trabajar mancomunadamente con todos los involucrados de una organización apuntando a un mismo objetivo, teniendo en cuenta que las estrategias, tácticas, procedimientos deben ser aplicados eficientemente. (Van Den Berghe, 2016)

Según los distintos conceptos estudiados de los diferentes autores, acerca de gestión empresarial podemos decir que, es el proceso por el cual se gestiona de manera general todos los recursos de la empresa como son los recursos humanos, material, financiero, etc. teniendo como lineamientos los cuatro pilares

de la administración, que es la organización, control, planeación y por último la dirección, para poder lograr los objetivos trazados.

A. Dimensiones de gestión empresarial

Según las distintas definiciones de gestión empresarial en cuanto a varios autores podemos entonces suponer que en sus funciones son de 4 elementos importantes para cada tipo de organización:

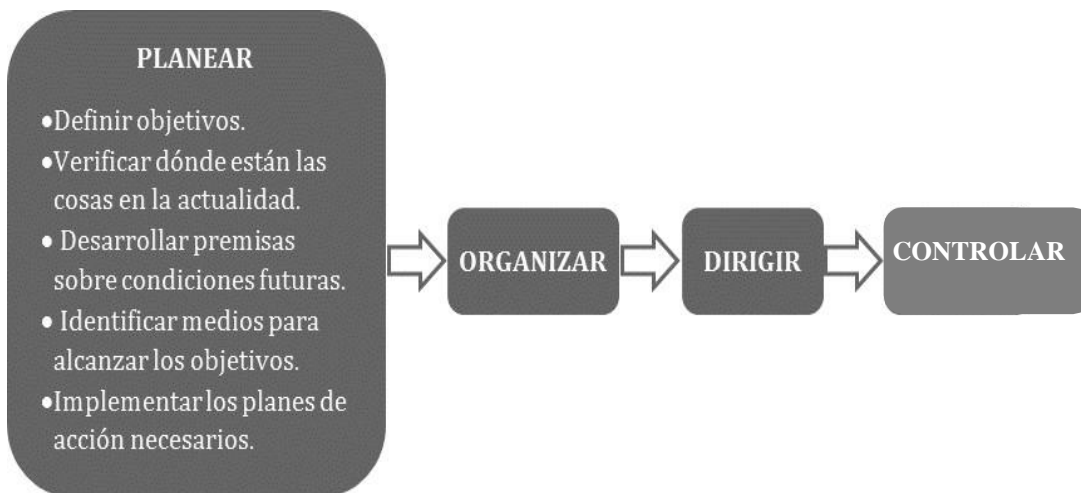
-Planeación:

Según algunos autores plasmaremos los conceptos:

“La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización”. (Reyes, 2007)

“Es la función de la administración, donde se estipula por adelantado cuales son los objetivos que deben alcanzarse y que debe hacerse para conseguirlos. Empieza por la determinación de los objetivos y luego se menciona detalladamente los planes y medios para alcanzarlos, utilizando la mejor estrategia posible”. (Chiavenato, 2006)

Figura 2. Función de planeación en el proceso administrativo



Nota: El autor grafica la función de la planeación a través del establecimiento de objetivos los medios y los implementos para alcanzarlos dentro del proceso administrativo.

Fuente: (Chiavenato, 2006)

El planeamiento está relacionado con el establecimiento de una meta en común, eligiendo los mejores medios para así poder alcanzar los propósitos trazados, para luego definir la misión y visión, teniendo en cuenta la demanda del mercado a quien se apunta y la oferta de cuanto puedes ofrecer para satisfacer dicha demanda. Es muy importante saber hacia dónde se va y con qué recursos cuentas para que una organización sea más productiva. (Dextre, 2012)

“Planear es precisar las metas que se quiere alcanzar en una organización, para lo cual se establece una estrategia general para alcanzarlas y proyectar planes exhaustivos las cuales se incluirá y coordinará el trabajo ante la organización”. (Stephen, 2005)

La gestión empresarial indica que la planeación es la influencia impresa de las acciones de largo, mediano y corto plazo de las empresas para que estas puedan operar con el resultado del éxito y en el contexto donde se actúa, de este modo permitirá administrar sus recursos, organizar internamente, gerenciar, controlar y dirigir. Entonces la planeación parte de una definición clara y concisa de los

objetivos que se deben plantear y como aplicar las estrategias generales.

(Hernandez, 2011)

Según lo mencionado por los diferentes autores podemos decir que la planeación es estudiar a detalle los objetivos que se quiere alcanzar estableciendo estrategias, metas, procedimientos, recursos, presupuestos, etc. Con el fin de ejecutarlos organizadamente.

– **Organización:**

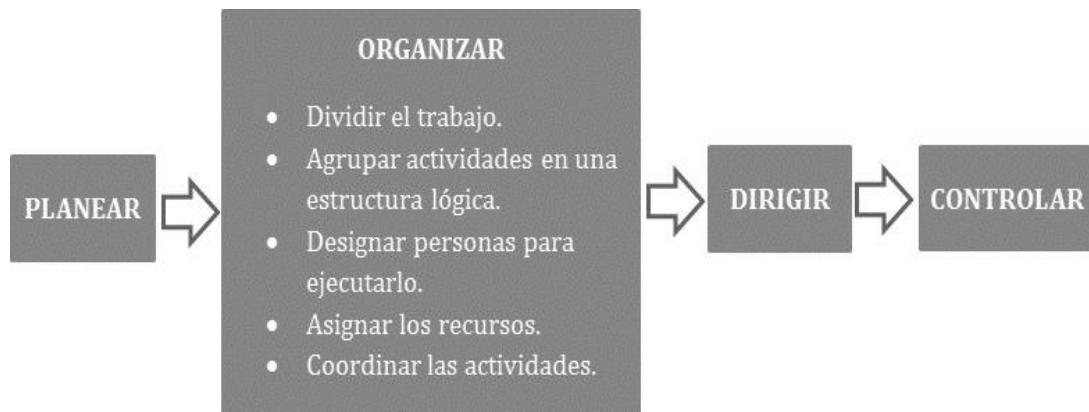
Según algunos autores plasmaremos el concepto de organización:

En cuanto al concepto de la organización se define con un par de significados:

El primero como organización, entidad o unidad social, donde las personas pueden integrarse entre sí, para alcanzar los objetivos específicos. Entonces la palabra organización denota cualquier emprendimiento humano, planeado intencionalmente para lograr determinados objetivos.

El segundo es la organización como proceso lo cual significa el acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos, encargados de su administración y de establecer relaciones entre ellos y atribuciones de cada uno de ellos. (Chiavenato, 2006)

Figura 3. Función de organización en el proceso administrativo



Nota: El autor grafica la función de la organización en el proceso administrativo a través de la división del trabajo mediante la agrupación de actividades, designación de personas y la asignación de recursos.

Fuente: (Chiavenato, 2006)

Los autores dicen que “la organización se define como el conjunto de personas comprometidas en la consecución de objetivos comunes mediante la ejecución de acciones debidamente coordinadas y comunicadas”. (Dextre, 2012)

La organización es una asociación deliberada de personas para proyectar y cumplir determinados objetivos, En primer lugar, la organización tiene una meta o las metas que pretende alcanzar independientemente. Segundo, todas las organizaciones están compuestas por una cantidad de personas. En tercer lugar, de manera general cualquier organización desarrolla estructuras para que las personas, de acuerdo a su especialidad, puedan desenvolverse. Estas estructuras pueden ser flexibles o abiertas donde se tiene que estipular los límites y deberes laborales claros. (Stephen, 2005)

La organización estipula una estructura donde se asignan puestos y funciones. Esto quiere decir que mediante un sistema estructurado las personas trabajan eficientemente y en equipo para, de esta manera lograr congeniar armonizar a los grupos que realizan diferentes procesos dentro de una organización . (Koonntz, 2012)

Se puede decir que la organización es la asignación y también la coordinación de las distintas tareas, definiendo así quienes lo llevaran a cabo, cómo y cuándo lo ejecutaran y realizaran con el fin de alinearse a un mismo objetivo.

– **Dirección:**

Según diferentes autores definiremos Dirección.

“En este sentido para el autor en su libro administración moderna nos indica que dirigir es impulsar, coordinar y vigilar acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas realice del modo más eficaz los planes señalados. Por lo tanto, comprende las siguientes etapas: Autoridad y mando, comunicación, delegación, y supervisión”. (Reyes, 2007).

La dirección como la función de la administración que están establecidas en las políticas a través de las cuales se lleva a cabo las actividades del negocio. En esa medida, se puede definir cómo y para qué se establecen las funciones de la organización, como en los tipos de sistemas y formas de procedimientos que deben emplearse. La dirección tiene como la función principal para guiar, motivar, influir, y convencer a los integrantes de la organización para conseguir los objetivos institucionales . (Dextre, 2012)

La dirección es una función muy importante de la gestión empresarial que busca orientar y guiar el comportamiento de los integrantes que integran el equipo en función de los objetivos que deben conseguirse y lograr . Siendo este una actividad de motivación, comunicación y liderazgo, refiriéndose directamente a las personas. En cuanto a su cobertura, la dirección puede presentarse en tres niveles: departamental (gerencia), global (dirección) y operacional (supervisión) . (Chiavenato, 2006)

Figura 4. Función de dirigir en el proceso administrativo



Nota: El autor grafica la función de dirección en el proceso administrativo a través de dirigir los propósitos hacia un objetivo mediante la comunicación liderazgo y motivación.

Fuente: (Chiavenato, 2006)

Cuando hablamos de dirigir nos referimos al proceso de influir en las personas para que estos puedan contribuir a las metas organizacionales y de equipo. En su examen del conocimiento pertinente a la dirección, se enfocará en los factores humanos, la motivación, el liderazgo y la comunicación. (Koonntz, 2012)

Según nuestra apreciación en base a los distintos conceptos, podemos decir que en la dirección están relacionados con los líderes o gerentes que impulsan y motivan al personal que labora en la compañía y que estos puedan desarrollarse eficientemente las funciones asignadas. Motivando y promoviendo el trabajo en equipo al personal. Es así que, el gerente; aunque establezca lineamientos a seguir, estrategias acertadas, procedimientos asertivos utilizando la mejor tecnología; si no es una guía para sus seguidores, si no es capaz de influir positivamente su organización puede no ser productiva ni rentable, ni mucho menos ser sostenida en el tiempo.

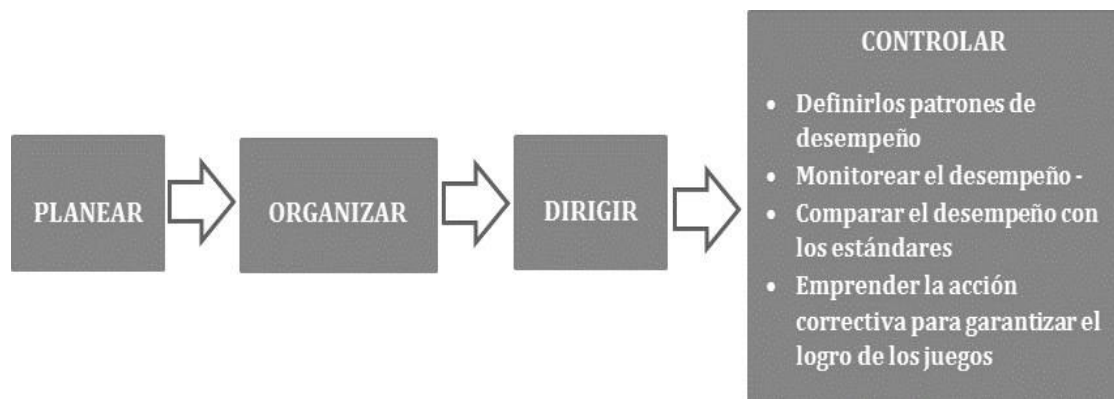
– **Controlar:**

Mencionaremos varios autores para definir control, los cuales mencionaremos a continuación:

El control está establecida como una función de restricción y coerción. Utilizado con la finalidad de limitar algunos tipos de desvíos indeseables o de

comportamientos no aceptados. En este sentido, el control es negativo y limitante, y muchas veces se interpreta como coerción, restricción, inhibición y manipulación. Es el denominado control social, aplicado en las organizaciones y en la sociedad para inhibir el individualismo y las libertades de las personas. Control como sistema automático de regulación, utilizado con el fin de mantener un grado constante de flujo o un sistema en funcionamiento . (Chiavenato, 2006)

Figura 5. Función de controlar en el proceso administrativo



Nota: El autor grafica la función de controlar en el proceso administrativo a través de los patrones de desempeño y acciones correctivas para el logro de los objetivos.

Fuente: (Chiavenato, 2006)

El control es una función de la administración que este busca asegurar que las actividades se logren desenvolver tal y como han sido establecidas inicialmente para lograr cumplir los propósitos trazados de la compañía en el logro de las metas y objetivos que fueron planeados con anterioridad. Entonces el control cumple la función de asegurar las actividades, ligándose ambos para encontrarse íntimamente con la operatividad y realización, de tal manera que los 4 pilares están relacionados y compenetrados entre sí las cuales deben desarrollarse de una forma coherente y unificada . (Dextre, 2012)

Es el proceso que consiste en supervisar las actividades para poder garantizar que estas se realicen según lo planeado y de tal manera corregir otras desviaciones significativas. Entonces es importante que todos los gerentes participen y ejecuten la función de control, aunque sus unidades se estén desempeñando según lo planeado. Sabiendo entonces la importancia de un

sistema de control eficaz y asegurando de que las actividades se completen de tal manera que este conduzca al logro de los objetivos trazados de la organización. (Stephen, 2005)

“El control permite verificar que se cumpla con lo planificado además proporciona información para observar los resultados de las operaciones realizadas todo esto ejecutado a través de las decisiones tomadas por la administración”. (Reyes, 2007)

El control es la corrección y medición de las actividades realizadas para el logro de los objetivos. Esta función de la gestión empresarial se asocia con la planeación ya que primero se debe estipular el objetivo principal a seguir para luego programar las actividades a desarrollar, es en este momento que el control hace su papel de corregir y medir las tareas que no se estén ejecutando correctamente. Sin objetivos y planes establecidos no es posible ejercer el control . (Koonntz, 2012)

Según los conceptos, el proceso de control radica en la supervisión constante del trabajo para poder saber si se está logrando el objetivo planeado, además de ver los cuellos de botella que estancan los procesos, este fin se realiza para poder enmendar los errores durante el proceso de gestión empresarial.

B. Indicadores de gestión empresarial

Se mencionará diferentes indicadores de acuerdo a las dimensiones establecidas en la Gestión Empresarial.

– Justo a Tiempo (Trabajos esperado en tiempos estipulados).

Los sistemas just-in-time/Kanban surgen en el contexto de la reconstrucción de la economía japonesa hacia mediados del siglo XX. Fueron las empresas automotrices (especialmente Toyota) las que lograron hacer un análisis crítico de las debilidades y fortalezas del sistema fordista y en ese camino encontraron rutas alternativas que mostraron su importancia cuando en el proceso de su

internacionalización dieron respuesta a problemas sistémicos del capitalismo. Su impacto en las estructuras productivas ha sido enorme. Por una parte, han impulsado nuevas formas de integración y por la otra, han cambiado radicalmente la cultura empresarial, laboral frente a conceptos como productividad y calidad . (Núñez, 2002).

– **Fijación de objetivos.**

“La fijación de Objetivos es la primera actividad que debe de cumplirse: Saber a dónde se pretende llegar para saber con exactitud cómo llegar. Los objetivos son resultados futuros que se pretenden alcanzar”. (Chiavenato, 2006).

– **Estrategias.**

Una estrategia, es un plan primordial que integra las metas y políticas principales de una organización, y también a la vez establecen una etapa coherente de las acciones a realizar. Entonces una estrategia planteada adecuadamente formulada para ayudar a situar orden y fijar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias que son internas, también los recursos de una organización, con el fin de conseguir un contexto viable y original, así como para poder anticipar los posibles cambios en el medio y entorno de las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes . (Mintzberg H. Y., 1993).

– **Conocimientos de las funciones.**

Para desarrollar el tema del conocimiento de las funciones se tiene que conceptualizar la estructura organizacional porque de acuerdo con ello podemos especificar cuáles son las funciones de cada empleado dentro de una organización, en ese sentido tenemos que: La estructura organizacional son el conjunto de todo en que se divide el trabajo en tareas distintas para luego realizar la coordinación de las mismas. (Mintzberg H. , 1983).

– **Progreso de objetivos**

Establecer objetivos y ejecutarlos resulta ser difícil porque requiere que el gerente asesore inteligentemente al subordinado. En cuanto a la lista de objetivos no tendría que ser demasiado largo, sin embargo debería cubrir las principales características del puesto, los objetivos deben de identificar, verificar y en ellos plantear del cómo se debe lograr, cómo y cuándo; si pudiera ser posible, debería de indicarse la calidad deseada, el costo proyectado para lograr alcanzar los objetivos. (Koonntz, 2012)

Luego, a través del control podemos verificar el progreso de objetivos, donde se medirá y evaluará las actividades asignadas a los diferentes colaboradores de una organización para saber si se está cumpliendo o no con lo que se quiere alcanzar.

- Motivación.

La motivación es un proceso interno y propio de cada persona, refleja la interacción que se establece entre el individuo y el mundo ya que también sirve para regular la actividad del sujeto que consiste en la ejecución de conductas hacia un propósito u objetivo y meta que él considera necesario y deseable. La motivación es una mediación, un punto o lugar intermedio entre la personalidad del individuo y la forma de la realización de sus actividades, es por ello que requiere también esclarecer el de su eficiencia lo que dirige hacia el logro de dichas actividades de manera que tenga éxitos en su empeño. (González, 2008).

– Comunicación.

La comunicación es transferir información de un emisor a un receptor a través de un mensaje mediante códigos establecidos para lo cual el receptor interpretara de acuerdo a su percepción. La comunicación no se lleva acabo si no se ha transmitido el mensaje que se quiere dar . Para que la comunicación sea exitosa, el significado se debe impartir y entender. Un ejemplo de una carta escrita en portugués que se envía a una persona que no lee portugués no se

podría considerar una comunicación, sino hasta que se traduce a un idioma que la persona sí lea y entienda .(Stephen, 2005).

– Liderazgo.

El liderazgo es el arte de influir positivamente en los demás para que trabajen con optimismo y motivados con el fin de trabajar en equipo y cumplir con la visión y misión de una organización. Lo que se quiere con el proceso de liderar es que los colaboradores trabajen con confianza y fervor. Entonces entendemos que fervor es energía, intensidad y entusiasmo en las ejecuciones de los trabajos. Los líderes actúan para ayudar a que un grupo alcance los objetivos a partir de la aplicación máxima de sus capacidades . (Koonntz, 2012).

– Desempeño Laboral

Antes de medir el desempeño laboral de los trabajadores se debe medir el desempeño del gerente, debido a que si un gerente trabaja bien será capaz de influenciar a sus trabajadores y así se estará logrando conseguir los objetivos establecidos. Lo que se debe evaluar a los gerentes es que tan bien conocen acerca de su función como planear, organizar, dirigir y controlar. (Koonntz, 2012).

– Identificación de mejoras en el proceso

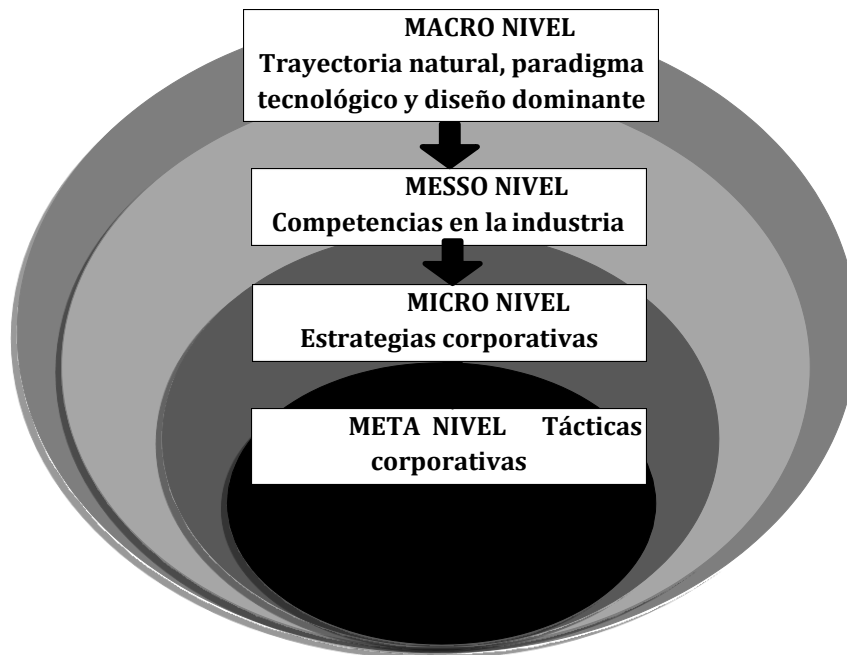
En este concepto, el proceso se denomina un conjunto de interacciones, actividades y recursos con una finalidad en común: El de la transformación de las entradas en salidas que puedan agregar valor a los clientes. Este proceso es realizado por las personas organizadas según una cierta estructura, tienen tecnología de apoyo y manejan información. Las entradas y salidas incluyen tránsito de información y de productos. Entonces se entiende que cuando un cliente se dirige a una empresa este no tiene el interés de ver cómo está organizada internamente, pues, sino que sólo le importa el producto o servicio que brinda de acuerdo con sus necesidades. Por lo tanto, esto hace que las

organizaciones analicen sus procesos para identificar de qué manera está orientada al cliente. La cual así se empieza a analizar en cuanto a la gestión de procesos . (Balaguer, 2015).

2.2.2 Competitividad - Variable Dependiente

Las organizaciones tienen capacidades las que se denominan competitividad, refiriéndose a la capacidad que tiene una organización de satisfacer a sus consumidores internos y externos brindándoles los servicios y productos de calidad, donde su enfoque no es el precio bajo sino tener un ente diferenciador que te permita tener una ventaja competitiva frente a tu competencia. Para que una organización sea competitiva debe tener eficiencia en sus sistemas de producción y el aprovechamiento de sus recursos utilizados en un bien o servicio para obtener mayor productividad .

Figura 6. Niveles de análisis de competitividad



Nota: El autor realiza la gráfica de 4 niveles de análisis de competitividad, observando que existe nivel macro, meso, micro y meta donde se mencionan que tácticas, estrategias, competencias y paradigmas se tiene que aplicar según cada nivel.

Fuente: (Gutierrez, 2010)

Acerca de la competitividad, en su revista un artículo, indica: “Que muchos autores conciben la competitividad, entiéndase no solo como una ventaja competitiva o una propiedad o atributo de una organización, sino también como una medida de su capacidad operativa (desde el diseño a la venta y posventa) para ofrecer un conjunto de atributos que permitan satisfacer de manera competente las necesidades de los clientes, y que diferencian su actividad de los rivales en el mercado . (Montoya A. M., 2010)

La competitividad no se trata solamente de un análisis económico sin trascendencia social, sino, todo lo contrario, es de identificar para fomentar empresas nacionales más competitivas que, a través de la generación de empleos mejor remunerados y estables, contribuyan a la elevación real de los niveles de bienestar a partir de la comprensión de las fuentes que la alimentan, y así poder traducirse en la elevación del nivel de vida de la sociedad . (Solleiro c. , 2005)

La competitividad es la capacidad que toda organización debe apuntar ya que gracias a la globalización se han abierto nuevos mercados donde te exigen ser más competente, más flexible, más dinámico donde no solo implica contar con recursos sino tener personal calificado y motivado para poder afrontar un mercado lleno de oportunidades que te permitan ser rentables y sostenidos en el tiempo. (Buendia, 2013)

En este concepto indica que la competitividad está definida como la capacidad de poder desarrollar y generar una mayor satisfacción de todos los consumidores, teniendo en cuenta la fijación de precios o como también la capacidad de poder ofrecer un precio menor tomando en cuenta una cierta calidad. Entendido de esta manera se asume que las empresas que son más competitivas podrán asumir mayor cuota de mercado a diferencia de otras compañías menos competitivas, claro está si no existen deficiencias del mercado que pueda impedir. (Haidar Jamar Ibrahim, 2012)

De acuerdo a los enunciados en cuanto al concepto de competitividad se conceptualiza como la capacidad de competencia con otras compañías del mercado, logrando de esta manera complacer a sus clientes y teniendo como estrategia el manejar precios competitivos, productos y servicios, logrando así poder obtener mejor rentabilidad frente a las otras compañías y de tal manera ser mayor competitiva en el mercado.

La ventaja competitiva se define como la capacidad que logra tener una empresa, ya sea pública o privada, que lucre o no, de tal manera se obtenga y mantenga ventajas comparativas que les ayude a alcanzar, mejorar y sostener una determinada posición en el ámbito socioeconómico. Entonces se puede entender que el término de competitividad es muy utilizado en el mundo empresarial, teniendo en cuenta la forma de desarrollar y plantear cualquier iniciativa de

negocios, ya que esto provoca, obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.(Porter, 1991)

La competitividad es el conjunto de condiciones y habilidades requeridas para el ejercicio de la competencia. Así mismo, está considerado como necesario que en la definición de competitividad se haga énfasis en que ese conjunto de factores o habilidades deberá impulsar hacia un desempeño superior al de los demás competidores. Resaltando que se puede afirmar que la competitividad debe dar como resultado a un ser realmente competitivo, que de tal manera podrá obtener una ventaja sobre sus similares, por ende, esto se verá reflejado en un desempeño superior durante la competencia . (Muller, 1995)

”Es aquella medida en la que el desarrollo y desempeño de una unidad productiva, siendo este una empresa, industria o en la misma economía nacional, permita hacer una comparación de su posición con respecto a la de la competencia, ya que a su vez posibilite la identificación de las debilidades y fortalezas”. (Rodriguez J. , 2006)

Según las definiciones de los autores mencionados podemos utilizar dicha información para definir competitividad, la cual podemos decir que es el conjunto de habilidades y estrategias únicas que tiene una organización pública o privada, donde adquieren una ventaja competitiva frente a la competencia, les permite el crecimiento en todos los aspectos.

Figura 7. Modelo nacional de competitividad



Nota: Según el cuadro del modelo nacional de competitividad se observa que el autor grafica una reflexión estratégica donde define el liderazgo, clientes y planeación alineados a procesos, personal, información conocimiento y responsabilidad social

Fuente: (Gutierrez, 2010).

A. Dimensiones de la competitividad

La competitividad presenta las siguientes dimensiones:

– Calidad de servicio

“La calidad de servicio es cualquier actividad o beneficio que ofrece a otra, son intangibles y no da lugar a la propiedad de ninguna cosa u objeto. Puede estar relacionada o no con un producto físico, sea tangible o intangible”. (Philip, 1997)

“Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; puede estar definida solamente en términos del agente”. (Deming, 1989)

“Calidad tiene múltiples significados y dos de ellos son los más representativos:

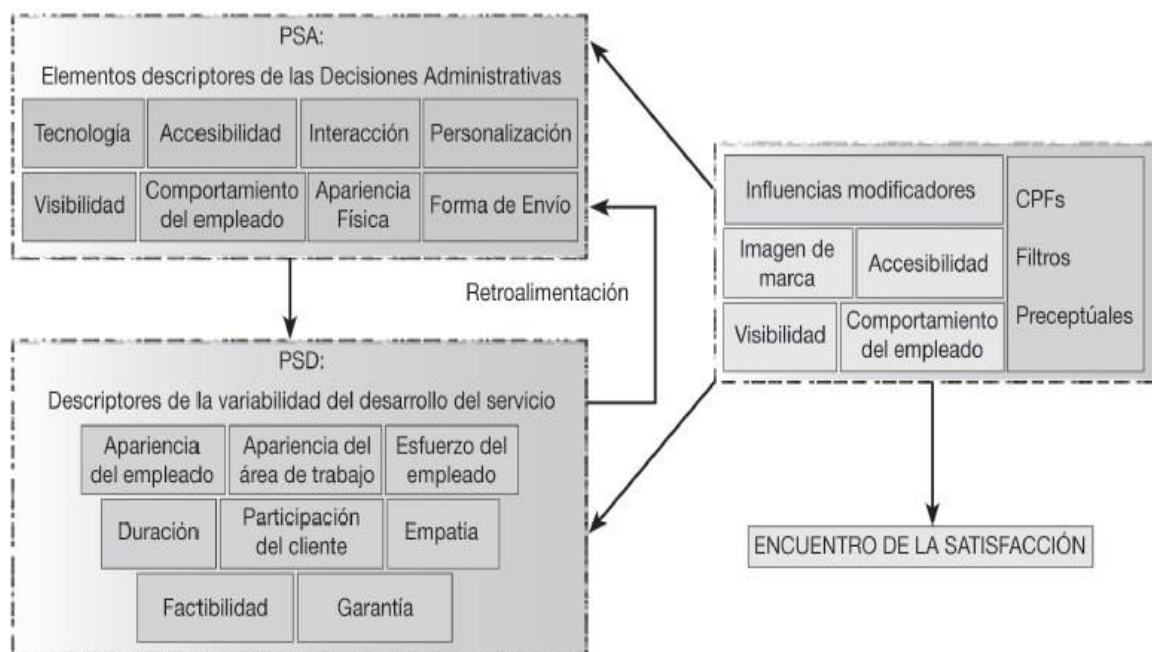
– Consiste en aquellas características del producto que se basan en las necesidades del cliente y brindan satisfacción del producto.

– Consiste en libertad después de las deficiencias”. (Juran, 1990)

“Calidad del producto, más específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la in-formación, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc”. (Ishikawa, 1986)

De acuerdo a las definiciones de los distintos autores antes mencionados, la calidad se prioriza principalmente hacia los clientes donde se enfoca en su satisfacción, para que sigan consumiendo el producto o servicio ofrecido y así mismo puedan recomendar a otros, también cabe mencionar que es un área que se debe de enfatizar y potenciar con estrategias actuales y viables puesto que al no realizarlo se pierde clientes potenciales.

Figura 8. Modelo bidimensional del proceso del servicio



Nota: El autor grafica el modelo bidimensional del proceso del servicio, como el PSA, PSD, la cual siguiendo este modelo y con la retroalimentación y cumpliendo con lo estipulado se llega a la satisfacción.

Fuente: (Mayer, 2003)

– Productividad

“La productividad es el cociente producción-insumos dentro de un periodo, considerando la calidad”. Puede expresarse como sigue: (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012)

Figura 9. Formula de productividad

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Producción (dentro de un periodo, considerando la calidad)}}{\text{Insumos}}$$

Nota: En la siguiente imagen se muestra la fórmula de productividad elaborada por el autor Harold, para obtener la productividad cuya fórmula es la producción sobre los insumos.

Fuente: (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012)

“Las empresas utilizan en sus procesos la mano de obra, materiales y capital para poder transformarlo y convertirlo en ganancias, así mismo si se quiere ser productivo se tiene que tener énfasis en el trabajo eficiente y la gestión empresarial”. (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012)

La productividad ha evolucionado a través de los tiempos y en la actualidad existen diversas definiciones que explican de lo mismo, entonces entendemos que de los factores que los conforman, hay ciertos identificados como elementos constantes, estos son: la producción, el hombre y el dinero. La producción, es porque a través de esta se procura interpretar la eficiencia y efectividad de un determinado proceso de trabajo en lograr productos o servicios que satisfagan los requerimientos del mercado, en el que necesariamente intervienen siempre los medios de producción, los cuales están constituidos por los más diversos objetos de trabajo que deben ser transformados y los medios de trabajo que deben ser accionados . (Nuñez, 2007)

La productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios, las cuales son objetivos los recursos utilizados. Así mismo, la productividad se conceptualiza como el uso eficiente de recursos en

el trabajo, tierra, capital, materiales, información, energía, en cuanto a la producción de diversos servicios y bienes. Entonces se entiende que la productividad da mayor significancia a la obtención de más con la misma cantidad de recursos, o en todo caso el logro de una mayor producción en volumen y calidad con el mismo insumo . (Prokopenko, 1991)

Otra definición es que la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios. Podemos definirla como una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos y denota la eficiencia con la cual los recursos humanos, capital, tierra, etc. son usados para producir bienes y servicios en el mercado . (Felsing & Runza, 2002)

En conclusión, podemos afirmar que se maneja de manera efectiva la productividad, utilizando de forma correcta todos los materiales, recursos humanos, recursos tecnológicos en la producción para llegar a reducir costos y llegar a ser más rentables dentro de una organización.

Figura 10. Relación de la productividad con la rentabilidad



Nota: La productividad es el resultado de la efectividad, eficiencia, calidad, las cuales en su proceso se logra la rentabilidad.

Fuente: (De la Garza & Cortes, 2006)

– Ventaja Competitiva

Son acciones defensivas u ofensivas de una compañía para crear una posición defendible dentro de una industria, que son la respuesta ante las cinco fuerzas competitivas que el autor indicó como importantes y el grado de competencia que se enfatiza ante una empresa y que, como resultado, buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión . (Porter, 1980)

Una ventaja competitiva se presenta cuando con una mejor posición de rivales entre las competencias aseguran a los clientes y se defiende contra las fuerzas competitivas. Entonces es cómo lograr obtener ciertas ventajas que están relacionadas con la jerarquía de las metas plasmadas estratégicamente, como es la misión y visión, también los objetivos estratégicos, cabe indicar que es el análisis interno y externo de la organización . (Torres & Vega, 2007)

Otro de los autores que hablan de la ventaja competitiva, donde menciona que las empresas pueden crear sus ventajas competitivas de diferentes formas. Pueden ser superiores en calidad, velocidad, seguridad, servicio, diseño, fiabilidad, y todo ello, con un coste menor, precio más bajo y así continuamente. Es más frecuente que la ventaja competitiva sea una combinación única de estrategia, a que una sola estrategia proporcione la superioridad. Una compañía superior será aquella que haya incorporado varias ventajas competitivas que se refuerzan alrededor de una idea básica. Un competidor que copie sólo algunas de estas estrategias, no conseguirá una ventaja competitiva. Las ventajas competitivas son relativas, no absolutas. Si nuestra competencia mejora un 30 por ciento y nosotros un veinte, estamos perdiendo ventaja competitiva. (Kothler, 2003)

“La ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás”. (Buendia, 2013)

Entonces podemos afirmar que la ventaja competitiva es un atributo especial y único que tiene una organización que le diferencia de la competencia. Puede referirse a una ventaja competitiva de diferenciación de costos o del producto que le hace ver más atractivo para el mercado.

B) Indicadores de Competitividad

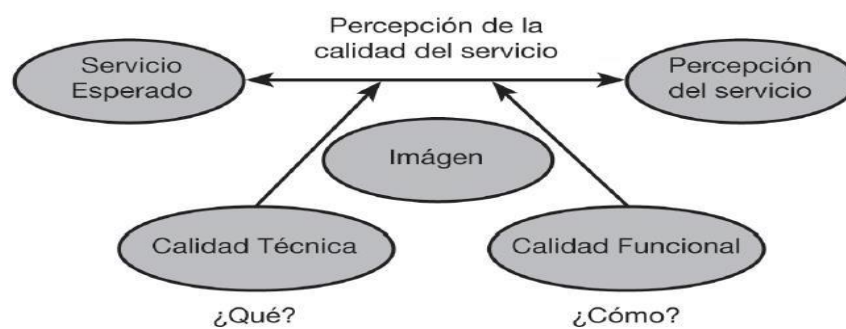
– Servicio:

“Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios”. (Fischer & Navarro, 1994)

“Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”. (Kotler, 1997)

Es así entonces que según a las definiciones de los diversos autores descritas líneas arriba es entendido entonces como el trabajo que se produce direccionado a la satisfacción de los consumidores.

Figura 11. Modelo nórdico



Nota: Según el modelo nórdico graficado, podemos observar que la percepción del servicio y la del servicio esperado, son dos formas diferentes de percibir la calidad de servicio.

Fuente: (Grönroos, 1984)

– Estándares de calidad:

Es una estrategia de mejora continua de la calidad que se define en cuatro pasos (el ciclo de Deming) esto es, planificar, hacer, verificar, actuar. Los resultados de la implementación de este ciclo permiten a las empresas una mejora de la calidad de los productos y servicios, reduciendo los costos y precios, optimizando la productividad e incrementando la participación del mercado.(Deming, 1989)

Según el concepto indica que son niveles deseados, las cuales tiene que tener un resultado de las acciones realizadas en el transcurso del trabajo, se podría denominar como un estándar a la norma técnica que se utilizará como criterio de evaluación de la calidad.

– **Satisfacción del Cliente:**

Es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes, por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente, por ello que ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas. (Thompson, 2005)

El autor explica en su concepto que es un “requisito importante”, ya que al medir la satisfacción de los consumidores se podrá conocer de qué manera cumple con las expectativas en cuanto a sus productos o servicios que otorga la compañía, podemos decir entonces que es trascendente que se valore y se enfatice a la satisfacción de los consumidores, por ende, esto nos ayudara a conocer cómo administrar y esto llevara a encontrar nuevas alternativas de mejora.

Figura 12. Modelo SCSB



Nota: En la imagen se grafica la satisfacción del cliente, como es su expectativa y la percepción, con las quejas y la fidelidad del cliente.

Fuente: (Johnson, Gustafson, & Andrassen, 2001)

– **Fiabilidad hacia el cliente:**

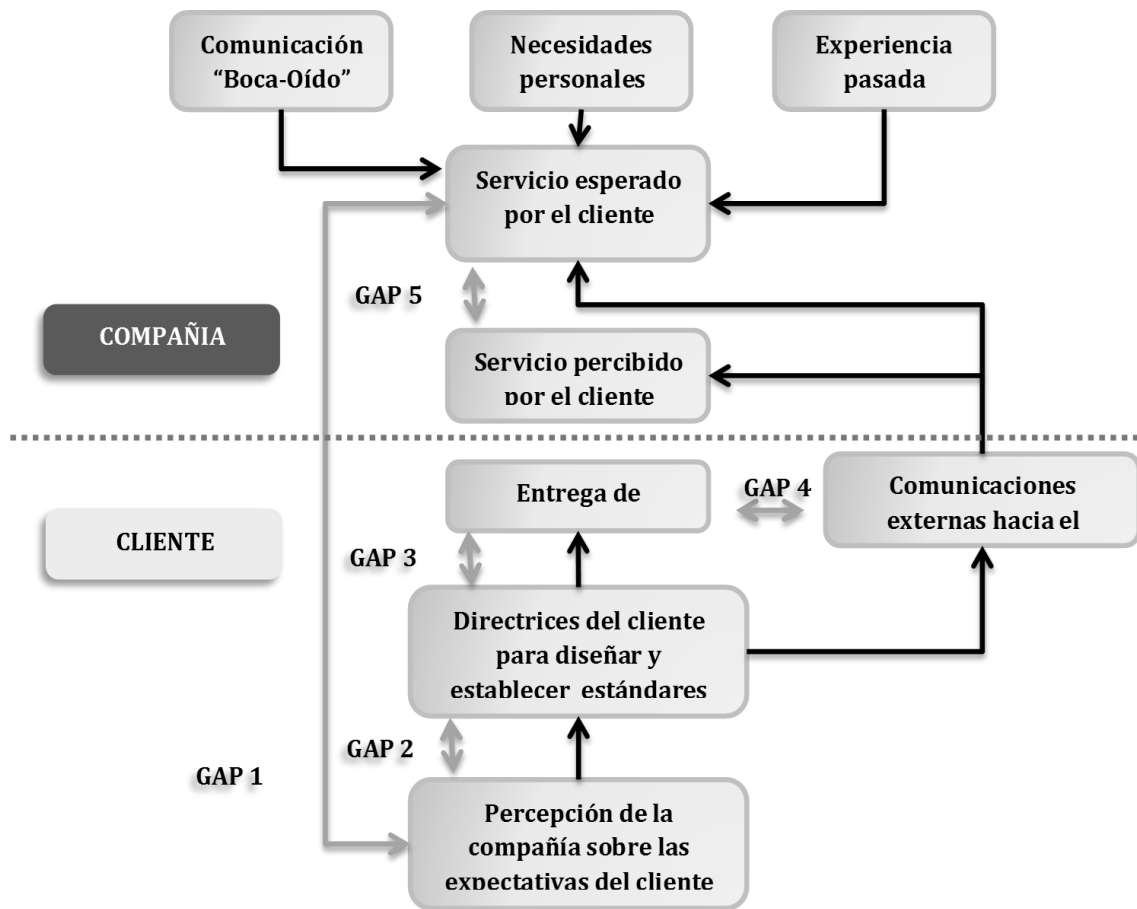
“Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. El autor nos indica que hay cinco dimensiones de la calidad en el servicio, que son (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía)”. (Parasuraman & Zeithalm, 1988)

Es importante que la información que la empresa otorgue en sus publicidades, comprometiéndose en diversas promociones u otros, utilizando volantes publicitarios tanto en físico como en la web, sea trascendente, puesto que con la información se genera un compromiso.

– **Expectativa vs espera:**

Una expectativa, es lo que ves más allá de lo que puedes ver, puede o no ser realista, el resultado es inesperado, asociada a la posibilidad razonable de que pueda que suceda y la espera es el detener esperanza de poder lograr o de que se llegue realizara algo que se desea, es creer o confiar en que ocurrirá realmente una cosa favorable. También es saber o creer que va a llegar o suceder algo a alguien.

Figura 13. Modelo SERVQUAL



Nota: En cuanto a la expectativa del cliente el autor realiza el modelo SERVQUAL, que, de acuerdo a la comunicación, necesidades y experiencias, el cliente espera un buen servicio como en la atención y calidad.

Fuente: (Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1991)

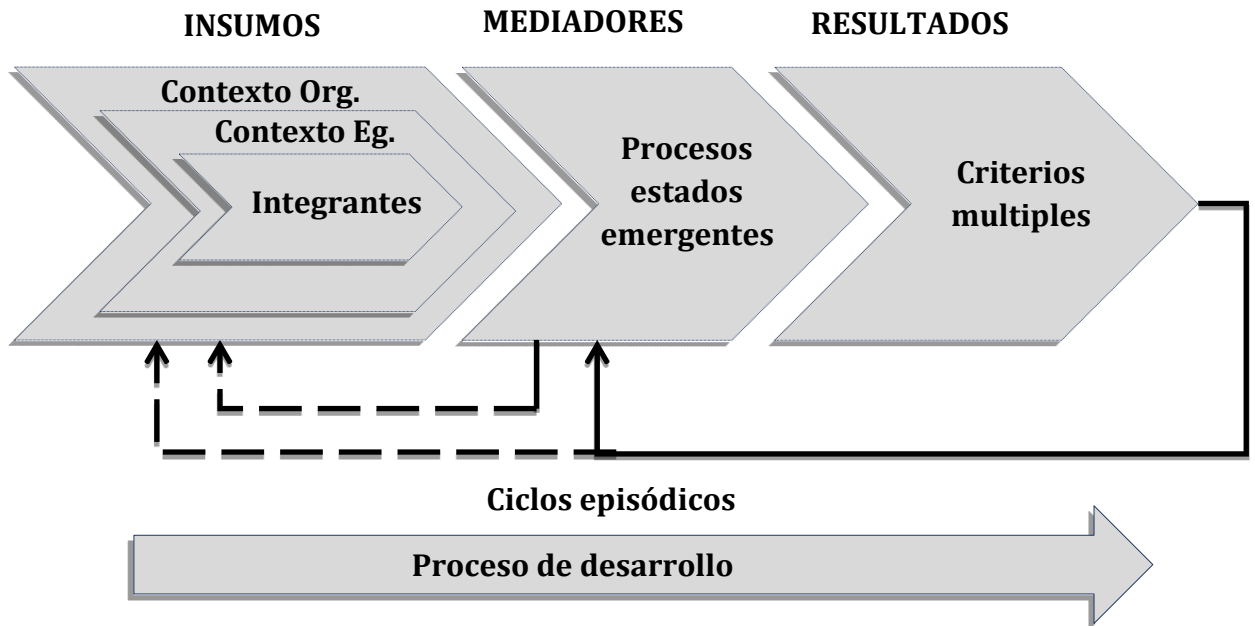
– Eficiencia:

Es la productividad, en la que se puede medir la rapidez con que alguien pueda realizar una tarea. Entonces tiene que ver mucho con el concepto de “ser eficiente”, de manera que se produce lo mismo con menos recursos y en el menor tiempo posible.

- Eficacia:

La eficacia está determinada para cumplir con todos los objetivos propuestos. Así mismo es importante tener en cuenta que tiene que ser con la habilidad o capacidad de hacer algo, pero no cómo se hace.

Figura 14. Modelo IMOI



Nota: De acuerdo al autor en su grafica IMOI existen tres temas importantes que son los insumos, mediadores y así obteniendo los resultados, interviniendo en cada uno de los integrantes, los procesos y criterios, siendo este un ciclo episódico.

Fuente: (Ilgen, Hollenbeck, Johnson Jundt, 2005).

Figura 15. Diferencias entre Eficiencia y Eficacia

EFICIENCIA	EFICACIA
Énfasis en los medios	Énfasis en los resultados
Hacer las cosas de manera correcta	Hacer las cosas correctas
Resolver problemas	Alcanzar objetivos
Salvaguardar los recursos	Optimizar la utilización de los recursos
Cumplir tareas y obligaciones	Obtener resultados
Entrenar a los subordinados	Proporcionar eficacia a los subordinados

Nota: En cuanto a la eficiencia y eficacia se puede observar las diferencias que se tiene entre ellos, los cuales los autores consideraron importantes para diferenciar.

Fuente: (Ríos & Sánchez, 1997).

– Mejora continua:

La mejora continua es consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando las causas o restricciones, creando nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo

de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño. (Humberto, 2010)

De acuerdo al concepto también se podría explicar que es un enfoque para la mejora de procedimientos operacionales que tiene la exigencia de revisar constantemente los procedimientos y operaciones de otros factores que puedan permitir la optimización, teniendo una mejor visión continua, medición y retroalimentación.

Figura 16. Ciclo de Deming mejora continua



Nota: En cuanto a la mejora continua, las cuales se tiene que tener en cuenta dicho proceso graficado que son cuatro (Actuar, planear, hacer, verificar).

Fuente: (Deming, 1989)

– Diferenciación:

La cuestión es cómo ser visto como diferente. En un mundo globalizado donde hay exceso de oferta, el cliente se hace más exigente, está más formado y sabe mejor lo que quiere, la estrategia pasa por encontrar algo que le importe a éste y permita destacar. Se trata de dotar al producto o servicio de una característica intrínseca o un atributo periférico, apreciable por el cliente y percibido como único. Esta estrategia tiene como objetivo una percepción distinta del producto. Cualquier atributo (escogido bajo la premisa de ser valorado por el cliente) puede

servir como elemento de diferenciación: Calidad, tamaño, material, envase, diseño, color, marca, etcétera . (Carrio Fiore Jaime, 2006)

“En economía y marketing la diferenciación de productos es el proceso de distinguir un producto o servicio de otros, para hacerlo más atractivo hacia el mercado objetivo en particular. Esto implica diferenciarlo de los productos de la competencia”. (Chamberlin, 1933)

De acuerdo a los conceptos desarrollados arriba es el proceso que distingue entre servicio o producto en comparación de la competencia y esto llevara a ser más atractivos o llamativos, siendo diferenciado de la competencia, así también es la estrategia de marketing fundamentada en la creación de una percepción nueva o diferente.

-Aprendizaje organizacional:

Es el proceso de crear, retener y transferir el conocimiento dentro de una organización. Una organización de mejora con el tiempo a medida que adquiere experiencia y esta experiencia, es capaz de crear conocimiento siendo amplio, cubriendo cualquier tema que pueda mejorar una organización. Los ejemplos pueden incluir formas de aumentar la eficiencia de la producción o desarrollar relaciones de inversión beneficiosas. El conocimiento se crea en cuatro unidades diferentes: Individual, grupal, organizacional e inter-organizacional, La forma más común de medir el aprendizaje organizacional es una curva de aprendizaje, Siendo este como una relación que se muestra cómo una organización que produce más de un producto o servicio, aumenta su productividad, eficiencia, fiabilidad y/o calidad de producción con rendimientos decrecientes. Las curvas de aprendizaje varían debido a las tasas de aprendizaje organizacional y estas se ven afectadas por la competencia individual, mejoras en la tecnología de una organización y mejoras en las estructuras, rutinas y métodos de coordinación . (Linda, 2013)

De acuerdo al concepto se entiende que es un sistema de procedimientos que facultan a favorecer las acciones de la compañía mediante novedosos conocimientos y capacidades. Así que se entiende que es el procedimiento por el cual se utiliza conocimientos innovadores, diferentes instrumentos, valores y comportamientos, también ocurre cuando nosotros detectamos y corregimos errores. Un error es una diferencia entre lo intentado y lo obtenido.

2.2.3 Generalidades de las Mypes

El micro y pequeño empresario es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción comercialización de bienes o prestación de servicios.

“Se define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales”. (CEPAL)

2.2.4 Micro y pequeña empresa - Mypes

Mypes: La Micro y Pequeña Empresa (Mypes) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. La micro y pequeñas empresas se inscriben en un registro que se denomina REMYPE.

BENEFICIOS: El Estado otorga varios beneficios a las micro y pequeñas empresas, brindándoles facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales.

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas.
- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.
- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado

REQUISITOS:

- RUC vigente.
- Tener el Usuario y Clave SOL.
- Tener como mínimo un trabajador.
- No pertenecer al rubro de bares, discotecas, casinos y juegos de azar.

CATEGORIA:

- Micro Empresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.
- Pequeña Empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT. Los beneficios del régimen que establece el Estado para las MYPE se encuentran en función a estos niveles de ventas anuales y al cumplimiento de otros requisitos . (SUNAT, 2018)

Ventajas y desventajas de las Mypes ferreteras:

Ventaja:

- El mercado ferretero es amplio, y se puede vender a las familias en general como a empresas ya sea micro y pequeñas ferreterías, así como a instituciones públicas.
- Se puede encontrar recurso humano fácilmente.

- Se necesita una infraestructura segura; sin embargo, ésta no necesita mayor inversión.
- Margen de ganancia es alto.

Desventajas:

- Se necesita suficiente capital para invertir.
- Riesgo de fuga de mercadería es alto.

Las pequeñas empresas ferreteras no son la excepción, primero, debido a sus características de organización y segundo, a sus propias limitaciones financieras. Sin embargo, de manera general se puede decir que las principales limitaciones que enfrentan son las siguientes

Limitaciones con las actividades comerciales:

Las Pequeñas empresas Ferreteras operan en niveles económicos relativamente bajos y se ven afectadas por no contar con financiamiento, por parte de los proveedores y por instituciones financieras, lo que les lleva a tener problemas con sus actividades comerciales debido a que se ven obligadas a conceder créditos a sus clientes, lo que les lleva a disminuir su inventario y no contar con efectivo para abastecerlo, de igual manera a establecer niveles de ganancia bajos para poder ser competitivos en el mercado . (Limachi, 2012)

2.3 Estado del arte

2.3.1. Gestión empresarial

En la edad antigua ya se conocía trabajos donde se planeaba a detalle las actividades a realizar, además de la designación de las personas que deberían realizar dichas tareas, como un ejemplo claro tenemos a la construcción de las pirámides egipcias y en china la gran muralla, que eran proyectos de gran magnitud donde trabajaban miles de hombres, ya en esta época se conocía la importancia de la gestión empresarial. En Venecia (Italia) se construía barcos

de guerra, para ello empleaban sistemas de almacén donde controlaban su inventario, también conocían la administración de recursos humanos y un sistema contable de costos e ingresos. (Stephen, 2005)

Reforzando esta idea podemos afirmar que nuestros antecesores ya conocían los 4 pilares de la gestión empresarial y esto les sirvió para trabajar ordenadamente y teniendo un objetivo en común, aunque las practicas eran rudimentarias, pero bien ejecutadas.

Ya en 1776 llega Adán Smith, con su libro la riqueza de las naciones, donde se habla de la división del trabajo y que la división de las tareas hace que las organizaciones sean más productivas y así reduzcan costos de producción, fue un aporte muy importante para la gestión empresarial, donde hasta ahora las empresas aplican la sinergia (todos contribuyen en las actividades de acuerdo a su especialidad para lograr un objetivo en común).

Para los años 1900 a Taylor se le reconoce como el padre de la administración científica. Para este autor la gestión administrativa es un conjunto de conocimientos científicos, sistemático que deben aplicar todas las organizaciones para garantizar su permanencia en el tiempo.

Este estudio realizado por la ciencia nos permitirá un conocimiento de las organizaciones como resultado, (conocimiento organizado) se lograría una mayor armonía en las acciones grupales, dando como resultado eficiente cooperación entre los seres humanos y, por lo tanto, se trabajaría para lograr una máxima producción. Es decir, promover es los trabajadores un alto nivel de producción para beneficio propio y el de la empresa . (Taylor, 1969)

Estas teorías refuerzan nuestras bases teóricas de gestión empresarial y competitividad, ya que con ello nos demuestran que ya en la edad media se aplicaba la administración científica y ya muchas empresas planeaban, organizaban, direccionaban y controlaban sus recursos ya sea humanos,

financieros, materiales, etc. Con el fin de ser más productivas y rentables para luego ser competitivas.

Otros de los autores que repercutieron en la gestión empresarial son Henry Fayol y Max Weber que también establecieron principios importantes para la división del trabajo, donde se tiene que aplicar la disciplina, motivación y jerarquía en las tareas todo con el objetivo de integrar grupos grandes y de desarrollar la planeación, organización, dirección y control.

2.3.2. Competitividad

En sus inicios, y desde que el autor Adam Smith publicó en 1776, el libro titulado la riqueza de las naciones, el tema de la competitividad ha sido el centro de análisis de los negocios (López y Marín, 2011). Sin embargo, su verdadero término se comenzó a emplear a partir del siglo XVIII por David Ricardo en 1817 y Adam Smith en 1966, como un concepto relacionado a la ventaja comparativa de la producción y precios para una economía del mercado de un país en contraste con otro . (Gómez, 2011)

“Logrando este enfoque de la calidad de gestión empresarial reorienta a la empresa hacia la satisfacción del cliente, requiriendo una participación de todo el personal”. (Pérez, 2009)

La competitividad como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijado a una cierta calidad. Concebida de esta manera se asume que las empresas más competitivas podrán asumir mayor cuota de mercado a expensas de empresas menos competitivas, si no existen deficiencias de mercado que lo impidan .

“Es la capacidad de poder competir con las demás empresas, satisfaciendo a sus clientes teniendo como estrategia manejar mejores precios, servicio y

productos, para así obtener mejor rentabilidad frente a las demás empresas y ser mayor competitiva en el mercado”. (Haidar Jamar Ibrahim, 2012)

En cuanto a las definiciones de distintos autores, mencionan que el término inicial de competitividad fue ventaja comparativa, las cuales a lo largo del tiempo fue siendo analizada y evaluada por lo que en los años 80 los gestores occidentales en EE.UU. realizaron un descubrimiento con un concepto innovador de calidad como tema estratégico de competitividad, dando importancia al servicio de calidad y precio que es otorgado al cliente de tal manera que orienta a las empresas hacia la satisfacción del cliente, entonces podemos definir que es la capacidad para poner en marcha una alta satisfacción de los clientes , siendo así que lograra ser una compañía con dominio en el mercado, ofreciendo mejores servicios, precios y productos.

2.4 Hipótesis de la investigación

2.4.1 Hipótesis general

Es probable que existan relación significativa entre gestión empresarial y la competitividad de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

2.4.2 Hipótesis específica

He1.- Es probable que exista relación significativa entre la gestión empresarial y la calidad de servicio de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

He2.-Es probable que exista relación significativa entre la gestión empresarial y productividad de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

He3.-Es probable que exista relación significativa entre la gestión empresarial y ventaja competitiva de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

He4.- Es probable que exista relación significativa entre la planeación y competitividad de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

He5.-Es probable que exista relación significativa entre la organización y competitividad de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

He6.- Es probable que exista relación significativa entre la dirección y competitividad de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

He6.- Es probable que exista relación significativa entre el control y competitividad de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

2.5 Variables de estudio

Tabla 1 Tabla de operacionalización

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES				
VARIABLE DE INVESTIGACION	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VI (X): Gestión empresarial	“La gestión administrativa como proceso de la administración está siendo diseñada para el logro de objetivos mediante los recursos humanos y otros llegando a dar a través de la planeación, organización, ejecución y control”.	Gestión administrativa tiene 4 elementos fundamentales, las cuales es importante tener en cuenta en una empresa, la cual e esta investigación se aplicara los elementos principales.	PLANEACION	TRABAJOS REALIZADOS EN TIEMPOS ESTIPULADOS FIJACION DE OBJETIVOS ESTRATEGIAS
			ORGANIZACIÓN	CONOCIMIENTOS DE LAS FUNCIONES PROGRESO DE OBJETIVOS
			DIRECCION	MOTIVACION COMUNICACIÓN
			CONTROL	LIDERAZGO DESEMPEÑO LABORAL IDENTIFICACION DE MEJORAS EN EL PROCESO
VD (Y): Competitividad	“La competitividad se da a entender como la habilidad de una empresa de tener un crecimiento constante, en cuanto a capacidad de diseñar, producir y/o comercializar bienes y servicios”.	La competitividad tiene un sentido comparativo, es decir se mide a través de parámetros que las organizaciones compiten en el mercado, existiendo factores indirectos relacionados con la competitividad, que son Calidad de servicio, productividad, ventaja competitiva.	CALIDAD DE SERVICIO	SERVICIO ESTANDARES DE CALIDAD SATISFACCION DEL CLIENTE FIABILIDAD HACIA EL CLIENTE EXPECTATIVA VS ESPERA
			PRODUCTIVIDAD	EFICACIA EFICIENCIA
			VENTAJA COMPETITIVA	MEJORA CONTINUA DIFERENCIACION
				APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2
Operacionalización Gestión empresarial

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
PLANEACIÓN	1. Trabajos realizados en tiempos. estipulados	1,2,3,4,5 ,6	Nada.
	2. Fijación de objetivos.		Poco.
	3. Estrategias		Regular.
ORGANIZACIÓN	4. Conocimientos de las funciones.	7, 8,9 ,10	Acceptable.
	5. Progreso de objetivos.		Completamente.
	6. Motivación.		Nada.
DIRECCIÓN	7. Comunicación.	11,12,13 ,14,15,1 6	Poco.
	8. Liderazgo.		Regular.
	9. Desempeño laboral.		Acceptable.
CONTROL	. Identificación de mejoras en el proceso	17,18,19 ,20	Completamente.
			Nada.
			Poco.
			Regular.
			Acceptable.
			Completamente.

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 3
Operacionalización Competitividad

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
CALIDAD DE SERVICIO	11. Servicio.		Nada.
	12. Estándares de calidad.		Poco.
	13. Satisfacción del cliente.	21,22,23,2	Regular.
	14. Fiabilidad del cliente.	4,25,26,27,	Aceptable.
	15. Expectativa vs espera	28,29,30.	Completamente.
PRODUCTIVIDAD	16. Eficacia.	31,32,33,3	Nada.
	17. Eficiencia.	4,	Poco.
			Regular.
VENTAJA COMPETITIVA	18. Mejora continua.	35,36,37,3	Aceptable.
		8,39,40	Completamente.
	19. Diferenciación.		Nada.
	20. Aprendizaje organizacional.		Poco.
			Regular.
			Aceptable.
			Completamente.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo y nivel de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Es de tipo correlacional; se va a recolectar los datos para luego analizar lo que se logró obtener de acuerdo a las variables a través de las encuestas y mediante un censo.

Considerando los datos ya seleccionados y contabilizados, se iniciará a establecer la relación que existe entre las variables, esto con la finalidad de determinar si la variable Gestión empresarial afecta a la Competitividad de las Mypes ferreteras de cercado Arequipa 2018, institución objeto en estudio.

La presente investigación realizada corresponde a un nivel correlacional positivo, puesto que se puede observar una adecuada Gestión empresarial teniendo como consecuencia la alta competitividad de las Mypes ferreteras de cercado Arequipa 2018.

3.1.2 Nivel de investigación

Nuestro trabajo corresponde a un diseño no experimental, ya que utilizamos las variables de forma natural sin modificar la variable independiente que vendría a ser la gestión empresarial, todo ello con el objetivo de obtener resultados favorables.

Esta investigación es de corte transversal porque se recogieron los datos en un tiempo y momento único para luego asociarlos entre sí, es explicativa porque pretende establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian.

Más que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacemos referencia y es causal porque las causas y efectos estaban dados y manifestados en la realidad. (Hernandez, 2014).

3.2 Descripción del ámbito de la investigación

3.2.1 Población

Población: "Conjunto de individuos o personas que son motivo de investigación". (Ñaupas Paitan, Mejia Mejia, & Novoa Ramirez, 2014)

Las empresas y personas que fueron consideradas como muestra con el fin de estudios, están conformadas por las Mypes Ferreteras que se ubican en el mercado de Arequipa, las cuales son 113 empresas.

Estos datos se solicitaron a la Municipalidad de Arequipa, lo cual se presentó mediante un documento formal.

El tipo de población es finita y conocida, está conformada por los 113 colaboradores que representan a los dueños de las Mypes ferreteras mercado Arequipa 2018.

3.3 Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos

3.3.1 Técnicas de recolección de datos

“Cuando hablamos de técnicas nos referimos a los medios utilizados para recabar información necesaria para nuestra investigación cuantitativa, las cuales pueden ser la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas”. (Rodríguez M. A., 2010)

Utilizaremos en nuestra investigación la encuesta que se caracteriza por ser amplia sencilla y objetiva, esta técnica nos permitirá recabar datos de los dueños de las Mypes ferreteras de forma directa. Cabe indicar que la técnica de la encuesta es aplicativa de manera precisa del método cuantitativo, ya que este nos permitirá obtener datos numéricos, donde se podrá analizar estadísticamente.

3.3.2 Instrumentos de recolección de datos

“Los cuestionarios son utilizados para todo tipo de encuestas como para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción sobre ciertos problemas). Pero también implementan en otros campos”. (Hernandez, 2014).

En cuanto a la acumulación de datos utilizaremos el cuestionario, lo que nos ayudara a evaluar indicadores que hacen referencia a la gestión empresarial con relación a la competitividad de las Mypes ferreteras de Arequipa cercado 2018.

3.3.3 Fuentes de recolección de datos

Primarias

Nuestras fuentes para el estudio, son los dueños y jefes de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Secundarias

En este caso son los documentos e información obtenidos en cuanto a la gestión empresarial de las Mypes del sector ferretero del cercado de Arequipa 2018.

3.4 Validez y confiabilidad de recolección de datos

3.4.1 Validez del instrumento

“La validez se refiere al grado en que la prueba está midiendo lo que en realidad se desea medir”. (Naghi, 2005).

“Es la evaluación subjetiva pero sistemática del contenido de una escala representa la tarea de medición que se enfrenta, el investigador examina si los reactivos de la escala cubren de manera adecuada el dominio completo del constructo que se mide”. (Malhotra, 2004).

La validez nos ayuda a medir el grado de exactitud con que se evalúa un instrumento y es recomendable utilizarlo para determinar la veracidad de nuestra investigación.

3.4.2 Confiabilidad del instrumento

“El Método de cálculo Alfa de Cronbach, en ambos casos requiere solo una administración de instrumentos de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. La ventaja indica que no es necesario que se dividan en dos a los ítems de instrumento de medición, solamente se aplica la medición y se calcula el coeficiente”. (Hernandez, 2011)

Para la confiabilidad del instrumento utilizado en nuestra investigación, se tomó la prueba de Alfa de Cronbach, para la variable independiente que es gestión empresarial y la variable competitividad siendo este como dependiente, las cuales este se presentara los resultados en el capítulo 4.

3.5 Plan de recolección y procesamiento de datos

En nuestra investigación utilizamos la estadística descriptiva para analizar los datos obtenidos en el censo realizado a los empresarios ferreteros a través de las encuestas, donde diseñamos tablas de frecuencias absolutas y porcentuales donde relucieron las respuestas de los encuestados, para ello nos apoyamos del programa

estadístico SPSS versión 25, utilizando el modelo de correlación de Pearson y la prueba de error del 5% nivel mediante la prueba estadística.

Asimismo, analizamos nuestras hipótesis mediante la prueba de normalidad apoyados, también, por el Software SPSS.

3.5.1 Métodos de análisis de datos

Prueba de hipótesis

En cuanto se obtuvo los resultados de las pruebas se iniciaron a la descarga de la información en Excel, las cuales allí se podrá analizar los datos, las cuales como resultado se tendrá las sumas respectivas de cada variable y de cada dimensión, por consiguiente, se iniciará a realizar el traslado de los resultados obtenidos hacia el programa SPSS, donde se analizará y lanzará los resultados obtenidos entre las variables con relación a las dimensiones.

Entonces para poder realizar la contratación de las hipótesis se utilizará la estadística como es la descriptiva y estadística inferencial.

Estadística descriptiva

De acuerdo a la estadística descriptiva nos permitirá demostrar y organizar el conjunto de datos que estas demuestran de una manera precisa en cuanto a las variables de estudio en la que nos permitirá la interpretación y lectura rápida. Por consiguiente, se realizará la elaboración de gráficos y tablas que demostraran con un porcentaje según los datos obtenidos del SPSS, que seguidamente se interpretara .

Estadística Inferencial

En cuanto a la estadística inferencial se utilizará la prueba de R de Pearson, por lo que esta prueba nos permitirá realizar la evaluación y análisis entre las dos variables de categoría ordinal, por lo tanto, mostrara el nivel de significancia de acuerdo a la hipótesis, ahora bien, se tomara dicha prueba estadística ya que la presente investigación es normal.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Pruebas de validez y confiabilidad del instrumento

4.1.1. Prueba de validez

Para validar nuestro instrumento (cuestionario de 40 preguntas) nos validamos del juicio de tres expertos, para lo cual evaluaron 3 indicadores que se visualiza en la siguiente tabla:

Tabla 4
Validez de contenido del instrumento

Indicador	Exp 1	Exp 2	Exp 3	Determinación
Claridad	SI	SI	SI	Aplicable
Pertinencia	SI	SI	SI	Aplicable
Relevancia	SI	SI	SI	Aplicable

Fuente: *Elaboración propia*

De acuerdo a dicha validación del instrumento se lograron obtener resultados aplicables, según el cuestionario desarrollado y analizado de las variables, logrando de tal manera poner en práctica los consejos de los expertos.

4.1.2. Prueba de confiabilidad del instrumento

Mediante el “coeficiente de Cron Bach” se determinó el índice de confiabilidad,

para lo cual se aplicó la siguiente la fórmula: $\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$

Tabla 5
Validez de contenido del instrumento

K:	El número de ítems
$\sum S_i^2$	Sumatoria de varianza de los ítems
S_T^2	Varianza de la suma de los ítems
A	Coficiente de alfa de Cron Bach

Fuente: Formula planteada para desarrollar el cálculo, siendo este uno de los más utilizados para desarrollar la confiabilidad de prueba. (Cervantes, 2005)

Tabla 6
Validez de contenido del instrumento-Valores de Kappa

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Despreciable
0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy alta

Fuente: Se muestra los valores de Kappa en la tabla las cuales ayudaran a hallar el grado de concordancia. (Landis & Koch, 1977)

El instrumento está compuesto por 40 ítems, se aplicó al total de la población conformada por 113 empresarios que son los dueños de las Mypes ferreteras ubicadas en el cercado de Arequipa.

Tabla 7
Nivel de confiabilidad del instrumento gestión empresarial

Estadísticos de fiabilidad	N° de elementos
Alfa de Cronbach	
0,755	20

Fuente: *Elaboración propia*

“La prueba de confiabilidad del instrumento gestión empresarial realizado a través de la técnica Alfa de Cronbach es de 0,755 se observa buen nivel de confiabilidad, ya que, según el cuadro de interpretación indica que es marcada por lo que se entiende que el instrumento es viable aprobando que sea aplicado para obtener los datos, de esa manera señala que el cuestionario presenta un nivel alto de confiabilidad como se muestra en la Tabla 07”.

Tabla 8
Nivel de confiabilidad del instrumento competitividad

Estadísticos de fiabilidad	N° de elementos
Alfa de Cronbach	
0,844	20

Fuente: *Elaboración propia*

“La prueba de confiabilidad del instrumento competitividad realizado a través de la técnica Alfa de Cronbach es de 0,844 se observa buen nivel de confiabilidad, ya que, según el cuadro de interpretación indica que la relación es muy alta es por lo que se entiende que el instrumento es viable aprobando que sea aplicado para obtener los datos”.

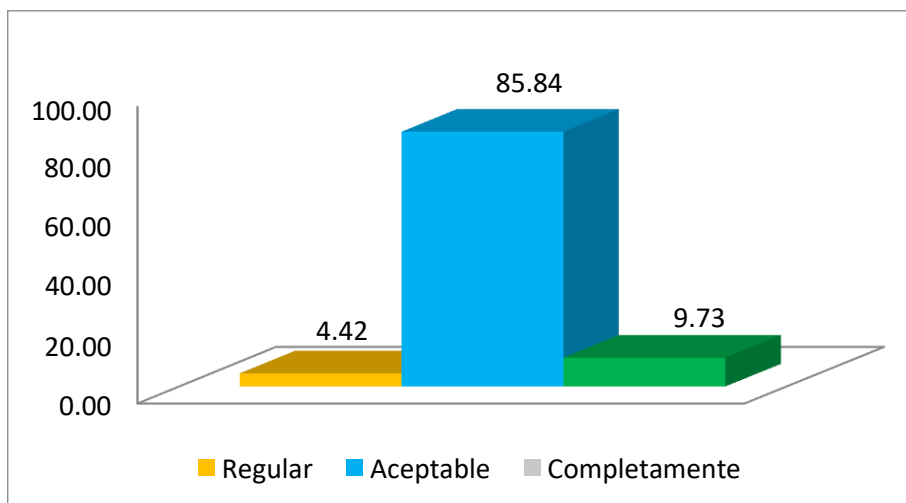
4.2. **Resultados de la estadística descriptiva**

Tabla 9
Distribución de datos de la variable gestión empresarial.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Regular	5	4.42
Aceptable	97	85.84
Completamente	11	9.73
Total	113	100

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 17. Niveles de la variable gestión empresarial



Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

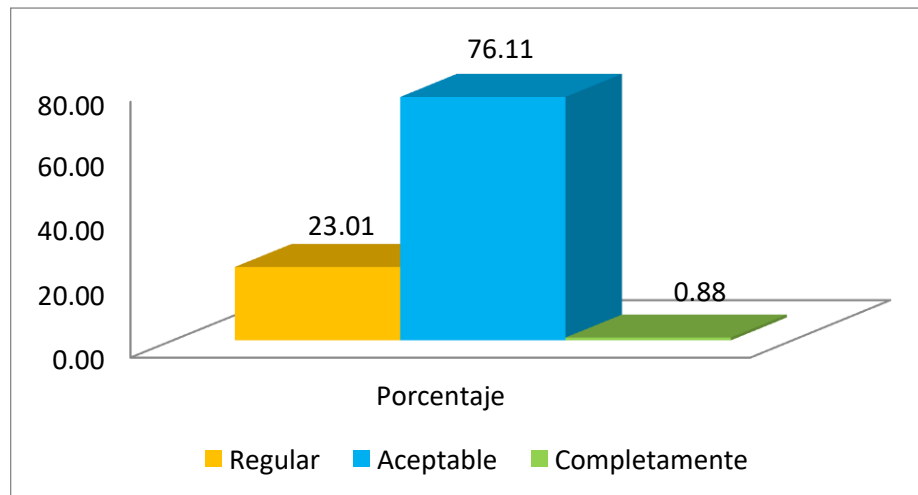
En la figura 17 se verifica que el 85,84 % de los encuestados manifiestan que existe un nivel aceptable, seguido del 9,73% muestra un nivel completamente y el 4,42% indica un nivel regular de la gestión empresarial concluyendo que, casi más de la mitad de los empresarios ferreteros ubicados en el cercado de Arequipa 2018 indican que la gestión empresarial en sus ferreterías es aceptable, esto quiere decir que están gestionando de mejor manera sus recursos (financieros, materiales, administrativos, humanos). Las otras mínimas partes mencionan que están entre regular y excelente.

Tabla 10
Distribución de datos de la dimensión planeación

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Regular	26	23.01
Aceptable	86	76.11
Completamente	1	0.88
Total	113	100

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 18. Niveles de la dimensión planeación



Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

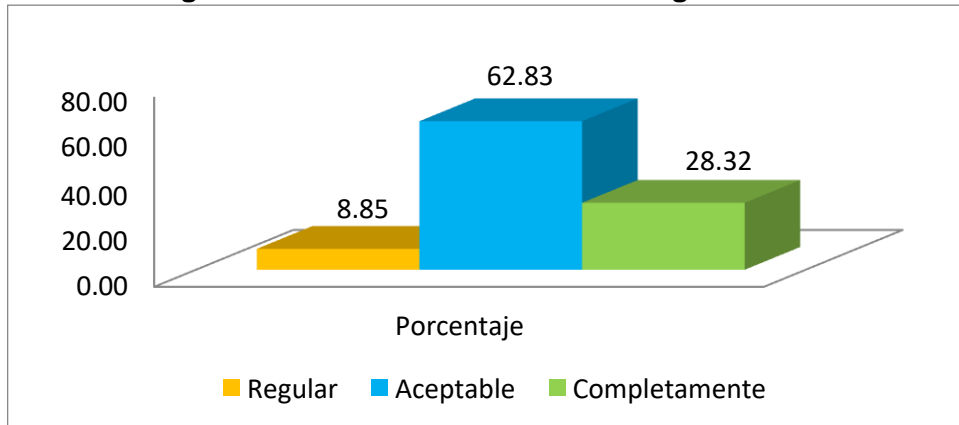
En la figura 18 se puede verificar que el 76,11% de los comerciantes ferreteros presentan un nivel aceptable en cuanto a la planeación, el 23.01% presenta un nivel regular y ya representando un mínimo de 0,88% un nivel completamente. Se llega a concluir que las Mypes ferreteras planean sus actividades antes de realizarlas, también establecen estrategias sencillas para que sus trabajadores puedan seguirlas y aplicarlas para la mejora de cada organización.

Tabla 11
Distribución de datos de la dimensión organización

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Regular	10	8.85
Aceptable	71	62.83
Completamente	32	28.32
Total	113	100

Fuente: *Elaboración propia*

Figura 19. Niveles de la dimensión organización



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

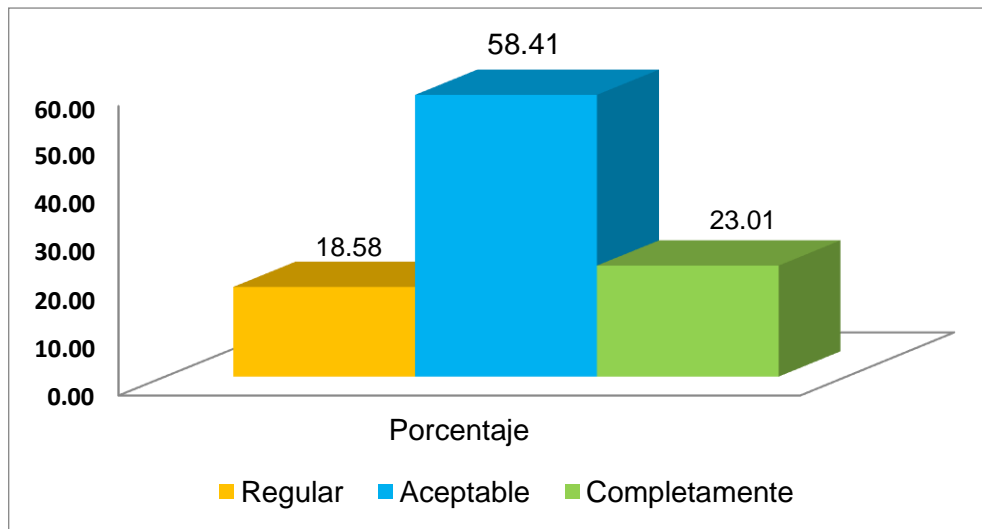
En la figura 19 según el gráfico muestra que el 62,83% de todos ferreteros indican que tienen un grado de organización, el 28,32% indican que tiene un rango de excelente en cuanto a la organización y el 8,85% indican que hay un nivel regular de organización por los empresarios. Concluyendo, que más de la mitad de los encuestados determinan que si existe organización en la empresa, es decir que establecen una estructura simple de jerarquización donde los trabajadores conocen sus funciones y las responsabilidades de cada función. Con la organización se permite mejor asignación y el uso correcto de los recursos de la empresa, además permite evaluar el progreso de objetivos.

Tabla 12
Distribución de datos de la dimensión dirección

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Regular	21	18.58
Aceptable	66	58.41
Completamente	26	23.01
Total	113	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 20. Niveles de la dimensión dirección



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

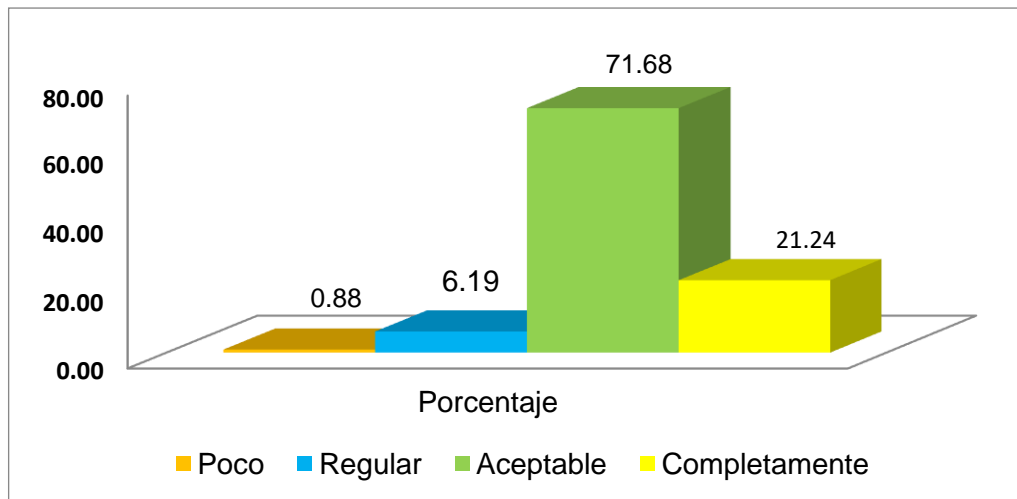
De acuerdo a la Figura 20 se puede observar que el 58,41% presentan un rango bueno de dirección, el 23,01% presenta un nivel excelente en cuanto se refiere a dirección, seguido el 18,58% regular. Llegando a concluir que más de la mitad de los empresarios mantiene un buen liderazgo con sus trabajadores donde la comunicación es directa y horizontal y además se preocupan en motivar a dichos trabajadores brindándoles recompensas y capacitaciones.

Tabla 13
Distribución de datos de la dimensión control

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Poco	1	0.88
Regular	7	6.19
Aceptable	81	71.68
Completamente	24	21.24
Total	113	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 21 Niveles de la dimensión control



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

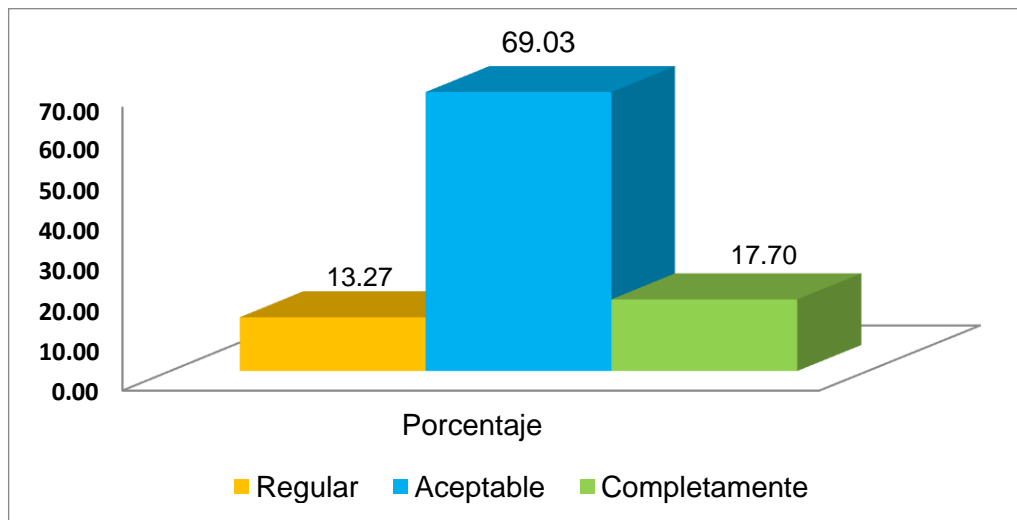
De acuerdo a la figura 21 indica que el 71,68% de los trabajadores responden a un nivel aceptable de llevar a cabo un buen control, el 21,24% indican un nivel completamente de control, ya en porcentajes menores se encuentra a un 6,19% y 0,88% que indican tener un nivel regular y poco de control en sus empresas. De tal manera se llega a concluir que la mayoría de los entrevistados precisan que son controlados en sus procesos porque trabajan en equipo y se muestra un buen desempeño laboral con ello pueden ver el progreso de sus objetivos.

Tabla 14
Distribución de datos de la variable competitividad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Regular	15	13.27
Aceptable	78	69.03
Completamente	20	17.70
Total	113	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 22. Niveles de la variable competitividad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

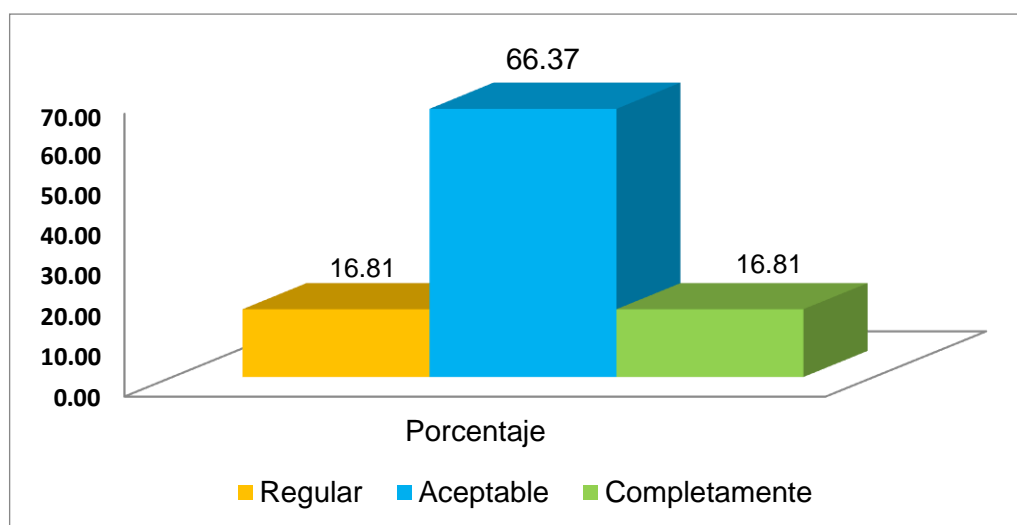
En la figura 22 se verifica que el 69,03% de los empresarios encuestados presentan un nivel bueno de competitividad, el 17,70% un nivel completamente, seguido el 13,27% un nivel regular. Podemos concluir que, si existe una eficiente calidad de trabajo y de servicio en las actividades que realizan los empresarios, sin embargo, se tiene que mejorar si desean incursionar en los mercados nacionales o internacionales porque se exige ser más competitivo.

Tabla 15
Distribución de datos de la dimensión calidad del servicio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Regular	19	16.81
Aceptable	75	66.37
Completamente	19	16.81
Total	113	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 23. Niveles de la dimensión calidad de servicio



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

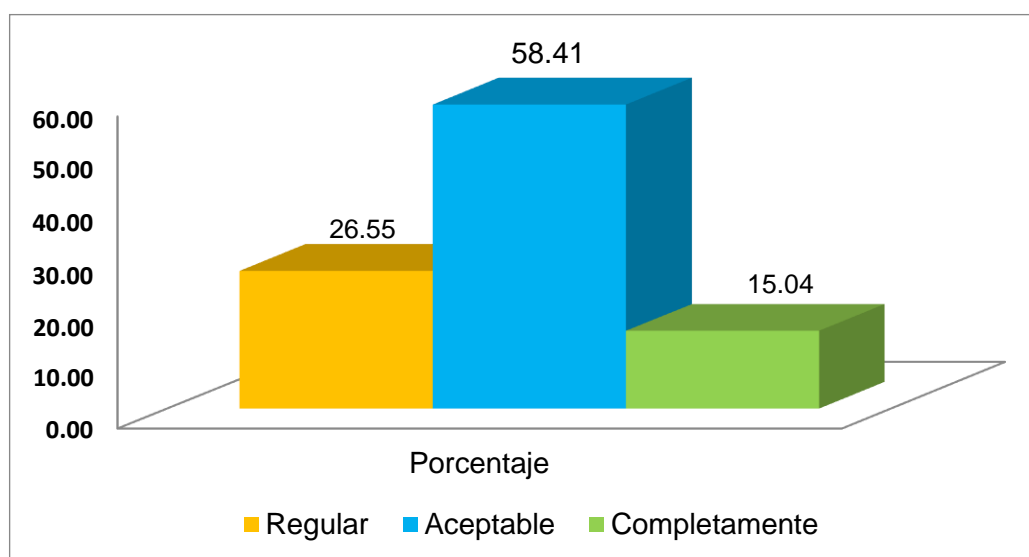
De acuerdo a la figura 23 se puede verificar que el 66,37% de los encuestados determinan que se enfocan en la calidad del servicio y con un mismo porcentaje de 16,81% dijeron que su nivel de calidad de servicio está entre regular y completamente” Llegando a concluir que una gran parte de los empresarios ferreteros manifiestan tener preocupación por mantener a sus clientes satisfechos y contentos con su compra, con la intención de fidelizar a dichos clientes .

Tabla 16
Distribución de datos de la dimensión productividad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Regular	30	26.55
Aceptable	66	58.41
Completamente	17	15.04
Total	113	100

Fuente: Elaboración propia

24. Niveles de la dimensión productividad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

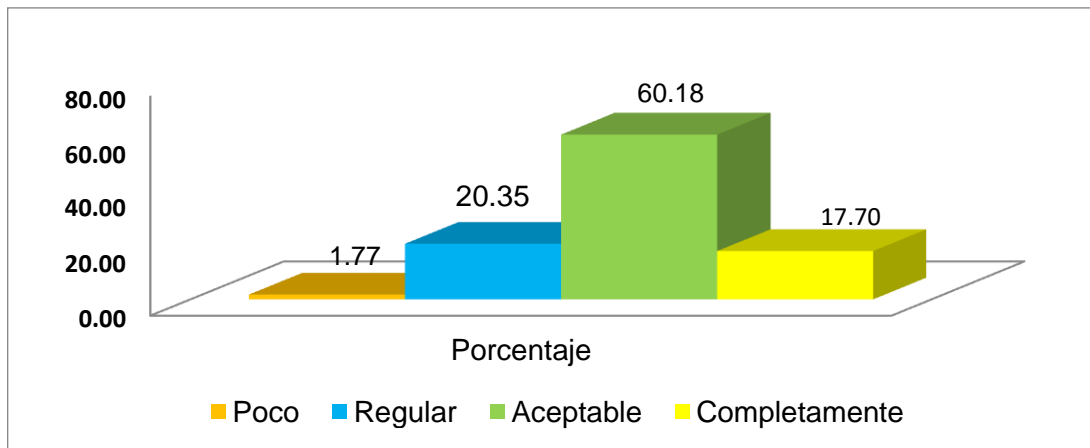
Según la figura 24 se verifica que el 58,41 % los empresarios explican que hay un nivel aceptable de productividad de los encuestados de las Mypes ferreteras, el 26,55% presenta un nivel regular y el 15,04% un nivel completamente. Se concluye que más de la mitad indica que sus empresas son productivas es decir que muestran eficacia y eficiencia a la hora de gestionar sus recursos.

Tabla 17
Distribución de datos de la dimensión ventaja competitiva

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Poco	2	1.77
Regular	23	20.35
Aceptable	68	60.18
Completamente	20	17.70
Total	113	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 25. Niveles de la dimensión ventaja competitiva



Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

Según la figura 25 se puede determinar que el 60.18% de los entrevistados presentan un nivel aceptable en cuanto a tener una ventaja competitiva seguido de un 20.35% que presenta un nivel regular, ya en un porcentaje menor se observa que el 17.70% presenta un nivel completamente donde manifiestan tener una ventaja competitiva y ya el 1,77% presenta un nivel poco. Se concluye que la mayoría de los empresarios indican que poseen un ente diferenciador frente a la competencia, preocupándose de enfocarse en dar a sus clientes un servicio de calidad, buscando ser diferente de la competencia pero existe un mínimo de encuestados que no se preocupan en tener un atributo especial que le diferencie de la competencia.

4.3. Resultados de la estadística inferencial

Para poder desarrollar las pruebas de hipótesis, se verifico que las variables y dimensiones estudiadas lleguen a tener una distribución normal, las cuales se utilizó Prueba “R” de Pearson.

Tabla 18
Prueba de normalidad de gestión empresarial y competitividad.

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig	Estadístico	GI	Sig
Gestión empresarial	0,064	113	,200	0,987	113	0,342
Competitividad	0,067	113	,200	0,988	113	0,400

Fuente: Elaboración propia

4.3.1. Contrastación de las hipótesis

H0: No existen relación significativa entre gestión empresarial y la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

H1: si existe relación significativa entre gestión empresarial y la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Tabla 19
Prueba de correlación según Pearson entre el Variable gestión empresarial y competitividad.

Correlación entre la variable independiente y dependiente		Gestión empresarial	Competitividad
Gestión empresarial	Correlación de Pearson	1	,654**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	113	113
Competitividad	Correlación de Pearson	,654**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	113	113

** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De acuerdo a lo observado en la tabla 19, existe una correlación positiva moderada entre ambas variables de 0.654. Esto quiere decir que la correlación es directa, se saca esta conclusión según el cuadro donde muestra los valores de Pearson, la cual la correlación va de -1(correlación negativa) a 1(correlación positiva), siendo el 0 el indicador de que no existe correlación. Vemos, por lo tanto, que al mejorar la gestión empresarial aumenta la competitividad de las Mypes ferreteras del cercado de Arequipa y viceversa.

Asimismo, como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir si existe una relación significativa entre gestión empresarial y la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Prueba de hipótesis específica 1

H0.- No existen relación significativa entre la gestión empresarial y la calidad de servicio de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

H1.- Si existe relación significativa entre la gestión empresarial y la calidad de servicio de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Tabla 20
Prueba de correlación según Pearson entre la gestión empresarial y la calidad de servicio

		Gestión empresarial	Calidad de servicio
Gestión empresarial	Correlación de Pearson	1	,641**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	113	113
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	,641**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	113	113

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Se observa en la tabla 20 que la gestión empresarial está relacionada de manera positiva con la calidad de servicio, ya que según el coeficiente establecido por Pearson evidencia un 0,641 lo que significa que hay una correlación moderada, es decir que cuando se mejora la gestión empresarial se incrementa la calidad de servicio de la Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018. Al analizar el nivel de significancia para este caso, vemos que esta es de 0,000, es decir, está bajo el 0,05 (y está marcada con dos asteriscos por ser bajo 0,01), por lo que estaría indicando que existe una fuerte correlación y que es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson por ende rechazaremos la hipótesis nula y validaremos la hipótesis alterna (Si existen relación significativa entre la gestión empresarial y la calidad de servicio de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018).

Prueba de hipótesis específica 2

H0.- No existen relación significativa entre gestión empresarial y productividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

H1.- Si existe relación significativa entre gestión empresarial y productividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Tabla 21
Prueba de correlación según Pearson entre gestión empresarial y productividad.

		Gestión empresarial	Productividad
Gestión empresarial	Correlación de Pearson	1	0,374**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	113	113
Productividad	Correlación de Pearson	0,374**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	113	113

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

En la tabla 21 se observa que hay una asociación positiva entre gestión empresarial y productividad ya que los valores son de 0,374 lo que indica que hay una correlación baja. Entonces diremos que cuando se mejore la gestión empresarial aumenta la productividad de las Mypes ferreteras y viceversa.

Al analizar el nivel de significancia (0,05), que significa el margen de error de equivocarnos, se observa que es 0,000 que es menor a 0,05 y estos datos representa que existe una fuerte correlación entre gestión empresarial y productividad. Por ende rechazamos la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna (Si existen relación significativa entre gestión empresarial y productividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018).

Prueba de hipótesis específica 3

He0.- No existen relación significativa entre gestión empresarial y ventaja competitiva de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

H1.- Si existen relación significativa entre gestión empresarial y ventaja competitiva de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018

Tabla 22
Prueba de correlación según Pearson entre gestión empresarial y ventaja competitiva

		Gestión empresarial	Ventaja Competitiva
Gestión empresarial	Correlación de Pearson	1	0,505**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	113	113
Ventaja Competitiva	Correlación de Pearson	0,505**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	113	113

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

En la tabla 22 se observa la correlación positiva moderada entre gestión empresarial y ventaja competitiva, lo cual representa el 0,505. Esto quiere decir que a medida que la gestión empresarial mejore en diferentes aspectos la ventaja competitiva también se incrementara en todas las Mypes ferreteras de cercado Arequipa 2018”.

Así mismo, al analizar el nivel de significancia, que es 0,000 para ambas partes vemos que es menor a 0,05 lo que significa que es verdadera la correlación encontrada por el estadístico de Pearson y con toda seguridad nos atrevemos a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna (Si existen relación significativa entre gestión empresarial y ventaja competitiva de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018).

Prueba de hipótesis específica 4

H0.- No existen relación significativa entre planeación y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

H1.- Si existen relación significativa entre la planeación y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Tabla 23
Prueba de correlación según Pearson entre planeación y competitividad.

		Planeación	Competitividad
	Correlación de Pearson	1	0,329**
Planeación	Sig. (bilateral)		0,000
	N	113	113
	Correlación de Pearson	0,329**	1
Competitividad	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	113	113

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

Según se observa en el cuadro de la tabla 23 el coeficiente de correlación de Pearson es de 0,329 lo que indica que existe una correlación positiva baja esto quiere decir que a medida que la planeación mejore se obtendrá una mayor competitividad y viceversa.

Así mismo, al igual que los cuadros anteriores el nivel de significancia es de 0,000 que es menor a 0,05 indica que el margen de error de equivocarnos en la correlación es menos al 5% y podemos afirmar con más certeza la correlación entre planeación y competitividad. Por ende, rechazamos la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna (Si existen relación significativa entre la planeación y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018).

Prueba de hipótesis específica 5

He0.- No existen relación significativa entre organización y la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

H1.- Si existen relación significativa entre organización y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

Tabla 24
Prueba de correlación según Pearson entre organización y competitividad.

		Organización	Competitividad
Organización	Correlación de Pearson	1	0,497**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	113	113
Competitividad	Correlación de Pearson	0,497**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	113	113

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

En la tabla 24 se observa que hay una asociación positiva entre organización y competitividad ya que los valores son de 0,497 lo que indica que hay una correlación moderada. Entonces diremos que cuando mejore la organización aumenta la competitividad de las Mypes ferreteras y viceversa.

Al analizar el nivel de significancia (0,05), que significa el margen de error de equivocarnos, se observa que es 0,000 que es menor a 0,05 y estos datos representa que existe una fuerte correlación entre organización y competitividad. Por ende, aceptamos la hipótesis alterna (Si existen relación significativa entre organización y competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018).

Prueba de hipótesis específica 6

H0.- No existen relación significativa entre dirección y la competitividad de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

H1.- Si existen relación significativa entre dirección y competitividad de las MYPES ferreteras cercado Arequipa 2018.

Tabla 25
Prueba de correlación según Pearson entre dirección y competitividad.

		Dirección	Competitividad
Dirección	Correlación de Pearson	1	0,590**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	113	113
Competitividad	Correlación de Pearson	0,590**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	113	113

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

Como se observa en la tabla 25, el coeficiente de correlación es de 0.590. Vemos que entre estos dos componentes existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, al mejorar la dirección aumentaría la competitividad de las Mypes ferreteras del mercado de Arequipa, y viceversa

Asimismo, como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, es decir que si existe relación significativa entre dirección y competitividad de las Mypes ferreteras mercado Arequipa 2018 .

Prueba de hipótesis específica 7

H0.- No existen relación significativa entre control y la competitividad de las MYPES ferreteras mercado Arequipa 2018.

H1.- Si existen relación significativa entre control y competitividad de las MYPES ferreteras mercado Arequipa 2018.

Tabla 26
Prueba de correlación según Pearson entre control y competitividad.

		Control	Competitividad
Control	Correlación de Pearson	1	0,528**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	113	113
Competitividad	Correlación de Pearson	0,528**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	113	113

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación:

Como se observa en la tabla 26, el coeficiente de correlación es de 0.528. Vemos que entre estos dos componentes existe una correlación moderada. La dirección de la correlación es positiva, es decir, es directa, por lo tanto, al mejorar el control aumentaría la competitividad de las Mypes ferreteras del mercado de Arequipa, y viceversa.

Asimismo, como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir es que si existen relación significativa entre control y competitividad de las MYPES ferreteras mercado Arequipa 2018.

CAPÍTULO 5

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Discusiones

En cuanto a los resultados alcanzados después del trabajo de campo que se aplicó mediante un censo a través de encuestas y del análisis y procesamiento estadístico SPSS muestra un verdadero alivio sobre el espacio donde se desarrollan dichas entidades ferreteras en el cercado de Arequipa (Mypes), estos resultados reflejan, como se observa en la tabla 13, que existe una correlación moderada positiva entre ambas variables, es decir que es directa, por lo tanto para ser competitivos se debe realizar una correcta gestión empresarial la cual abarca una serie de actividades que deben seguir los microempresarios para la mejora de la gestión empresarial incrementando la competitividad de las Mypes ferreteras del cercado de Arequipa, y viceversa . Nuestra investigación no fue la única que realizó el estudio en cuanto a la gestión empresarial y competitividad puesto que nuestra investigación es de tipo multisectorial tanto en el ámbito local, nacional como internacional, principalmente por los dueños y/o gerentes de las diferentes organizaciones teniendo un interés alto para que sus organizaciones se desarrollen correctamente y valoran cualquier tipo de investigación que les permita mejorar diferentes aspectos en cuanto a su gestión empresarial .

Como demostración de lo indicado en el párrafo anterior se hace conocer una de las investigaciones desarrolladas en el año 2017 en la Universidad Nacional Cesar Vallejo

titulada "La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las Mypes del centro comercial Covida, Los Olivos, año 2017", dicha investigación comprobó que la gestión empresarial y la competitividad se relacionan de manera significativa. Por ende, demostraron que, aplicando una buena gestión empresarial, una Mype puede lograr ser competitiva dentro del mercado local nacional y porque no decir internacional, si se proyecta a futuro.

Otra de las investigaciones realizadas en el año 2014 de la Universidad San Martín de Porres denominada "Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria - año 2013" refleja el otro lado de la moneda donde da, como resultado que más de la mitad de los encuestados no aplican planificación de la gestión empresarial por lo cual no les ha permitido lograr ser competitivos, el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial. Otra conclusión relevante es que la gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el crecimiento dentro del mercado local y nacional.

Según los resultados de la estadística descriptiva aplicada a nuestras encuestas demuestran, que de los 113 empresarios ferreteros el 85,84% muestran un nivel bueno de gestión empresarial y el 69,03% muestra un nivel óptimo de competitividad, lo que nos salta a relucir que aparentemente aplican los 4 pilares de la gestión empresarial que son la planeación, organización, dirección, control. Y además tienen conocimiento que brindar un servicio de calidad es primordial para satisfacer y fidelizar a sus clientes, con lo mencionado los lleva a ser competitivos.

CONCLUSIONES

Según nuestros resultados en la presente investigación, se puede determinar las siguientes conclusiones.

1. Se concluyó que existe una relación significativa entre la gestión empresarial de la Mypes ferreteras y la competitividad. Por ende, podemos afirmar que una buena gestión empresarial aplicada en una Micro y pequeña empresa repercute significativamente en la competitividad y viceversa. El resultado de nuestras encuestas nos respalda, ya que nos muestran que planean sus actividades con anticipación, establecen estrategias sencillas y las plasman a sus trabajadores, se fijan objetivos a corto y mediano plazo.

2. Según los resultados se concluyó que existe una relación positiva la gestión empresarial y la calidad de servicio, ya que según el coeficiente establecido por Pearson evidencia un 0,641 obteniendo una correlación moderada, por lo tanto, que cuando se mejora la gestión empresarial se incrementa la calidad de servicio de la Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018. Es así que los empresarios se preocupan por brindar una calidad de servicio con el fin de mantener a sus clientes fidelizados.

3. Se concluyó que existe una relación positiva entre gestión empresarial y productividad, ya que los valores según Pearson son de 0,374 indicando que hay una correlación baja. Esto quiere decir que cuando se mejore la gestión empresarial aumentara la productividad de las Mypes ferreteras.

4. Se concluyó que existe una relación positiva moderada entre gestión empresarial y ventaja competitiva, para lo cual esta relación está representada con el 0,505. Por lo tanto, a medida que la gestión empresarial mejore, los cambios se reflejaran en la ventaja competitiva en diferentes aspectos de todas las Mypes ferreteras de cercado Arequipa 2018.

5. Se concluyó que existe una relación positiva baja según el resultado de Pearson 0,329, esto quiere decir que a medida que la planeación inicie puntos de mejora, conllevara a obtener una mayor competitividad en las Mypes ferreteras cercado Arequipa 2018.

6. Se concluyó que existe una relación positiva entre organización y competitividad según el resultado de Pearson 0,497 lo que indica que hay una correlación moderada. Para lo cual en cuanto se realice mejoras en la organización este aumentara la competitividad de las Mypes ferreteras 2018.

7. Se llega a concluir que existe una correlación moderada de acuerdo a los resultados obtenidos de Pearson de 0.590, se observa que entre la dirección y competitividad es positiva, por lo tanto, al realizar mejoras en la dirección aumentara la competitividad de las Mypes ferreteras del cercado Arequipa 2018.

8. Se llega a concluir que existe una relación positiva moderada entre control y competitividad de acuerdo al resultado de Pearson de 0.528. por lo tanto, la dirección de la correlación es positiva, por lo tanto al realizar una mejora, el control aumentaría la competitividad de las Mypes ferreteras del cercado de cercado Arequipa 2018.

RECOMENDACIONES

Después de analizar los resultados de nuestra investigación nos atrevemos a proponer las siguientes recomendaciones:

1. Los empresarios ferreteros, si quieren aplicar una correcta gestión empresarial deben plantearse objetivos claros, alcanzables para luego establecer estrategias sencillas que puedan plasmarlos a los trabajadores, además de tener una estructura vertical sin muchas dependencias. Sería recomendable también que se documente sus procesos o actividades para que el nuevo trabajador pueda referenciarse de estos documentos y aprender más rápido las funciones que le corresponden realizar. Este documento podría referirse a un manual de funciones.

2. En cuanto se refiere a la planeación, los empresarios ferreteros deben establecer la meta que quieren alcanzar de acuerdo a los recursos disponibles para luego poder plasmar estrategias a corto y a mediano plazo.

3. Si se quiere mejorar la organización, los empresarios ferreteros deberán establecer el Manual de organización y funciones MOF y documentar las tareas o funciones que compete a cada trabajador de acuerdo a cada labor que realiza para que se desarrolle un buen clima laboral y así sean más productivos.

4. Si nos enfocamos en la dirección deberán emplear un medio de comunicación directa y simple para que los dueños de las Mypes ferreteras puedan plasmarlos a sus trabajadores. Lo recomendable es trabajar en forma conjunta para que el dueño tenga la capacidad de influir en sus trabajadores. Es muy importante que fomenten la motivación a través de constantes capacitaciones.
5. Para mejorar el control empresarial es importante que los dueños de las Mypes utilicen un sistema integrado básico como el software ERP (sistemas de planificación de recursos empresarial) sirve para integrar las funciones de logística, recursos humanos, finanzas.
6. Para mejorar el servicio al cliente mantener en stock todos los productos que se mueven constantemente para que puedan comprarte tus clientes habituales y así fidelizarlos, Además darles siempre una buena atención.
7. Para mejorar la productividad se sugiere adecuar un ambiente de trabajo óptimo para que el trabajador se sienta cómodo y realice sus actividades de manera motivada.
8. Para mejorar la ventaja competitiva de las Mypes ferreteras frente a la competencia como son las Pymes, Maestro, Sodicamac y Home center tienen que establecer la estrategia de diferenciación de costos y además ofrecer variedades de productos en distintas calidades.

ANEXOS

CUESTIONARIO

Título: La gestión empresarial y su relación con la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa, 2018

Buenos días (tardes): Estamos trabajando en un estudio que servirá para elaborar una tesis profesional.

Quisiéramos pedir tu ayuda para que contestes algunas preguntas que no llevarán mucho tiempo. Tus respuestas serán confidenciales y anónimas. No hay preguntas delicadas.

Las personas que fueron seleccionadas para el estudio no se eligieron por su nombre sino al azar. Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis profesional, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Te pedimos que contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay

INSTRUCCIONES

Emplea un bolígrafo para rellenar el cuestionario. Al hacerlo, piensa en lo que sucede la mayoría de las veces en tu trabajo. No hay respuestas correctas o incorrectas. Éstas simplemente reflejan tu opinión personal. Todas las preguntas tienen cinco opciones de respuesta, elige la que mejor describa lo que piensas.

Si no puedes contestar una pregunta o si la pregunta no tiene sentido, por favor pregunta a la persona que te entregó este cuestionario y te explicara. Los cuestionarios serán procesados por personas externas. Además, como puede ver, en ningún momento se pide tu nombre. De antemano:

CARACTERISTICAS DEL ENCUESTADO

Edad De 18 a 24 años De 25 a 28 años De 29 a 32 años De 33 a mas
Género Femenino Masculino
Estado civil Soltero Casado
Grado Académico Primario Secundaria Técnico Universitario
Años de experiencia laboral Sin experiencia Menos de 2 años De 2 a 5 años Mas de 6 años
Es cliente de alguna institución financiera Si No
Distrito al que pertenece

Marque con una X de las siguientes afirmaciones según su conocimiento y experiencia personal

GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJOS REALIZADOS EN TIEMPOS ESTIPULADOS

1 ¿Considera Usted que en su empresa se eliminan actividades que no agregan valor?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

2 ¿Con que frecuencia tiene quejas de sus clientes a la hora de entregar su producto final?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

FIJACION DE OBJETIVOS

3 ¿Considera Usted que sus trabajadores están comprometidos con el objetivo de la empresa?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

4 ¿Considera Usted que en su empresa se establecen planes o sistemas para medir los objetivos trazados?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

ESTRATEGIAS

5 ¿Considera Usted que las estrategias planteadas son coherentes con los objetivos que quiere alcanzar la empresa?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

6 ¿Considera Usted que las estrategias utilizadas en su empresa son fáciles de entender para sus trabajadores?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1. PLANEACION

	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
--	------	------	---------	-----------	---------------

2. ORGANIZACIÓN

CONOCIMIENTOS DE LAS FUNCIONES

7	¿Considera Usted que sus trabajadores conocen las funciones que deben realizar?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
8	¿Considera usted que su empresa crea un ambiente propicio para que sus trabajadores se desempeñen de manera eficiente y efectiva?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

PROGRESO DE OBJETIVOS

9	¿Con que frecuencia es Ud. Informado sobre el logro de los objetivos en su empresa?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
10	¿Con que frecuencia se cumplen los objetivos propuestos en su Empresa?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

3. DIRECCION

MOTIVACION

11	¿Con que frecuencia se asignan recompensas para mantener a sus trabajadores satisfechos?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
12	¿Con que frecuencia Motiva a su personal brindándoles capacitaciones constantes?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

COMUNICACIÓN

13	¿Con que frecuencia en su empresa los jefes mantienen una comunicación directa con sus trabajadores?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

14	¿En qué medida la comunicación es efectiva a la hora de distribuir las tareas asignadas a sus trabajadores?				
	1	2	3	4	5

	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
	LIDERAZGO				
15	¿Considera Usted que los jefes son personas íntegras, que generan confianza a sus trabajadores?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
16	¿Considera Usted que sus trabajadores están direccionados a lograr un mismo objetivo?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

4. CONTROL	DESEMPEÑO LABORAL					
	17	¿Considera Usted que se está trabajando en equipo y propiciando un buen clima laboral para sus trabajadores?				
		1	2	3	4	5
		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
	18	¿Considera Usted que cuenta con personal que se desempeñe eficientemente?				
		1	2	3	4	5
		Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente
	IDENTIFICACION DE MEJORAS EN EL PROCESO					
	19	¿Se toma acciones correctivas, en caso se detecte un problema en los procesos?				
		1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	
20	¿Considera Usted que hacer mejoras en el procesos le llevan a lograr una ventaja competitiva?					
	1	2	3	4	5	
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente	

COMPETITIVIDAD

5. CALIDA	21	SERVICIO				
		¿Considera que el servicio brindado en su empresa es superior al de la competencia?				

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

22 ¿En su empresa en qué medida se controla la satisfacción del servicio?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

ESTANDARES DE CALIDAD

23 ¿Con que frecuencia, en su Empresa se cumple con los lineamientos establecidos para brindar un servicio de calidad?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

24 ¿Con que frecuencia en su empresa controlan los resultados del trabajo?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

SATISFACCION DEL CLIENTE

25 ¿Con que frecuencia el cliente se siente satisfecho ante la atención brindada?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

26 ¿Con que frecuencia en su empresa se reciben quejas o reclamos de sus clientes?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

FIABILIDAD HACIA EL CLIENTE

27 ¿Con que frecuencia considera que la atención brindada genera confianza en sus clientes?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

28 ¿En qué medida su empresa cumple las promesas realizadas en sus promociones?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

EXPECTATIVA VS SPERA

29 ¿Con que frecuencia su empresa supera lo esperado por el cliente?

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

30

¿Con que frecuencia su empresa cumple con las expectativas del cliente?				
1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

6. PRODUCTIVIDAD

31

EFICACIA

¿En qué medida los procesos de su empresa son eficientes?				
1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

32

¿Con que frecuencia los trabajadores maximizan sus esfuerzos para el logro de objetivos?				
1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

33

EFICIENCIA

¿En qué medida los trabajadores cumplen con los objetivos propuestos?				
1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

34

¿En su empresa se evalúa constantemente la capacidad y habilidad de sus trabajadores?				
1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

7. VENTAJA COMPETITIVA

35

MEJORA CONTINUA

¿Con que frecuencia en su Empresa se documenta cada proceso con la finalidad de que los trabajadores conozcan y apliquen el proceso de la misma manera?				
1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

36

¿En qué medida su empresa acepta las nuevas ideas para la mejora de procesos?				
1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

37

DIFERENCIACION

¿En su empresa se preocupan en brindar un buen servicio para fidelizar a sus clientes?				
1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

38	¿Con que frecuencia analiza a la competencia para buscar ser diferente?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL

39	¿El personal que labora en su empresa, se capacita y emplea su aprendizaje para incrementar su desempeño?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

40	¿En qué medida su empresa utiliza la tecnología?				
	1	2	3	4	5
	Nada	Poco	Regular	Aceptable	Completamente

**SOLICITO: INFORMACION SOBRE LA MYPES FERRETERAS
DEL CERCADO DE AREQUIPA**



**SEÑORA ALCALDESA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE AREQUIPA
ING. LILIA PAUCA VELA**

Yo **LEIDY MILAGROS HUERTA BELLIDO** con **DNI: 44137660** domiciliado en la Urb. Villa del Mar, Mz. A, Lote 21, Distrito de Paucarpata, Provincia y Departamento de Arequipa, ante Usted con el debido respeto Me presento y expongo:

Por medio del presente tengo el honor de dirigirme a usted para saludarle y a la vez **SOLICITARLE ORDENE A QUIEN CORRESPONDA SE ME BRINDE INFORMACION SOBRE LA MYPES FERRETERAS DEL CERCADO DE AREQUIPA, PARA LA REALIZACION DE UNA INVESTIGACION LA CUAL FORTALECERA EL DESARROLLO DE DICHAS EMPRESAS. YA QUE SOY ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DEL PERU Y ESTOY EN REALIZACION DE MI TESIS.**

POR LO EXPUESTO:

Ruego a Usted acceder a mi solicitud.

Arequipa 19 de Diciembre del 2018



**LEIDY MILAGROS HUERTA BELLIDO
DNI: 44137660**

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES.

EVALUADOR: Romel Huareth Cently

FECHA: 17-12-2018

INSTRUMENTO:

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
1.- ¿Considera Usted que en su Empresa se eliminan actividades que no sirven?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
2.- ¿Con que frecuencia tiene quejas de sus clientes a la hora de entregar su producto final?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
3.- ¿Considera Usted que sus trabajadores están comprometidos con el objetivo de la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
4.- ¿Considera Usted que en su Empresa se establecen planes o sistemas para medir los objetivos trazados?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
5.- ¿Considera Usted que las estrategias planteadas son coherentes con los objetivos que quiere alcanzar la empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
6.- ¿Considera Usted que las estrategias utilizadas en su empresa mejoran la productividad ?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
7.- ¿Considera Usted que sus trabajadores conocen las funciones que deben realizar?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
8.- ¿Considera Usted que su empresa crea un ambiente propicio para que sus trabajadores se desempeñen de manera eficiente y efectiva?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
9.- ¿Con que frecuencia es ud. Informado sobre el logro de los objetivos en su empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
10.- ¿Con que frecuencia se cumplen los objetivos propuestos en su Empresa?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
11.- ¿Con que frecuencia se asignan recompensas para mantener a sus trabajadores satisfechos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
12.- ¿Con que frecuencia Motiva a su personal brindandoles capacitaciones constantes?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	Criterios Generales	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
13.- ¿Con que frecuencia en su empresa los jefes mantienen una comunicación directa con sus trabajadores?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
14.- ¿En que medida la comunicación es efectiva a la hora de distribuir las tareas asignadas a sus trabajadores?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
15.- ¿Considera Usted que los jefes son personas íntegras, que generan confianza a sus trabajadores?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
16.- ¿Considera Usted que sus trabajadores están direccionados a lograr un mismo objetivo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
17.- ¿Considera Usted que se está trabajando en equipo y propiciando un buen clima laboral para sus trabajadores?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
18.- ¿Considera Usted que cuenta con personal que se desempeña eficientemente?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
19.- ¿Se toma acciones correctivas, en caso se detecte un problema en los procesos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
20.- ¿Considera Usted que las hacer mejoras en el procesos le llevan a lograr una ventaja competitiva?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
21.- ¿Considera que el servicio brindado en su empresa es superior al de la competencia?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
22.- ¿En su empresa en que medida se controla la satisfacción del servicio?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
23.- ¿Con que frecuencia, en su Empresa se cumple con los lineamientos establecidos para brindar un servicio de calidad?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
24.- ¿Con que frecuencia en su Empresa controlan los resultados del trabajo?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
25.- ¿Con que frecuencia el cliente se siente satisfecho ante la atención brindada?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
26.- ¿Con que frecuencia en su Empresa se reciben quejas o reclamos de sus clientes?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
27.- ¿Con que frecuencia considera que la atención brindada genera confianza en sus clientes?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
28.- ¿En que medida su empresa cumple las promesas realizadas en sus promociones?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
29.- ¿Con que frecuencia su empresa supera lo esperado por el cliente?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
30.- ¿Con que frecuencia su empresa cumple con las expectativas del cliente?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
31.- ¿En qué medida los procesos de su empresa son eficientes?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
32.- ¿Con que frecuencia los trabajadores maximizan sus esfuerzos para el logro de objetivos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
33.- ¿En qué medida los trabajadores cumplen con los objetivos propuestos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
34.- ¿En su empresa se evalúa constantemente la capacidad y habilidad de sus trabajadores?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
35.- ¿Con que frecuencia en su Empresa se documenta cada proceso con la finalidad de que los trabajadores conozcan y apliquen el proceso de la misma manera?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
36.- ¿En qué medida su empresa acepta las nuevas ideas para la mejora de procesos?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
37.- ¿En su Empresa se preocupan en brindar un buen servicio para fidelizar a sus clientes?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
38.- ¿Con que frecuencia analiza a la competencia para buscar ser diferente?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
39.- ¿El personal que labora en esta empresa, se capacita y emplea su aprendizaje para incrementar su desempeño?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
40.- ¿En qué medida su empresa utiliza la tecnología?	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

EL QUE SUSCRIBE, Romel Huareñth Centty IDENTIFICADO
 CON DNI. N° 29585819 Y N° DE COLEGIATURA 710 CERTIFICO QUE RELIJE EL JUICIO DEL EXPERTO
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LA ESTUDIANTE: Ediluz Ramos Quispe y Leidy Huertas Belli

OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE () APLICABLE DESPUES DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

Romel Huareñth Centty
 C.Econ.A. Mat. N° 710
 C.PPa. Mat. N° 0729585819

BIBLIOGRAFIA

- Alvarado, J. O. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de tumbes, 2017*. Chimbote.
- Buendia, Z. (2013). La FIMPES y la mejora de la calidad de instituciones privadas. 68.
- Cárdenas. (2010). *Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010*. Arequipa.
- Carrio Fiore Jaime, C. S. (2006). La diferenciación como estrategia. En *marketing + ventas N° 218* (pág. 52). Carrio consultores y UPC.
- Castillo, J. (2017). *La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPEs del centro comercial Covida, Los Olivos* *La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPEs del centro comercial Covida, Los Olivos, año 2017*. Lima.
- Castillo, P. J. (2017). *La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPEs del centro comercial Covida, Los Olivos*. Lima: Cesar Vallejo.
- CEPAL. (s.f.). *Definición de MYPEs*. La comisión económica para América Latina y el Caribe.
- Cervantes, V. (2005). *Interpretaciones del Coeficiente Alpha de Cronbach*. Colombia: Avances en medición.
- Chamberlin, E. (1933). *La Teoría de la Competencia Monopolística*. Reino Unido: Estándar Book Numbering.g
- Chiavenato. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mexico: McGraw Hill.
- Cortijo, S. (2013). *El presupuesto y la mejora en la gestión empresarial de la empresa RED CAR PERU SAC de la ciudad de Trujillo 2012-2013*. Trujillo.

- Dávila, C. C. (1995). *La calidad en el servicio*. España: Panorama.
- De la Garza, T., & Cortes, B. (2006). *Teorías sociales y Estudio del Trabajo: nuevos enfoques*. Barcelona: Editorial Rubié.
- Deming, E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad: la salida de la crisis*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Dextre, J. D. (2012). ¿Control de Gestión o Gestión de Control? *Contabilidad de Negocios*, 69 - 80.
- Diario el peruano. (2012). Boletín empresarial. *Actualidad Empresarial*, 14.
- Diario Perú 21. (01 de 20 de 2013). El negocio ferretero no decae.
- Durand, R. A. (2015). *RELACIÓN DE LA INNOVACIÓN DE GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL ÉXITO COMPETITIVO EMPRESARIAL EN LAS MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DE AREQUIPA METROPOLITANA*. AREQUIPA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA.
- El Comercio. (26 de 09 de 2018). Mypes Produce. *Decretos emitidos impulsarán la productividad de las Mypes*.
- Felsing, E., & Runza, P. (2002). *Productividad: Un Estudio de Caso en un departamento de siniestros*. Buenos Aires - Argentina: Universidad del CEMA, Maestría en Dirección de Empresas.
- Felsing, E., & P.M, R. (s.f.). *Productividad: Un Estudio de Caso en un siniestro*.
- Fischer, L., & Navarro, A. (1994). *Introducción A La Investigación De Mercados*. Mexico: McGraw-Hill / Interamericana De Mexico.
- Francisco, R. T. (2015). *Propuesta De Mejora Del Sistema De Gestión De*. Arequipa.
- Gitman, J. (1986). *Fundamentos de Administración Financiera*. Distrito Federal, Mexico: Editorial Harper & Row Latinoamericana.
- Gómez, C. S. (2011). *Competitividad y crecimiento económico: Evidencia empírica de las variables, Redes de Innovación, Energías Renovables y Competitividad*. México: Fundación Teledes.
- Gomez, T. (2013). *Relacion Existente entre la gestion de la innovacion y la capacidad competitiva de la micro pequeña, mediana y gran industria del sector confeccion de las ciudades de pereira y dosquebradas*. Colombia.
- Gonzales. (2014). *Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria - año 2013*. Lima.
- Grönroos, C. (1984). *A Service Quality Model*. European Journal of Marketing.
- Gutierrez, P. H. (2010). *Calidad y productividad*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Haidar Jamar Ibrahim. (2012). *Impact of business regulatory reforms on economic growth*. Journal Of the japanese and international economies.
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta edición ed.). Distrito Federal: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez. (2011). *fundamentos de gestion empresarial*. mexico df: mcgraw.

- Hernández. (2013). *Modelo de gestión empresarial según nuevas tendencias: intangibles y calidad total, aplicación al sector camaronero de Venezuela*. Venezuela.
- Humberto, G. P. (2010). *Calidad total y productividad (3a. ed.)*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Hurtado. (2008). *Principios de administración*. Colombia: Instituto Tecnológico Metropolitano.
- Hurtado Dario. (2008). *Gestión administrativa*.
- Ishikawa, K. (1986). *¿Que es el control total de calidad?* Colombia-Bogota: Editorial Norma.
- Johnson, M., Gustafson, A., & Andrassen, T. (2001). La evolución y el futuro de los modelos del índice nacional de satisfacción del cliente. *Revista de psicología económica*.
- Juran, M. J. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Koonntz, H. W. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. (Decimocuarta Edición ed.). Distrito Federal, Mexico: McGraw Hill/Interamericana Editores S.A.
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *administración una perspectiva global y empresarial*. Mexico: Maria Herrero y Manuel ortiz MC Graw Hill Interamericana editores SA.
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *administración una perspectiva global y empresarial*. Mexico: Maria Herrero y Manuel ortiz MC Graw Hill Interamericana editores SA.
- Kothler, P. (2003). *80 conceptos esenciales del Marketing: De la A a la Z*. Madrid: Pearson educación S.A.
- Kotler, P. (1997). *Fundamentos De Mercadotecnia (4ª Ed.)*. Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Landis, R., & Koch, G. (1977). *Una aplicación de estadísticas jerárquicas de tipo Kappa en la evaluación del acuerdo de mayoría entre múltiples observadores*. Michigan: International Biometric Society.
- Lima. (2012). *Estrategias de competitividad para PYMES*. México.
- Limachi, T. (2012). *Tesis control de interno para la gestión de pequeñas empresas ferreteras de Huamanga*. Ayacucho.
- Linda, A. (2013). *Aprendizaje organizacional*. Boston: Springer, Boston, MA.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados*. México : Pearson Educación.
- Mayer, J. D. (2003). *Structural divisions of personality and the classification of traits*. Estados Unidos: Review of General Psychology.
- Michael Porter. (1980). *Competitive Strategy*. The Free Press, a division of Macmillan publishing Co.
- Mintzberg, H. (1983). *Power In and Around Organisations*. Prentice Hall.
- Mintzberg, H. Y. (1993). *El Proceso Estratégico: Conceptos, contextos y casos*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Monreal José Luis. (1982). *Antecedentes de ferretería a nivel mundial*. Barcelona: Grupo editorial Océano.

- Montoya, A. M. (Enero- Abril de 2010). Situación de la competitividad de las PYMES en Colombia: Elementos actuales y retos. *Agronomía Colombiana*, 28(1), 107- 117.
- Montoya, A., Montoya, I., & Castellanos, O. (2010). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos *Agronomía Colombiana de la Universidad Nacional de Colombia. Competitividad.*
- Muller. (1995). *Competitividad y estrategias empresariales*. Mexico DF.
- Naghi, M. (2005). *Metodología de la Investigación* (segunda edición ed.). Mexico: Limusa.
- Núñez, M. (2007). *Material de apoyo del seminario Gestión de la Productividad*. Barquisimeto - Venezuela: Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre.
- Ñaupas Paitan, H., Mejía Mejía, E., & Novoa Ramirez, E. (2014). *Metodología De La Investigación Cuantitativa - Cualitativa Y Redacción De La Tesis*. Bogota: EDICIONES DE LA U.
- Parasuraman, A., & Zeithalm, V. &. (1988). *SERVQUAL: una escala de elementos múltiples*. Diario de venta al por menor.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). La calidad de servicio percibida como una medida de desempeño basada en el cliente. *Special Issue:Performance Measurement and Management*.
- Pérez, J. A. (2009). *Gestión Por Procesos* (Vol. 3era). Madrid: Esic editorial.
- Philip, K. (1997). *Gestión de marketing*. EE.UU.: Prentice-Hall International Edition.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. Estados Unidos: The Free Press, a division of Macmillan publishing Co.
- Porter, M. (1991). ventaja competitiva de las naciones. En M. E. Porter. Barcelona: Vergara Editor S.A.
- Porter, M. (1991). *ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona: Vergara Editor S.A.
- Prokopenko, J. (1991). *La gestión de la productividad*. Distrito Federal, Mexico: Limusa: Noriega.
- Reyes Leen, V. J. (2015). *"Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa – 2015"*. Arequipa: Universidad Católica san pablo.
- Reyes, A. (2007). *Administración Moderna*. Distrito Federal, Mexico: Limusa Noriega Editores.
- Ríos, F., & Sánchez, J. (1997). *Eficacia Organizacional*. Madrid.
- Rivera, S. A. (2017). *"PROPUESTA DE TÉCNICAS DE GESTIÓN PARA UNA POTENCIAL"*. Arequipa.
- Rodríguez, J. (2006). *Administración con enfoque estratégico* (Vol. 1). EEUU: TRILLAS EDUFORMA.
- Rodríguez, M. A. (2010). *Métodos de investigación: Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. Distrito Federal: Editorial Pandora.
- Rodríguez, V. J. (2006). *Administración con enfoque estratégico* (Vol. 1). EEUU: TRILLAS EDUFORMA.

- Romero, G. (2014). *Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, de las MYPEs del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado*. Piura.
- Rubio. (2013). *Factores determinantes de la Competitividad de las Micro Empresas en México*.
- Rubio, P. (2008). *Introducción a la Gestión Empresarial*. España: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Saavedra, G. M. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso del Distrito Federal, México. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, 32.
- Solleiro, C. (2005). *Concepto de competitividad*.
- Solleiro, c. (2005). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal. *FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW*.
- Stephen, R. C. (2005). *Administración* (Octava ed.). Mexico: Pearson Educacion de Mexico SA de CV.
- SUNAT. (2018). Recuperado el Domingo de Marzo de 2019, de <http://cpe.sunat.gob.pe/micro-y-pequena-empresa-mype>
- SUNAT. (s.f.). Ley de promocion y formalizacion de MYPEs. *Articulo N°2, Modificacion del articulo 3° Ley N° 28015*.
- Taylor, F. W. (1969). *Principios de la Administración Científica* (Vol. 11° edición). México: Herrero Hnos. S. A.
- Thompson, I. (2005). *satisfaccion del cliente* .
- Torres, D., & Vega, D. (2007). *Ventajas competitivas en empresas multilatinas de origen Chileno- Seminario de Título para optar al Título de Ingeniero comercial Mencion en Administración*. Santiago de Chile: Facultad de economía y negocios, Universidad de Chile.
- Trijuljo Sozoranga, C. E. (2012). *Plan de importacion, comercializacion y distribucion de azulejos para ciudad de Quito dese Colombia*.
- Van Den Berghe, E. (2016). *Gestión Gerencial y Empresarial aplicadas al siglo XXI* (Tercera Edicion ed.). Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones.