

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

La Gestión Empresarial y la Competitividad en las Empresas
Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022

Para Optar	: El Título Profesional de Licenciado en Administración
Autor	: Bach. Alonso Tapia, Jesus Alberto
Asesor	: Mg. Graciela Soledad Verastegui Velasquez
Línea de Investigación	: Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos
Fecha de Inicio y Culminación	: 14.12.2021 - 08.07.2022

Huancayo – Perú

2022

HOJA DE APROBACION DE JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS:

La Gestión Empresarial y la Competitividad en las Empresas
Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022

PRESENTADO POR:

Bach. Alonso Tapia, Jesus Alberto

PARA OPTAR EL TITULO DE:

Licenciado en Administración

Escuela Profesional de Administración y Sistemas

Aprobada por los siguientes jurados: PRIMER MIEMBRO:

DECANO : _____
DR. EUTIMIO CATALINO JARA RODRIGUEZ

PRIMER MIEMBRO : _____
DR. BEJAR MORMONTOY AGUEDO ALVINO.

SEGUNDO MIEMBRO : _____
MTRO. ALDANA LOPEZ ALBERTO VIDAL

TERCER MIEMBRO : _____
MG. CAMAYO MEZA MELQUIADES FLAVIO

Huancayo 06 de Abril del 2023

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

La Gestión Empresarial y la Competitividad en las Empresas
Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022

Para Optar : El Título Profesional de Licenciado en
Administración

Autor : Bach. Alonso Tapia, Jesus Alberto

Asesor : Mg. Graciela Soledad Verastegui Velasquez

Línea de Investigación : Ciencias Empresariales y Gestión de los
Recursos

Fecha de Inicio y : 14.12.2021 - 08.07.2022
Culminación

Huancayo – Perú

2022

La Gestión Empresarial y la Competitividad en las Empresas
Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022

ASESOR

Mg. GRACIELA SOLEDAD VERASTEGUI VELASQUEZ

DEDICATORIA

La presente tesis es dedicada a nuestros padres Jesús Erasmo, Martha, por haberme forjado como persona, a ellos debemos nuestros logros y por la motivación que día a día nos dan para seguir cumpliendo nuestras metas.

Los autores

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la universidad por forjarnos buenos valores en el proceso de estudios y a las autoridades de nuestra facultad de ciencia administrativas y contables.

A la Mg. Graciela Soledad Verastegui Velásquez por su profesionalismo, trabajo en equipo, orden y compromiso, quien me enseñó el proceso de investigación para realizar la tesis.

Jesús Alberto

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

CONSTANCIA DE ÍNDICE SIMILITUD (EXPEDITO SEGÚN ART. 8.4)

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables deja:

CONSTANCIA

Que, El Bachiller: **ALONSO TAPIA JESÚS ALBERTO**; de la escuela profesional de Administración y Sistemas, ha presentado su informe final de TESIS titulado: **"LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS DE LA CIUDAD DE HUANCAYO-2022."** originalidad en el **SOFTWARE TURNITIN** obteniendo el **Porcentaje** de similitud de **23%**, el cual se encuentra dentro del porcentaje permitido.

Se expide el presente, para efectos de continuar con los tramites concernientes a la obtención de su título profesional.

Huancayo, 28 de diciembre del 2022



Dr. Armando Juan Aduato Avila
Director de Unidad de Investigación
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CONTENIDO

HOJA DE APROBACION DE LOS JURADOS	ii
FALSA PORTADA	iii
ASESOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
CONSTANCIA DE SIMILITUD.....	viii
CONTENIDO	ix
CONTENIDO DE TABLAS	xii
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCION	xvii
CAPITULO I	1
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.2. Delimitación del problema	2
1.3. Formulación del problema	3
1.3.1. Problema General.....	3
1.3.2. Problemas Específicos	3
1.4. Justificación de la investigación.....	3
1.4.1. Justificación Social	3
1.4.2. Justificación Teórica	4

1.4.3.	Justificación Metodológica	4
1.5.	Objetivos de la investigación	5
1.5.1.	Objetivo General	5
1.5.2.	Objetivos Específicos.....	5
CAPITULO II.....		6
II.	MARCO TEORICO	6
2.1.	Antecedentes	6
2.2.	Bases teóricas o científicas.....	20
2.3.	Marco Conceptual (De las variables y dimensiones)	27
CAPITULO III.....		30
III.	HIPÓTESIS.....	30
3.1.	Hipótesis general	30
3.2.	Hipótesis específicas	30
3.3.	Variables (Definición conceptual y Operacionalización)	30
CAPITULO IV		34
IV.	METODOLOGIA	¡Error! Marcador no definido.
4.1.	Método de investigación	34
4.2.	Tipo de investigación	34
4.3.	Nivel de investigación.....	35
4.4.	Diseño de la investigación.....	35
4.5.	Población y muestra	36
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37

4.7. Técnicas de procedimiento y análisis de datos.....	40
4.8. Aspectos éticos de la investigación.....	42
CAPITULO V.....	43
V. RESULTADOS.....	43
5.1. Descripción de resultados.....	43
5.2. Contraste de hipótesis.....	54
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	62
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES.....	67
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	69
ANEXOS.....	73
Matriz de consistencia.....	74
Matriz de Operacionalización de las Variables de Investigación.....	75
Matriz de Operacionalización del instrumento.....	77
Instrumento de investigación.....	79
Confiabilidad y validez.....	81
La data de procesamiento de datos.....	90
Consentimiento informado.....	92

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de las Variables de Investigación.	32
Tabla 2 Cantidad de Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo.....	36
Tabla 3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	37
Tabla 4. Validez	38
Tabla 5. Confiabilidad.....	39
Tabla 6. Confiabilidad para la variable gestión empresarial	40
Tabla 7. Confiabilidad para la variable competitividad	40
Tabla 8. Técnicas e instrumentos	40
Tabla 9. Gestión Empresarial.....	43
Tabla 10 Planificación	44
Tabla 11. Organización	45
Tabla 12. Eficiencia	46
Tabla 13. Dirección.....	47
Tabla 14. Control	48
Tabla 15. Competitividad.....	49
Tabla 16. Servicio	50
Tabla 17. Calidad	51
Tabla 18. Estrategia.....	52
Tabla 19. Precio	53
Tabla 20. Prueba de correlación para la hipótesis general	54
Tabla 21. Equivalencias de correlación	54
Tabla 22. Prueba de correlación para la primera hipótesis específica	56
Tabla 23. Equivalencias de correlación	56
Tabla 24. Prueba de correlación para la segunda hipótesis específica.....	57

Tabla 25. Equivalencias de correlación	58
Tabla 26. Prueba de correlación para la tercera hipótesis específica	59
Tabla 27. Equivalencias de correlación	59
Tabla 28. Prueba de correlación para la cuarta hipótesis específica	60
Tabla 29. Equivalencias de correlación	61

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1. Gestión Empresarial	43
Figura 2 Planificación	44
Figura 3. Organización	45
Figura 4. Eficiencia.....	46
Figura 5. Dirección	47
Figura 6. Control.....	48
Figura 7. Competitividad	49
Figura 8. Servicio.....	50
Figura 9. Calidad.....	51
Figura 10. Estrategia.....	52
Figura 11. Precio.....	53

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: La Gestión Empresarial y la Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022, tiene como objetivo general: Determinar la relación entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. El tipo de investigación es básica, nivel correlacional, diseño no experimental: de corte transversal por la no manipulación de sus variables, porque las relaciones descritas entre las variables se dan en un momento dado. La población en la investigación estuvo conformada por 55 empresas constructoras de la ciudad de Huancayo y con una muestra censal. El instrumento de investigación que se utilizó para la recolección de datos fue el cuestionario, con una escala de medición de 5 alternativas y estructura con 27 ítems (15 ítems por la variable gestión empresarial y 12 para la variable competitividad). La tesis demuestra como resultado que el planeamiento estratégico influye significativamente en la Gestión Municipal de la Municipalidad Provincial de Huancayo-2021. La conclusión obtenida sobre la base de los resultados determina la existencia de una relación positiva fuerte entre la gestión empresarial y competitividad de las empresas constructoras de la ciudad de Huancayo con Rho de Spearman de 0.862, también se encontraron correlaciones positivas medias y fuertes para las hipótesis específicas: H_1 : 0.668; H_2 : 0.801; H_3 : 0.652 y H_4 : 0.668.

Palabras claves: Gestión Empresarial y Competitividad

ABSTRACT

The present research work entitled: Business Management and Competitiveness in the Construction Companies of the City of Huancayo-2022, has as a general objective: To determine the relationship between Business Management and Competitiveness in the Construction Companies of the City of Huancayo - 2022. The type of research is basic, correlational level, non-experimental design: cross-sectional due to the non-manipulation of its variables, because the relationships described between the variables occur at a given time. The population in the investigation was made up of 55 construction companies from the city of Huancayo and with a census sample. The research instrument used for data collection was the questionnaire, with a measurement scale of 5 alternatives and a structure with 27 items (15 items for the business management variable and 12 for the competitiveness variable). The thesis shows as a result that strategic planning significantly influences the Municipal Management of the Provincial Municipality of Huancayo-2021. The conclusion obtained on the basis of the results determines the existence of a strong positive relationship between business management and competitiveness of construction companies in the city of Huancayo with Spearman's Rho of 0.862, medium and strong positive correlations were also found for the hypotheses specific: H1: 0.668; H2: 0.801; H3: 0.652 and H4: 0.668.

Keywords: Business Management and Competitiveness

INTRODUCCION

La presente tesis tiene **como OBJETIVO PRINCIPAL**: Determinar la relación entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

La presente tesis surge de una observación directa donde fui colaborador de algunas empresas constructoras de la ciudad de Huancayo, donde pude evidenciar que existe problemas Gestión Empresarial con un manejo incorrectamente, por culpa del mal manejando no hay una planeación, organización, eficiencia y dirección donde estamos teniendo problemas con los colaboradores de dicha empresa para la cual esa situación me llamo la atención para que justamente lleve a cabo la investigación. Como observe esa problemática acerca de la Gestión Empresarial y la competitividad a los colaboradores me tome el trabajo de revisar bibliotecas virtuales relacionado a esa temática y la revisión de las bibliotecas virtuales me ha permitido conocer la realidad problemática en otros contextos por ejemplo hemos revisado tesis de Lima, Tesis de Huancayo, etc. donde tengo 10 antecedentes donde todos ellos mostraban y/o escriban esa realidad problemática que alguna manera se parece a la realidad problemática en contexto de la investigación. Así mismo no solo se hizo la revisión contexto nacional si no también del texto internacional se pudo observar investigación por ejemplo de México, Nicaragua, etc. donde también en esas naciones hay también el tema de la Gestión Empresarial y la competitividad, donde esas realidades también son muy parecidas a la realidad que se investigó. Ello ha sido el interés que nos motivó a realizar la investigación.

Asimismo, la presente investigación está compuesta por seis capítulos y para un mejor entendimiento del contenido de la investigación se estructuro la siguiente manera

El primer capítulo se denomina Planteamiento del problema, aquí se desarrollan tópicos como la descripción de la realidad problemática, delimitación del problema, la justificación, entre otros. En éste primer capítulo se pone énfasis a la formulación del problema,

la cual tiene como **pregunta general**: ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022?, asimismo se presenta el **objetivo general** Determinar la relación entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo, 2022 y **Específicos**: Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo 2022, Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo 2022, Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo 2022, Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo 2022.

En el **capítulo dos** se desarrollan los antecedentes de investigación, a fin de observar los trabajos predecesores y saber hasta dónde ha quedado el status de las investigaciones sobre la Gestión Empresarial (variable 1) Competitividad (variable 2), asimismo se detallan las bases teóricas de la investigación, las cuales se profundizaron y sistematizaron de acuerdo a las variables de investigación. Asimismo, se tiene el marco conceptual donde a manera de glosario se definen términos importantes de la investigación.

Posteriormente en el **capítulo tres** se presenta la **hipótesis general**, el cual es: “Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.”. También, las **hipótesis específicas** Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo 2022, Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo 2022, Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo 2022, Existe una relación

directa y significativa entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo 2022.

Luego, en el **capítulo cuatro** se despliega la metodología, donde se desarrollan y describen las formas en cómo se procedió a recabar información y cómo se procesó la información, de tal suerte que, para la presente investigación, se utilizó como método general el método científico, el método específico descriptivo, el tipo de investigación básica – no experimental y un nivel correlacional, el diseño descriptivo – correlacional, seguidamente se utilizó Rho de Spearman para el análisis y el proceso de datos estadístico.

Finalmente, en el **capítulo cinco** denominado resultados, se puso en evidencia los resultados descriptivos con su respectiva interpretación, también la contratación de hipótesis, el análisis y discusión de resultados, las conclusiones, recomendaciones y las Referencias Bibliográficas.

Finalmente está la sección de Anexos, donde se encuentra: La matriz de consistencia, operacionalización de variables, matriz de operacionalización del instrumento de gestión del talento humano, matriz de operacionalización del instrumento calidad de atención, instrumento de investigación, constancia de aplicación del instrumento, confiabilidad y validez del instrumento, data de procesamiento de datos y consentimiento informado

CAPITULO I

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Los estudios realizados por Pereira, C. citado por (Fernández, 2010), plantea que la administración empresarial se constituye en una labor forzosa en el entorno nuevo de los negocios sin que importe la actividad económica o la magnitud de las empresas, máxime con las exigencias recientes de la globalización y la obtención de resultados como prioridad en cualquier organización que se emprenda. Bajo esta óptica, la administración organizacional se constituye en el eje de desarrollo, productividad y competitividad de las organizaciones del nuevo siglo, orientadas a la globalización de negocios y posicionamiento en los mercados.

Por otro lado, el análisis de la gestión empresarial de dichas organizaciones cobra relevancia para su crecimiento, desarrollo y sostenibilidad. De mismo modo, es fundamental implantar que no solo la gestión individual puede contribuir al triunfo empresarial, sino además por medio de la asociación de organizaciones como lo menciona Lozano (2010), "la experiencia internacional y nacional indica que la organización asociativa de micros, pequeñas y medianas empresas es una forma de competir eficaz y unificadamente con los mercados internacionales" (p. 178), soportada en una eficiente gestión empresarial.

A nivel nacional, en torno al 80% de organizaciones que hay en el Perú poseen problemas, de acuerdo a la información del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), publicado en el diario Gestión (2020). Alguno de los problemas que puede influir de manera considerable a la gestión empresarial en el mercado es la carencia de planeación estratégica empresarial debido a que la organización no se propone trazar su visión a través de un plan estratégico por lo que genera un gran desconcierto

y confusión entre los colaboradores, puesto que no tienen claro cuál es el camino que debe seguir la empresa, hacia donde se dirige y que es lo que se espera de los colaboradores para conseguir los objetivos deseados y más que nada mejorar la competitividad en el mercado.

De igual manera, conforme con la encuesta Nacional de Empresas (2015) desarrollada por el Ministerio de la Producción (PRODUCE), da a conocer que la gestión empresarial en el Perú enfrenta ciertas dificultades referentes a su crecimiento y especialización debido a que no permiten mejorar su productividad y mostrarse más competitiva a nivel nacional, uno de los problemas más resaltantes es el difícil acceso al financiamiento, la baja penetración de tecnologías de la información y comunicación (TIC), la falta de planificación, calidad de los procesos y otros.

De acuerdo con el diario Andina (2021) nos menciona que para mejorar los problemas de gestión empresarial se debería hacer el análisis FODA, realizar una adecuada planificación ya que es el punto más importante para llevar a cabo el plan de acción y además este debería tener un plazo definido, la implementación es la parte donde las empresas deben ejecutar el plan de acción para mejorar la gestión empresarial y al final hacer un seguimiento o monitoreo cada día hasta conseguir una buena administración.

1.2. Delimitación del problema

a. Delimitación Espacial

La presente investigación se realizó en la Ciudad de Huancayo, Cercado de Huancayo, Provincia de Huancayo, Departamento de Junín tomando en cuenta que son empresas constructoras de la ciudad.

b. Delimitación Temporal

El desarrollo de esta investigación fue tomando fundamentalmente en cuenta a partir de la determinación del problema, aplicación del instrumento con trabajo de campo y concluye con los resultados todos en el periodo del 2022.

c. Delimitación Conceptual o Temática

La presente investigación se desarrolló sobre las distintas teorías, definiciones y principios de las variables gestión empresarial y competitividad cada uno con sus respectivas dimensiones e indicadores.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022?

1.3.2. Problemas Específicos

- a. ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022?
- b. ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022?
- c. ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022?
- d. ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo-2022?

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación Social

Referente a la justificación social, se puede determinar que la presente investigación sobre las teorías de Gestión Empresarial y su relación con la competitividad desde de un punto de las Ciencias Administrativas, permitirá

conocer al detalle el manejo de la gestión empresarial en las empresas constructoras de la Ciudad de Huancayo. y así como conocer la competitividad de esta empresa en el mercado.

1.4.2. Justificación Teórica

Cabe mencionar que, una de las principales razones para realizar la presente investigación, es demostrar cual es el impacto y trascendencia que trae las teorías de Gestión Empresarial propuesta por **Ucha (2011)** y las teorías sobre Competitividad propuesta por **Monterroso (2016)**. Visiblemente existen muchas teorías sobre Gestión Empresarial y Competitividad, no obstante, el análisis y estudio de las distintas teorías, nos ayudará a conocer con cuál de las teorías los propietarios y ejecutivos de las Empresas Constructoras se encuentran plenamente identificados.

1.4.3. Justificación Metodológica

La justificación metodológica, hace referencia al logro de los objetivos generales y específicos propuestos en el presente Proyecto de Investigación, para eso usaremos como técnica de investigación a la encuesta y como instrumento al cuestionario para medir las variables gestión empresarial y competitividad cada uno con sus respectivas dimensiones e indicadores.

El cuestionario como instrumento de investigación fue construido en función a las variables y dimensiones y a sus respectivos indicadores y antes de su aplicación a los Propietarios y Ejecutivos de las empresas constructoras, y previamente sometido a la opinión de expertos (Licenciados en Administración con experiencia en investigación), con la finalidad de darle validez a nuestro instrumento.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022

1.5.2. Objetivos Específicos

- a.** Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022
- b.** Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022
- c.** Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022
- d.** Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo – 2022

CAPITULO II

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Para la ejecución de esta investigación se procedió a la búsqueda y revisión de trabajos de tesis de pre grado la cual guarden relación con el tema de investigación, lo que nos ayudará la ampliación de nuestros conocimientos del asunto de manera más concisa.

Antecedentes Internacionales

Según Cortés, D. (2018). En su tesis titulada: “*Innovación en la gestión empresarial para generar ventaja competitiva*” Tesis para optar el grado académico de Magíster en Ciencias de Administración de Negocios. El principal objetivo de esta investigación es diseñar una serie de estrategias que a través de la innovación en la gestión empresarial permita elevar la competitividad de una empresa mediana con recursos limitados. El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo descriptiva, diseño de investigación mixto. La población de este trabajo de investigación lo conforman el personal de una empresa mediana en el sector de alimentos que hacen un total de 52 personas. Se usó la muestra censal.

Conclusiones:

- a. Una organización no debe de tener incertidumbre a la gestión, a redactar los procesos, a llevar registros, a capacitar a su personal y a crear una cultura, pues todo ello se basa en la ideología de sus directivos quienes proporcionan sentido a la organización y quienes tienen que ser principales promotores de ello.
- b. La gestión empresarial parte desde los directivos, lo cual pretenden conseguir y en donde visualizan a la organización en el tiempo. Razón por

la cual, la innovación en los procesos administrativos recientes impacta en el área productiva, reeditarán en la organización a través de la creación de valor y una mejor posición en el mercado, entendida como ventaja competitiva.

- c.** Resulta necesario fortalecer la gestión empresarial de las unidades económicas para llevar un control correcto de los recursos con que cuenta, administrarlos de forma eficiente y hacer los presupuestos y alianzas que permitan avanzar sus actividades a través del tiempo. Las declaraciones de misión y visión deben ser las guías del crecimiento de la organización.
- d.** Según el INEGI (2015), para empresas medianas del sector manufacturero por cada 100 negocios 70% de las unidades económicas no sobreviven un tiempo de 10 años. Diferentes estudios empíricos y reportajes se han elaborado sobre las causas de esta alta de cierre para las organizaciones, no obstante, Ropega (2011) Kamel and Adrian (2004) concuerdan en la estrategia y planificación como actividades fundamentales para evitar el fracaso en pequeñas y medianas organizaciones, mientras que estos puntos derivan de la gestión directiva de la organización.

Según Espinoza, V. (2017). Según su tesis titulada: “*Modelo de gestión empresarial y la incidencia en la productividad de la empresa Diamante Negro del Cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua*”. Tesis para obtener el grado académico de Licenciada en Ingeniería en empresas y administración de negocios. El objetivo general fue determinar las estrategias de marketing más apropiadas para fidelizar a los socios de AHORA –LL – Trujillo, 2014. El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo descriptiva, exploratoria y correlacional, diseño de investigación fue cuantitativa y cualitativa. La población de este trabajo de investigación lo conforman los trabajadores de la empresa “Diamante Negro” que hacen un total de

15 personas. La muestra estará tomada a las 15 personas que pertenecen a la empresa “Diamante Negro”

Conclusiones:

- a. Se ha determinado que las necesidades de la empresa son varias como: falta de publicidad, falta de estrategias de comercialización para el posicionamiento de la marca de la empresa Diamante Negro, para que las personas conozcan a fondo que ofrece la empresa y que beneficios brinda.
- b. Gracias a la metodología que se utilizó en la investigación se logró mediante la observación de campo y las encuestas y entrevistas detectar las falencias de la empresa por lo tanto es de mucha importancia que la empresa cuente con estrategias del ciclo de Deming.
- c. Es importante recalcar que gracias a esta investigación la empresa “Diamante Negro” mejora la productividad y por lo tanto proveerá de mejor manera a sus clientes y por consiguiente las utilidades de la empresa se incrementarán considerablemente y de esta manera la empresa llegará al éxito
- d. Se analizó que la empresa no ha acudido al personal adecuado para promocionar la marca como por ejemplo una página web, pagina en Facebook, etc.

Según López, M. (2019). Según su tesis titulada: “*Análisis de la competitividad de las artesanías de San Antonio la isla en el estado de México*”. Tesis para obtener el grado académico de Licenciado en Relaciones Económicas Internacionales - Tenancingo de Degollado, Estado de México. El objetivo general fue la determinación de la competitividad para poder realizar la propuesta de valor para los artesanos de San Antonio la Isla. El tipo de investigación que se utilizó fue de

tipo no experimental, diseño de investigación no transversal. La población de este trabajo de investigación lo conformó la asociación de artesanos en San Antonio la Isla, que hacen un total de 50 personas. La muestra está compuesta 30 artesanos de San Antonio la Isla.

Conclusiones:

- a. A lo largo de la investigación se pudieron observar distintos resultados tanto negativos como positivos, derivado de a que los objetivos planteados en dicho trabajo no fueron cumplidos al cien por ciento a consecuencia de que sus insumos y costos en materia prima no son específicos y por lo cual los artesanos se abstuvieron en dar más información de sus costos de producción, es por ello por lo que en el apartado de costos solo se tiene información de los costos finales en un panorama general.
- b. A pesar de los obstáculos que se tuvieron para obtener dicha información, se pudo llegar al objetivo principal, el resultado lanzo que las artesanías de San Antonio la Isla son aun competitivas dentro del estado de México en un nivel promedio. Pero esto puede ir disminuyendo a causa de las nuevas generaciones que ya no aprecian los juguetes de madera, en vista que la tecnología los está absorbiendo de una manera impresionante. Hoy en día es muy difícil poder obtener la materia prima como el pin, delo a las normas ambientales que existen dentro del estado de México poniendo en riesgo su elaboración. Es increíble ver como los extranjeros pueden apreciar más la cultura mexicana que los propios mexicanos.
- c. Es por ello que con apoyo de la propuesta de valor se pretende a que más personas conozcan de dónde vienen y como son realizadas las artesanías del municipio y poder aumentar más el ingreso de los artesanos por medio

de la página de internet que fue pensada por parte de la información recabada, esperando poder aumentar el segmento de población a un segmento con mayores recursos y que la artesanía deje de ser pagada tan barata como se ha venido haciendo a los productores y hacer esto un canal directo con el vendedor final y dejar a un lado el consumidor intermediario que son los más beneficiados a costilla del productor.

Según Mejía, T. (2016). Según su tesis titulada: *“Propuesta para mejorar el servicio al cliente de las empresas de ferretería y tlapalería de la heroica ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad”*. Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Administración de Negocios – Huajuapán de León, Oaxaca. El objetivo general fue diseñar una propuesta de mejora al servicio al cliente en las empresas de ferretería y tlapalería ubicadas en la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad. El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo exploratorio y diseño de investigación cualitativo. La población de este trabajo de investigación lo conformaron las empresas de ferretería y tlapalería que se ubican en la ciudad de Huajuapán de León.

Conclusiones:

- a. De manera local abastece un 90% de lo requerido; sin embargo, los clientes manifestaron que, a las empresas ubicadas en esta ciudad con el giro de ferretería y tlapalería, les es necesario mejorar el servicio al cliente, siendo está un área de oportunidad prioritaria a atender.
- b. El 87% de los casos la capacitación normalmente es impartida por el dueño, gerente o por el empleado con mayor antigüedad, quien explica al personal de nuevo ingreso las funciones que deberá realizar. La capacitación técnica

que reciben los 85 empleados también es proporcionada por el propietario o gerente, y sólo en algunas ocasiones es impartida por el proveedor o especialista en el tema.

- c. A partir del diagnóstico actual de las empresas de ferretería y tlapalería, se pudieron detectar las áreas de oportunidad principales con respecto al servicio al cliente. El área a la que se detectó que se le debe dar prioridad es la de entregas a domicilio, ya que los clientes la ven como deficiente y con muchas opciones de mejora. Las otras áreas detectadas son Merchandising, asesoría, atención rápida y amable y opciones de pago.
- d. Debido a la importancia que tienen estas empresas como un estabón en el giro de la construcción, se sugiere que, de requerir asesoría en la implementación de esta propuesta, se acudan a instituciones de educación superior como la Universidad Tecnológica de la Mixteca, donde pueden apoyo.

Antecedentes Nacionales

Según Ataucusi, L. (2019). En su tesis titulada: "*Planeamiento estratégico y gestión empresarial del centro comercial mega centro 1040 en el año, 2018*". Para optar el grado académico de Licenciada en Administración, en la Universidad Continental, Huancayo - Perú. El objetivo general fue determinar la influencia del planeamiento estratégico en la gestión empresarial del Centro Comercial Mega Centro 1040 en el año 2018. El tipo de investigación es aplicada y el diseño de investigación es no experimental, trabajó con una población de 75 personas conformado por los dueños de las microempresas que existe dentro del Centro Comercial Mega Centro 1040 y la muestra es censal.

Conclusiones:

- a.** Respecto al objetivo general, según las estimaciones sobre el grado de relación entre las variables, se ha concluido que existe una influencia directa y significativa entre el planeamiento estratégico y la gestión empresarial del Centro Comercial Mega Centro 1040 en el año 2018. Los resultados obtenidos evidencian que existe una correlación positiva, moderada y fuerte (Rho de Spearman de 0,623), lo cual significa que a mayor planeamiento estratégico mayor gestión empresarial.
- b.** En relación al objetivo específico “1”, según las estimaciones sobre el grado de relación entre la dimensión y la variable, se ha concluido que existe una relación positiva débil ($r=0.34$); por tanto, se afirma que la filosofía estratégica influye de manera directa y significativa en la gestión empresarial del Centro Comercial Mega Centro 1040 en el año 2018. Esta afirmación significa que a mayor filosofía estratégica será mejor la gestión empresarial.
- c.** En relación al objetivo específico “2”, según las estimaciones sobre el grado de relación entre la dimensión y la variable, se determina que existe una relación directa y significativa entre la auditoría externa e interna y la gestión empresarial del Centro Comercial Mega Centro 1040 en el año 2018 el ($r=0.666$) lo cual evidencia que la relación es positiva moderada y fuerte. Este resultado demuestra que a mayor auditoría externa e interna será mejor la gestión empresarial.
- d.** En relación al objetivo específico “3”, según las estimaciones sobre el grado de relación entre la dimensión y la variable, se obtuvo que el ($r=1.000$) que evidencia una relación positiva perfecta. De acuerdo a este resultado se determina que, la generación y selección de estrategias influye de manera positiva y significativa en la gestión empresarial del Centro Comercial

Mega Centro 1040 en el año 2018, lo cual indica que a mayor generación y selección de estrategias será mejor la gestión empresarial.

Según Pucuhuaranga, L. (2019) en su tesis titulada: “*Gestión empresarial para mejorar la productividad laboral en la empresa Illetes Contratistas Generales E.I.R.L., Huancayo – 2018*”. Para optar el grado académico de Maestro en Administración - Huancayo, Perú. El objetivo general fue determinar en qué medida la gestión empresarial mejora la productividad en la empresa Illetes contratistas generales E.I.R.L Huancayo, 2018. El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo básica, el diseño de la investigación fue cuantitativo. La población de este trabajo de investigación lo conformaron los trabajadores de la empresa Illetes contratistas generales E.I.R.L., que son correspondientes al segundo semestre del 2018 y primer semestre del 2019, se tomó un subconjunto para la muestra respecto al segundo semestre del 2018 y primer semestre del 2019.

Conclusiones:

- a. Se determinó que la gestión empresarial mejora significativamente la productividad en la empresa Illetes contratistas generales E.I.R.L Huancayo, 2018. ($p=0.000<0.05$), donde; antes de la aplicación de la gestión empresarial la mayoría de los trabajadores de la Empresa Illetes Contratistas General E.I.R.L. percibe un nivel bajo de eficiencia (92%) y después de la aplicación de la gestión empresarial la mayoría de los trabajadores un nivel alto de productividad (60%).
- b. Se determinó que la gestión empresarial mejora significativamente la eficiencia en la empresa Illetes contratistas generales E.I.R.L. Huancayo, 2018. ($p=0.000<0.05$), donde; antes de la aplicación de la gestión empresarial la mayoría de los trabajadores de la Empresa Illetes Contratistas General E.I.R.L. percibe un nivel bajo de eficiencia (92%) y

después de la aplicación de la gestión empresarial la mayoría de los trabajadores percibe un nivel alto de eficiencia (60%)..

- c. Se determinó que la gestión empresarial mejora significativamente la eficacia en la empresa Illetes contratistas generales E.I.R.L Huancayo, 2018. ($p=0.000<0.05$), donde; antes de la aplicación de la gestión empresarial la mayoría de los trabajadores de la Empresa Illetes Contratistas General E.I.R.L. percibe un nivel bajo de eficacia (92%) y después de la aplicación de la gestión empresarial la mayoría de los trabajadores percibe un nivel alto de eficacia (76%).

Según Castillo, J. (2017) en su tesis titulada: *“La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPES del centro comercial COVIDA, Los Olivos, año 2017”*. Tesis para obtener el grado académico de Licenciado en Administración – Lima, Perú. El objetivo general fue determinar la influencia que existe entre la gestión empresarial y la competitividad de las MYPES del sector comercial en el distrito de los Olivos, año 2017. El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo aplicada y el diseño de investigación fue no experimental - transversal. La población de este trabajo de investigación lo conformaron 34 empresarios que laboran dentro del centro comercial Covida. La muestra fue censal igual al número total de la población que conforman 34 empresarios.

Entre sus principales **conclusiones**:

- a. Se determinó que existe una influencia significativa de la gestión empresarial en la competitividad. Por ende, concluyó que una MYPE con una buena gestión empresarial repercute significativamente en la competitividad, dado que, para ser competitivos de manera empresarial, es conveniente mantener la gestión empresarial constante en las empresas.

- b. Se determinó que existe una influencia significativa de la planeación empresarial en la competitividad de las MYPEs. Se concluye por lo tanto que la planeación empresarial impacta significativamente en la competitividad de las MYPEs, teniendo en cuenta que la planeación empresarial es de vital importancia puesto que genera una mayor competitividad empresarial.
- c. Se determinó que existe una influencia significativa de la gestión empresarial en las estrategias de liderazgo global en costos, diferenciación y concentración de mercado de las MYPEs. Por ello se concluye que la gestión empresarial impacta significativamente en las estrategias de liderazgo global en costos, diferenciación y concentración de mercado de las MYPEs, dado que la utilización correcta y de manera constante de las estrategias conlleva a una ventaja competitiva sobre sus competidores directos o indirectos.
- d. Se determinó que existe una influencia significativa de la organización empresarial en la competitividad de las MYPEs. Por ende, se puede concluir que a partir de una buena organización empresarial genera un efecto significativo en la competitividad de las MYPEs teniendo en cuenta que una buena organización empresarial conlleva a generar un mejor desarrollo empresarial con objetivos y metas clara dentro de las MYPEs.

Según Inderique, P. & Yanasupo, Y. (2019) en su tesis titulada: *“Relación del servicio al cliente y la competitividad en el tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo – 2017”*. Para optar el grado académico de Licenciado en Administración – Huancayo, Perú. El objetivo general fue determinar de qué manera se relaciona el servicio al cliente y la competitividad en el Tragamonedas “Money Money” S.A.C - Huancayo. El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo básica y diseño de

investigación descriptivo. La población fue de 1100 personas. La muestra está compuesta 445 personas que acuden al tragamonedas “Money Money”.

Entre sus principales **conclusiones:**

- a. Se determinó que el servicio al cliente se relaciona directamente en un $(rs=0,848)$ y altamente significativa $(p=0,000 < 0,01)$ con la competitividad en el Tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo- 2017, ya que el servicio que se brinda en la empresa se ve reflejado en que el cliente opte por el servicio y nos elija frente a los competidores ya que recibe un buen servicio, pero falta que ofrezcan algo diferente e innovador y no un servicio igual, común y rutinario.
- b. Se identificó que los elementos tangibles se relacionan directamente en un $(rs=0,829)$ y altamente significativa $(p=0,000 < 0,0)$ con la competitividad en el Tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo- 2017, por el hecho de que las instalaciones físicas en las cuales se brinda el servicio son buenas, pero siempre están en el mismo lugar no se ven variaciones o cambios.
- c. Se estableció que la fiabilidad se relaciona directamente en un $(rs=0,823)$ y altamente significativa $(p= 0,000 < 0,01)$ con la competitividad en el Tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo- 2017, por que la empresa si cumple con lo que corresponde al servicio pero algunas veces cometen errores y lo dejan pasar como si nada, viendo dañado la imagen de la empresa.
- d. Se indicó que la capacidad de respuesta se relaciona directamente en un $(rs=0,813)$ y altamente significativa $(p= 0,000 < 0,01)$ con la competitividad en el Tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo- 2017, ya que los

trabajadores si cuentan con los conocimientos necesarios al ofrecer el servicio, pero no se ve que innoven y se percibe falta de capacitación y actualización ya que el mercado es cada vez más exigente con el servicio que recibe.

Según Calero, M. (2017) en su tesis titulada: “*Factores que inciden en la competitividad de las MYPES en el distrito de San Miguel*”. Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Finanzas - Callao, Perú. El objetivo general fue analizar la incidencia de los factores de gestión en la competitividad de las MYPES en el distrito de San Miguel, 2015. El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo no experimental y básica, diseño de investigación descriptivo, cuantitativo y cualitativo. La población de este trabajo de investigación lo conformaron las empresas del distrito de San Miguel que están en operación, que hacen un total de 2275. La muestra fue de 181 empresas que operan en el distrito de San Miguel.

Entre sus principales **conclusiones**:

- a. La situación de las MYPES en el distrito de San Miguel, no difiere mucho de la muestra que hemos mostrado de la gestión y competitividad, con las demás empresas MYPES, ya que su característica son muy similares, como: la concentración de actividades en los servicios, comercio e industria y elementos particulares comunes, tales como: bajos niveles de inversión, altos índices de captación de empleo, utilización de tecnología intensiva en mano de obra y el uso de insumos básicamente nacionales; enfrentando además riesgos similares por la carencia de financiamiento, al tener un limitado acceso al mercado de capitales y una insuficiente capacitación empresarial.

- b. La imposibilidad de las MYPES en el distrito de San Miguel en generar empleo en proporción al crecimiento de la oferta de fuerza de trabajo, así como el crecimiento impacto tecnológico *y diversidad de las exigencias de los consumidores.
- c. La evidencia empírica ha demostrado nuestra hipótesis principal, entonces se manifiesta que existe una relación directa entre los factores de gestión y la competitividad, por lo que concluimos que si identificamos los factores de gestión en forma oportuna va a permitir desarrollar mayores niveles de competitividad de las MYPES en el distrito de San Miguel, en consecuencia, presumimos que mejoraría su posición económica y financiera en el mercado
- d. A través de la evidencia empírica se demostró nuestra hipótesis específica 1 indicando que existe una relación directa entre el factor financiero y la rentabilidad de las MYPES, aplicando la prueba estadística de Pearson es ,de $140 > 26$, por esa razón rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa; por lo que concluimos que las condiciones en las que se ofrece los recursos financieros hacia este rubro de empresas no se brindan en las mejores condiciones, tales como se otorgan a la gran empresa, este hecho limita su desarrollo económico y financiero y en consecuencia sus niveles de rentabilidad.

Según Farfán, E. (2019) en su tesis titulada: *“Aplicación de mentoring como herramienta de mejora de la productividad y competitividad en la empresa Trunifor S.A.C”*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Contaduría Pública – Piura, Perú. El objetivo general fue aplicar el Mentoring como herramienta de mejora de la productividad y competitividad en la empresa TRUNIFOR SAC. El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo aplicada, podemos establecer que el diseño de

la investigación es de tipo no experimental, transversal. La población de este trabajo de investigación lo conformará la empresa TRUNIFOR SAC. Que hacen un total de 20 trabajadores. La muestra está 20 trabajadores de la empresa TRUNIFOR SAC.

Entre sus principales **conclusiones:**

- a. La relación entre Mentoring y el desempeño laboral , se encuentra una relación directa siendo las dimensiones más usadas: Información, basado en el asesoramiento personalizado y la proporción de consejos por parte del jefe, tenemos también a la visión del empleado con la gestión del cambio se ejecuta mediante la emancipación; la facilitación donde se produce la generación de alternativas se refleja a través del manejo del estrés, pues es muy complejo, y la confrontación, el retar para descubrir una nueva visión del cambio.
- b. Los indicadores que miden productividad, fidelidad, rendimiento, rentabilidad en la organización se dan mediante las dimensiones del Mentoring que es la relación, Información, Facilitación, confrontación, modelo mentor y Visión del empleado. En la empresa arroja como resultado, que las dimensiones más utilizadas son información, es decir, asesoramiento personalizado, visión del empleado, se traduce como la gestión del cambio; los colaboradores aseguran haber sido capacitados, e instruidos para el desarrollo de sus funciones, es por ello que se independizaron, se sienten seguros al momento de realizar una tarea delegada por el jefe; todo ello genera confianza entre colaboradores y jefes, así como también, estar atentos ante cualquier problema que se presente, dando soluciones inmediatas

- c. Al desarrollar el mentoring se mejoró los costos de la formación y desarrollo con mecanismos de autoaprendizajes, motivación, creatividad, colaboración organizacional y a la vez las estrategias utilizadas del Mentoring nos muestra diferentes indicadores positivos, como es el incremento de las ventas en harinas y aceite de manera eficiente en los procesos de extracción y producción.

2.2. Bases teóricas o científicas

A. Definición de la variable: Gestión Empresarial

Según Ucha (2011) señala que gestión empresarial se le llama a la “actividad empresarial que son dirigidos por diferentes personas especializados entre ellos están: Directores, gerentes, accionistas, consultores, entre otros, cada uno mencionado anteriormente está en la búsqueda de mejorar la productividad y competitividad de una empresa u organización. En pocas palabras la gestión empresarial está dirigida para que la empresa u organización sea viable económicamente”. (p. 509).

Hernández (2011) menciona que la Gestión Empresarial se basará en la “información más importante para la gestión de la institución, organizaciones y empresas. Para existir y prosperar, toda organización tendrá que convertirse en un agente de cambio y tecnología será el principal agente para el cambio económico”. (p. 509)

Fernández (2005), señala que la gestión empresarial “tiene un desenvolvimiento de ideas a nivel culturales en oriente y occidente, alcanzado el desarrollo del hombre en cada uno de los sistemas sociales por lo que ha pasado, ya que ha evolucionado la toma decisiones analizando sus cuatro funciones claves para el desarrollo de mando a nivel empresarial, como lo son;

planificar, organizar, dirigir y controlar, por consiguiente una gestión y persona dinámica en el mundo empresarial en el desenvolvimiento de un entorno y mercado competitivo y productivo a una escala mundial”. (p.438).

Rubio (2006), nos menciona que gestión empresarial es el “proceso cuando las empresas tratan de obtener un desarrollo corporativo, y para poder lograr ello, es necesario que los jefes superiores diseñen nuevos negocios y al mismo tiempo vigilen las funciones estratégicas más importantes. Para poder obtener un buen desarrollo corporativo se requiere un enfoque muy dinámico para diseñar y así poder adaptar las capacidades de una empresa más allá de sólo y exclusivamente explotar al máximo sus operaciones”. (p.34).

a. Dimensiones de Gestión Empresarial:

- **Planificación:** Según Robbins & Coulter (2005), ambos autores mencionan que la planificación consiste en definir todas las metas de la organización, y así poder establecer una estrategia general para alcanzar planes exhaustivos para integrar y coordinar el trabajo de la organización. Se ocupa tanto de lo fines como de los medios. (p.158).
Cibrán, Prado & Huarte (2013), menciona que la planificación se entiende por la medición de todas las acciones de la empresa, y no sólo las de carácter financiero, ya que todo flujo real tiene una contrapartida en valor monetario que debe ser valorado por la función financiera. Los documentos previsionales de la planificación, que recogen todos esos flujos previsionales, ya que el objetivo es conocer el valor de las necesidades monetarias en determinados periodos, pero siempre con la finalidad de tomar las decisiones más operativas al respecto. (p.158).

- **Organización:** Según Asturias Corporación Universitaria, menciona que la organización sirve como herramienta estratégica en la empresa, para agrupar y estructurar todos los recursos necesarios para que la empresa pueda funcionar eficientemente, entre estos recursos tenemos personas, recursos físicos y financieros, que se requieren para el cumplimiento de los objetivos trazados en la empresa de la mejor forma posible.

La organización es la segunda etapa del proceso administrativo, esto quiere decir que cualquier actividad en la empresa antes de ser ejecutada debe ser planeada y organizada. Organizar es la función administrativa que se encarga de agrupar las actividades planeadas en la empresa, para lograr el cumplimiento de los objetivos. (p.102).

Chiavenato (2000), señala que la organización es similar a la coordinación de diversas actividades de contribuyentes individuales, con el fin de poder efectuar intercambios planteados con el ambiente. (p.102).

- **Eficiencia:** Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A (2005), la eficiencia es el nivel de logro en la realización de objetivos por parte de un organismo con el menor coste de recursos financieros, humanos y tiempo, o con máxima consecución de los objetivos para un nivel dado de recursos (financieros, humanos, etc.).

Andrade (2005), define la eficiencia como la “expresión que se emplea para medir la capacidad o cualidad de actuación de un sistema o sujeto económico, para lograr el cumplimiento de objetivos determinados, minimizando el empleo de recursos”. (p. 253).

- **Dirección:** Según Terry (1986), menciona que la dirección consiste en “Lograr que todos los miembros del grupo alcancen el objetivo, de acuerdo con los planes y con la organización trazados por el jefe

administrativo”. De la misma forma establece que “La dirección es la función de guiar y de supervisar a los subordinados, orientarlos, darles la información necesaria para que puedan realizar todas las acciones para alcanzar los objetivos y metas propuestas”. La dirección como fase del proceso de la administración, es a su vez, un proceso complejo que consiste en tomar decisiones para planificar, organizar, coordinar, hacer ejecutar y controlar los actos o acciones de los individuos dentro de su institución. (p.98).

Reyes (2007), la dirección “Es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sean tomadas directamente, con más frecuencia, delegando dicha autoridad y se vigila simultáneamente que se cumplan en forma adecuada todas las órdenes emitidas”. Su importancia radica en que cumple una función sobre la cual los demás elementos de la organización se subordinan y ordenan. La dirección también significa el factor humano, porque es aquí donde realmente se dan los problemas de la ejecución de los programas determinados en la planeación. (p.98).

- **Control:** Según López (2007), menciona que el control consiste en el establecimiento de sistemas que permitan medir los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, a fin de corregir y mejorar, y además para formular nuevos planes:

Comprende, por lo mismo, tres etapas:

- ✓ Establecimiento de estándares y controles. Porque sin estos es imposible hacer la comparación, base de todo control. Este paso es propio del administrador.
- ✓ Operación de los controles: Esta suele ser una función propia de los técnicos especialistas en cada uno de ellos.
- ✓ Evaluación de resultados: Ésta es una función administrativa, que vuelve a constituir un medio de planeación.

Koontz & Weihrich (2004), ambos autores nos señalan que el control es definido como “la medición y corrección del desempeño a fin de garantizar que se han cumplido los objetivos de la empresa y los planes ideados para alcanzarlos”.

Es importante destacar que una vez finalizado el proceso administrativo, por la etapa del control, se dan los procesos de retroalimentación lo que permite que este ciclo pueda volver a empezar, ya que al ser dinámico y flexible facilita que las empresas se ajusten a las necesidades y al contexto del mercado. (pag.640)

B. Definición de la variable: Competitividad

Según Supúlveda & Rojas (1999), nos menciona que “Existen palabras que tienen el don de ser excepcionalmente precisas, específicas, y al mismo tiempo, extremadamente genéricas, ilimitadas; altamente operacionales y medibles, y, al mismo tiempo, considerablemente abstractas y extensas. Sin embargo, cualquiera que sea el caso, estas palabras tienen el privilegio de moldear conductas y perspectivas, así como, pareciéndose más a herramientas de evaluación, ejercer influencia en la vida práctica. Una de estas palabras mágicas es “competitividad”. (p.10)

Bemuren (2012), menciona lo siguiente: “competitividad es aquel reconocimiento de las entidades municipales, estatales y gubernamentales, entre otros que ofrecen potencial para propiciar condiciones que en conjunto logren establecer alianzas en favor de la calidad y a la mejora de la condición de vida”. (p.25)

Tugores (2005), nos menciona que la competitividad respecto a los productos que cuenta un país está relacionada con todo el proceso de evolución y al tipo de cambio de los precios, ya que estos se pueden comparar viendo las diferencias entre los tipos de cambios (real y nominal).

Monterroso (2016), La competitividad es un aspecto central en la sustentabilidad y éxito de una organización y, como tal, debe ser integrada al análisis estratégico. A fin de contribuir a una mejor comprensión de los aspectos ligados a la competitividad, el presente artículo presenta una síntesis de los distintos conceptos y fundamentos que han tratado de explicarla, mostrando a su vez la convergencia con la estrategia y las ventajas competitivas, sin olvidar los elementos relacionados con la competitividad de la industria y las naciones, toda vez que éstas son creadoras de las condiciones económicas y productivas desde donde compiten la firmas. (p.6)

a. Dimensiones de la variable Competitividad

- **Servicio:** Según Lovelock (2009), manifiesta que el servicio es una actividad económica que involucra desempeños basados en el tiempo que buscan lograr o dar valor a cambio de tiempo, dinero y esfuerzo sin involucrar la transferencia de propiedad”. Dentro de ello también se implica tres elementos: ejecución, proceso y acción.

Rapahmell, J. (1974), menciona que el servicio es “Una mercancía comercializable aisladamente; o sea un producto intangible que no se toca,

no se coge, no se palpa, generalmente no se experimenta antes de la compra, pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes”

- **Calidad:** Según Lovelock, C. (1997), señala que la calidad se refiere al término de precio y costo, si es que se presenta un producto de calidad es funcional a un precio aceptable, ya que esta es determinada por la necesidad del comprador y al precio que está dispuesto a pagar.

Feigenbaum (1961), menciona que “La calidad es una determinación del cliente, o una determinación del ingeniero, ni de Mercadeo, ni del Gerente General. Está basada en la experiencia actual del cliente con los productos o servicios, comparado con sus requerimientos, establecidos o no establecidos, conscientes o inconscientes, técnicamente operacionales o enteramente subjetivos. Y siempre representando un blanco móvil en un mercado competitivo”.

- **Estrategia:** Según Steiner, G. & Miner, J. (1977), ambos autores señalan que la estrategia es la declaración de las misiones de la empresa conjuntamente el establecimiento de objetivos a la luz de las fuerzas internas y externas, la formulación de políticas y estrategias específicas para alcanzar los objetivos y asegurar su correcta implementación, de tal forma que los propósitos básicos de la organización sean alcanzados.

Karenfort, S. (1965), menciona que las estrategias son “Expresiones operacionales de políticas en el sentido dentro de un sistema administrativo, ya que define como el criterio operacional sobre la base de los cuales los programas específicos pueden ser concebidos, seleccionados e implementados” (pág. 43).

- **Precio:** Según Bonta, P. & Farber, M. (1994), ambos mencionan que el precio es como "El término de un valor. El valor de un producto depende de la imagen que percibe el consumidor. (p. 39).

Diez, E. & Rosa, I. (2008), señala que el precio representa a la venta que se realiza, ya sea esta desde la perspectiva de un comprador, para poder adquirir una cantidad de recursos es necesario, sacrificar o entregar para así poder adquirir la propiedad o derecho de uso de aquel producto o servicio. Por lo tanto, la primera idea que se encuentra es que el precio posee una naturaleza fundamentalmente económica, y representa el sacrificio monetario que es preciso realizar para obtener un determinado producto, ya que ese sacrificio deriva, en gran medida, de la necesidad de renunciar a una parte del presupuesto limitado de que dispone el consumidor y que podría haber sido aplicado en la adquisición de otro producto. (p.37)

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008), ambos mencionan que el precio está referido a la cantidad de dinero que se puede cobrar frente a un producto o servicio. Ambos especifican que el precio es el general la suma de los valores que los consumidores brindan a cambio de poder obtener un beneficio o uso determinado del producto o servicio.

2.3. Marco Conceptual (De las variables y dimensiones)

- **Planificación:** Según la RAE lo define como los procedimientos y estrategias a seguir para obtener un objetivo determinado.
- **Estrategia:** Según Carneiro C. (2010), la estrategia es la orientación en el actuar futuro, el establecimiento de un fin, en un plazo estimado como aceptable hacia el cual orientar el rumbo empresarial.

- **Objetivos:** Son los resultados deseados que se esperan alcanzar con la ejecución de las diferentes actividades que integran un proyecto además son medibles, realistas o cuantificables.
- **Recursos:** Son los distintos elementos que intervienen en la cadena productiva para garantizar la perpetuidad del circuito económico de la empresa.
- **Eficiencia:** Andrade (2005, p. 253) nos dice que la eficiencia es la "expresión que se emplea para medir la capacidad o cualidad de actuación de un sistema o sujeto económico, para lograr el cumplimiento de objetivos determinados, minimizando el empleo de recursos"
- **Actividad:** La RAE lo define como conjunto de actos, decisiones, planes, programas y normas que adoptan y desarrollan las empresas.
- **Sistema:** Según la RAE menciona que es un conjunto de cosas que relacionadas entre sí de forma ordenada contribuyen a un determinado objeto.
- **Resultados:** Según la RAE se refiere a efecto, consecuencia o conclusión de una acción, un proceso, un cálculo.
- **Proceso:** Según Krajewski, Ritzman y Malhotra (2008), un proceso es cualquier actividad o grupo de actividades en las que se transforman uno o más insumos para obtener uno o más productos para los clientes.
- **Ejecución:** según la página Significados nos dice que es la realización o la elaboración de algo, al momento de desempeñar una acción, una tarea o cuando se pone en funcionamiento una cosa.
- **Calidad:** Según la RAE nos dice que es una propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.
- **Precio:** según la página Economipedia nos dice que el precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.

- **Beneficio:** Según la página Economipedia nos dice que es la cantidad monetaria resultante de la diferencia entre ingresos y costes de una inversión, negocio o cualquier otra actividad económica.
- **Gestión:** Según la página Economipedia nos dice que la gestión es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo.
- **Gestión empresarial:** Según la página Economipedia nos dice que la gestión empresarial es un conjunto de acciones que se enmarcan en un plan estratégico de negocios y que aportan valor al crecimiento de la empresa.
- **Competitividad:** La página Economipedia lo define como la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores. Obteniendo así una posición destacada en su entorno.
- **Productividad:** La página Economipedia lo define como una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc.) durante un periodo determinado.

CAPITULO III

III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general

Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

3.2. Hipótesis específicas

- a. Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.
- b. Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.
- c. Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.
- d. Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo – 2020.

3.3. Variables (Definición conceptual y Operacionalización)

Gestión Empresarial (V₁)

Dimensiones

- Planificación
- Organización
- Eficiencia
- Dirección
- Control

Competitividad (V₂)

Dimensiones:

- Servicio

- Calidad
- Estrategia
- Precio

Operacionalización de las variables

Según (Avalos, 2019), explica que, la operacionalización de las variables comprende la desintegración de los elementos que conforman la estructura de la hipótesis y de manera especial a las variables y precisa que la operacionalización se logra cuando se descomponen las variables en dimensiones y estas a su vez son traducidas en indicadores que permitan la observación directa y la medición. Afirma que la operacionalización de las variables es fundamental porque a través de ellas se precisan los aspectos y elementos que se quieren cuantificar, conocer y registrar con el fin de llegar a conclusiones (p.172).

Anexo 2

Tabla 1

Matriz de Operacionalización de las Variables de Investigación.

Variable	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable N° 1: Gestión Empresarial	<p>“actividad empresarial que son dirigidos por diferentes personas especializados entre ellos están: directores, gerentes, accionistas, consultores, planificación, organización, productividad y la competitividad de la empresa, para lo cual se aplica el cada uno de los mencionados está en la búsqueda de mejorar la productividad y respecto a la planificación, organización, competitividad de una empresa u organización. En pocas palabras la gestión empresarial está dirigida para que la empresa u organización sea viable económicamente”. (Ucha , 2011)</p>	<p>La gestión empresarial es llevada a cabo por personal con habilidades y competencias para analizar factores del entorno y proponer estrategias que mejoren la instrumentación de recolección de información</p>	Planificación	Metas Estrategias Carácter financiero	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)
			Organización	Recursos Coordinación Agrupar	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)
			Eficiencia	Logro de objetivos Medición de capacidad Tiempo	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)
			Dirección	Supervisión Factor humano Ejecución	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)
			Control	Resultados Medición Retroalimentación	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)

Variable (2): Competitividad la competitividad es un aspecto central en la sustentabilidad y éxito de una organización y, como tal, debe ser integrada al análisis estratégico. A fin de contribuir a una mejor comprensión de los aspectos ligados a la competitividad, el presente artículo presenta una síntesis de los distintos conceptos y fundamentos que han tratado de explicarla, mostrando a su vez la convergencia con la estrategia y las ventajas competitivas, sin olvidar los elementos relacionados con la competitividad de la industria y las naciones, toda vez que éstas son creadoras de las condiciones económicas y productivas desde donde compiten la firmas. (Monterroso, 2016)	La competitividad es un proceso que supone el mejoramiento permanente del ambiente en	Servicio	Ejecución Proceso Acción	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)
	que operan las empresas en el país, y responde a los retos propios de la etapa de desarrollo en la que se encuentra cada país, para lo cual se aplica el instrumento de recolección de	Calidad	Precio Necesidad Experiencia	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)
	información respecto el servicio, calidad estrategia y precio frente a la competitividad.	Estrategia	Sistema administrativo Implementar	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)
	Precio	Precio	Valor Producto Beneficio	

CAPITULO IV

IV. METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación

Sánchez, H. & Reyes, C. (2002) definen que “el método científico consiste en un método de investigación usado principalmente en la producción de conocimiento en las ciencias. Para ser llamado científico, un método de investigación debe basarse en la formulación del problema y la respuesta mediante hipótesis que luego serán contrastadas”. (p. 12).

Gómez, S. (2006) define que los métodos generales que apoyan a la investigación científica se encuentran en los siguientes. (p.3).

Método deductivo

Este método, a diferencia del inductivo, es el procedimiento racional que va de lo general a lo particular. Posee la característica de que las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las premisas de las que se originan también lo son. Por lo tanto, todo pensamiento deductivo nos conduce de lo general a lo particular. De este modo, si un fenómeno se ha comprobado para un determinado conjunto de personas, se puede inferir que tal fenómeno se aplica a uno de estos individuos; por ejemplo, si se sostiene que todos los habitantes de una colonia compran tortillas a tres cuerdas de la avenida principal, de este fenómeno se puede derivar que, si Carlos es habitante de esta colonia, él comprará tortillas en esa tortillería

La investigación realizada tiene como carácter el método científico y deductivo.

4.2. Tipo de investigación

Investigación Aplicada: Valderrama (2019) señala que “La investigación aplicada, movida por el espíritu de la investigación fundamental, ha enfocado la atención sobre la solución de problemas más sobre la formulación de teorías [...]. La

investigación aplicada busca conocer para hacer, actuar, construir y modificar.” (p.

39). Por ende, en la presente investigación se utilizará la investigación de tipo aplicada, la cual guiará a encontrar la solución a la problemática planteada.

4.3. Nivel de investigación

La investigación correlacional: El nivel de la presente investigación es correlacional, de acuerdo a los autores Hernández et al. (2014), la investigación correlacional es un “Tipo de estudio que tiene como fin conocer la relación o grado de asociación que haya entre dos o más conceptos, categorías o variables” (p.93).

Se utilizó el nivel de investigación correlacional ya que nos ayudara a determinar la relación que existe entre las variables calidad de servicios públicos y satisfacción de los contribuyentes.

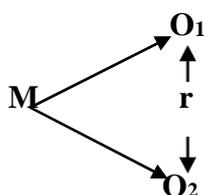
4.4. Diseño de la investigación

Según Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014) define que “la investigación no experimental no se manipula deliberadamente la variable, solo se observa el fenómeno tal como se da en un contexto natural”. (p. 13).

Además, Vara, A. (2015) menciona que “por la secuencia de estudio es transversal, descriptivo, porque con este diseño se puede medir la variable en su contexto, ya que la información recolectada en un solo momento y el análisis con el marco teórico, nos brindan información para interpretar e fenómeno en la realidad”. (p.7)

Para fines de estudio se desarrolló con el diseño no experimental de corte transversal, debido a que se recolectaron datos en un tiempo determinado sin intervenir.

El esquema es el siguiente:



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la variable 1.

O₂ = Observación de la variable 2.

r = Correlación entre dichas variables.

4.5. Población y muestra

Población

Según marroquí (2012), nos dice que la población “Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (p.14).

La aplicación del trabajo de investigación se realizará en la Ciudad de Huancayo y la población objeto de estudio será de 55 empresas.

Tabla 2

Cantidad de Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo

Población y Muestra de Estudio				
Empresas	N° Población	%	N° Muestra	%
Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo	55	100.00	55	100,00
Total	55	100.00	55	100.00

Nota: Población y Muestra de Estudio de las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo.

Muestra:

El tamaño de la muestra es 55 por lo que se determinó una muestra censal, ya que es igual al número de la población,

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**a. Técnicas de Recolección de Datos**

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se emplearan en la investigación se detallan en el siguiente cuadro

Tabla 3.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas	Instrumentos	Datos a observar
Encuesta	Cuestionario sobre la variable y dimensiones de Gestión Empresarial.	La descripción de los niveles de la Variable Gestión Empresarial en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo.
Encuesta	Cuestionario de la variable y dimensiones de la Competitividad.	La descripción de los niveles de la Variable Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo.

Nota: Recolección de Datos.

b. Instrumentos de Recolección de Datos

Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. (Gómez, 2006, pág. 122). Para la relación entre los roles directivos y el desempeño docente, se utilizará el cuestionario como se detalla en la siguiente ficha técnica

Instrumento:

Cuestionario: Gestión Empresarial

15 ítems del 01 al 15 (Anexo 2)

Cuestionario: Competitividad

12 Ítems del 16 al 27 (Anexo 2)

Ficha Técnica:

Nombre: Cuestionario sobre la gestión empresarial y la competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo – 2022.

Autor: Alonso Tapia, Jesús Alonso

Aplicación: Individual

Objetivo: Determinar la relación entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

Duración: 180 ´ aproximadamente

Ámbito de aplicación: 55 empresas constructoras.

c. Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Recolección de Datos

Validez de expertos

Según Sánchez, Reyes & Mejía (2018) definen que la validez de jueces “Es el juicio de expertos para constatar la validez de los ítems, el experto evalúa de manera independiente la coherencia y claridad con la que están redactados los ítems” (p.124)

El instrumento será validado por 3 expertos (Licenciados en Administración con Grado de Magister) quienes emitirán su opinión respectiva.

Tabla 4.

Validez

0,53 a menos	Validez nula	
0,54 a 0,59	Validez baja	
0,60 a 0,65	Valida	
0,66 a 0,71	Muy valida Excelente validez	
0,72 a 0,99	Validez perfecta	Nota: Validez.
1,0		La validación del

instrumento por Prueba Piloto, se llevará a cabo aplicando el instrumento al 10% de los sujetos de la muestra que son parte de la muestra. Luego de su aplicación se mejorará el instrumento en cuanto a los enunciados y el tiempo de duración asignado en el cuestionario.

Confiabilidad

Según Sánchez, Reyes & Mejía (2018) nos dice que la confiabilidad es “Una operación estadística cuyo objetivo es estimar el nivel de confianza o fiabilidad de un instrumento o aparato de medición” (p.26).

Tabla 5.

Confiabilidad

Rangos	Interpretación
0,53 a menos	Confiable nula
0,54 a 0,59	Confiable baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiable
1,0 a – 1,0	Confiabilidad perfecta

Nota: Confiabilidad.

Confiabilidad para la primera variable gestión empresarial

Tabla 6.*Confiabilidad para la variable gestión empresarial*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.898	15

Confiabilidad para la segunda variable competitividad**Tabla 7.***Confiabilidad para la variable competitividad*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.903	12

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede visualizar que la confiabilidad de los instrumentos tiene un coeficiente de Alpha de Crombach de 0.898 y 0.903 respectivamente, la cual al comparar con el Baremo de interpretación se encuentra en los intervalos de Excelente confiable, por lo tanto, se considera que los instrumentos son confiables y se procedió a la aplicación de los instrumentos a una confiabilidad del 95% ($z = 1.96$).

4.7. Técnicas de procedimiento y análisis de datos

Bernal, C. (2006) considera que la investigación cuantitativa y cualitativa utiliza generalmente las técnicas e instrumentos siguientes.

Tabla 8.*Técnicas e instrumentos*

Técnicas	Instrumentos
----------	--------------

Observación	Fichas de observación
Encuesta	Cuestionario de encuestas
Bibliográficas	Fichas

Nota: Técnicas e instrumentos

Procesamiento de datos en la investigación de campo es la organización de los elementos obtenidos durante el trabajo inquisitivo. Por esta razón, los datos de la investigación, bien que se van a recopilar por medio del cuestionario, es necesario procesarlos convenientemente, para lo cual es menester tabularlos, medirlos y sintetizarlos.

Posteriormente para analizar los datos tendremos que examinar datos en bruto con el propósito de sacar conclusiones sobre la información. El análisis de datos se centra en la inferencia, el proceso de derivar una conclusión basándose solamente en lo que conoce el investigador. El análisis de datos se distingue de la extracción de datos por su alcance, su propósito y su enfoque sobre el análisis.

Se gestionará ante los Propietarios y/o Gerentes de las empresas constructoras de la Ciudad de Huancayo, la Autorización correspondiente para programar la aplicación del instrumento de investigación, así como correspondiente acerca de las condiciones y fechas de su aplicación. La aplicación del instrumento de investigación (cuestionario) se aplicará a los ejecutivos y ejecutivos de las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo y se realizará en los distritos principales, en un solo momento de persona a persona, contando con personal de apoyo, (3 encuestadores) y supervisado por nosotras como investigadoras. El llenado por cada cuestionario tendrá un tiempo promedio de 15 minutos.

4.8. Aspectos éticos de la investigación

La investigación se realizará teniendo en cuenta, las normas y los procedimientos, así como los requerimientos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes y se aplicará los cuestionarios, sin falseamiento de datos, así mismo se respetará los resultados obtenidos, sin modificar las conclusiones, simplificar, exagerar u ocultar los resultados. No se utilizarán datos falsos ni se elaborarán informes intencionados, no se cometerá plagio, se respetará la propiedad intelectual de los autores y se citará de manera correcta cuando se utilicen partes de textos o citas de otros autores, de acuerdo a la redacción científica APA.

CAPITULO V

V. RESULTADOS

5.1. Descripción de resultados

A. Resultados del procesamiento para la variable Gestión Empresarial

Tabla 9.

Gestión Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	9.1	9.1	9.1
	Casi nunca	6	10.9	10.9	20.0
	A veces	16	29.1	29.1	49.1
	Casi siempre	16	29.1	29.1	78.2
	Siempre	12	21.8	21.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Figura 1.

Gestión Empresarial

Interpretación: De los resultados de la variable gestión empresarial indica que de los 100% de los encuestados: el 9.91 %, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que la gestión empresarial nunca es eficiente; el 10.9 % mencionan que casi nunca es eficiente; el 29.1 % indican que a veces es eficiente, un 29.1% indican que

casi siempre es eficiente; finalmente el 21.8 % de los encuestados indican que la gestión empresarial es eficiente en las empresas puesto que mejora la productividad y por ende la competitividad.

a. Resultados para la dimensión planificación

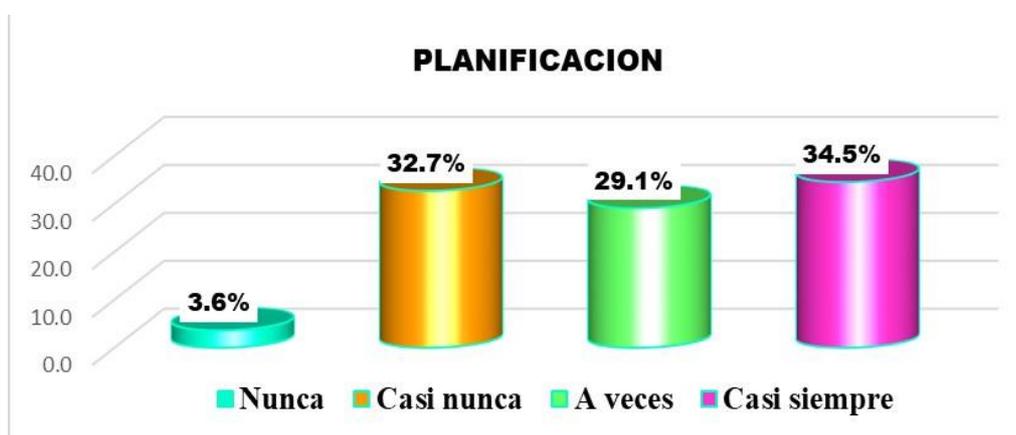
Tabla 10

Planificación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	3.6	3.6	3.6
	Casi nunca	18	32.7	32.7	36.4
	A veces	16	29.1	29.1	65.5
	Casi siempre	19	34.5	34.5	100.0
Total		55	100.0	100.0	

Figura 2

Planificación



Interpretación: De los resultados de la dimensión planificación indica que de los 100% de los encuestados: el 3.6%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que la planificación nunca se define adecuadamente; el 32.7% mencionan que casi nunca se define adecuadamente; el 29.1% indican que a veces se define adecuadamente y un 34.5% indican que casi siempre se define adecuadamente, estableciendo estrategias para el logro de los objetivos propuestos.

b. Resultados para la dimensión organización

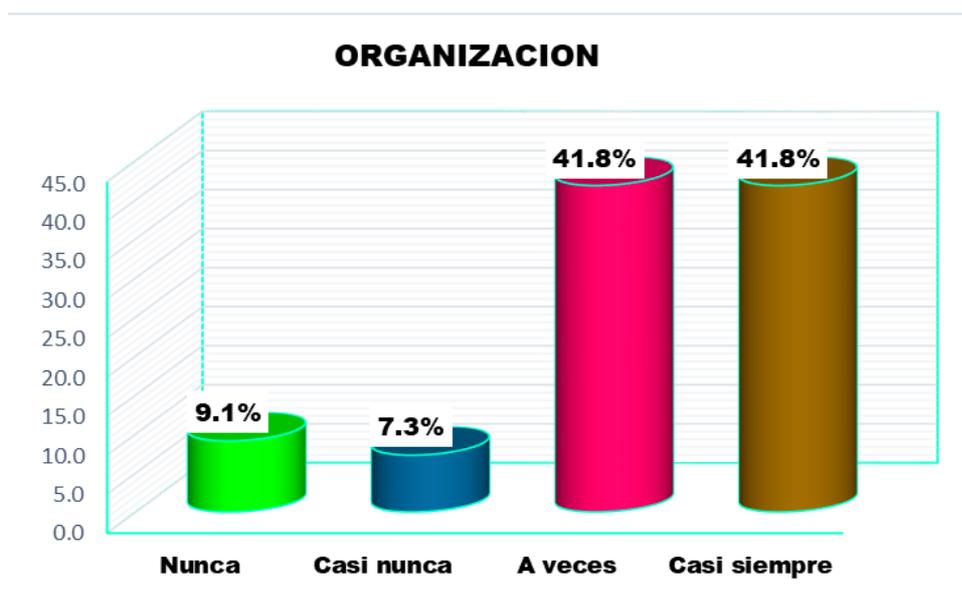
Tabla 11.

Organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	9.1	9.1	9.1
	Casi nunca	4	7.3	7.3	16.4
	A veces	23	41.8	41.8	58.2
	Casi siempre	23	41.8	41.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Figura 3.

Organización



Interpretación: De los resultados de la dimensión organización indica que de los 100% de los encuestados: el 9.1%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que la organización nunca se ejecuta eficientemente; el 7.3% mencionan que casi nunca se ejecuta de forma eficiente; el 41.8% indican que a veces se ejecuta de manera eficiente; finalmente un 41.8% indican que casi siempre se ejecuta de forma eficiente usando los recursos necesarios para el cumplimiento de las actividades planeadas de la empresa.

c. Resultados para la dimensión eficiencia

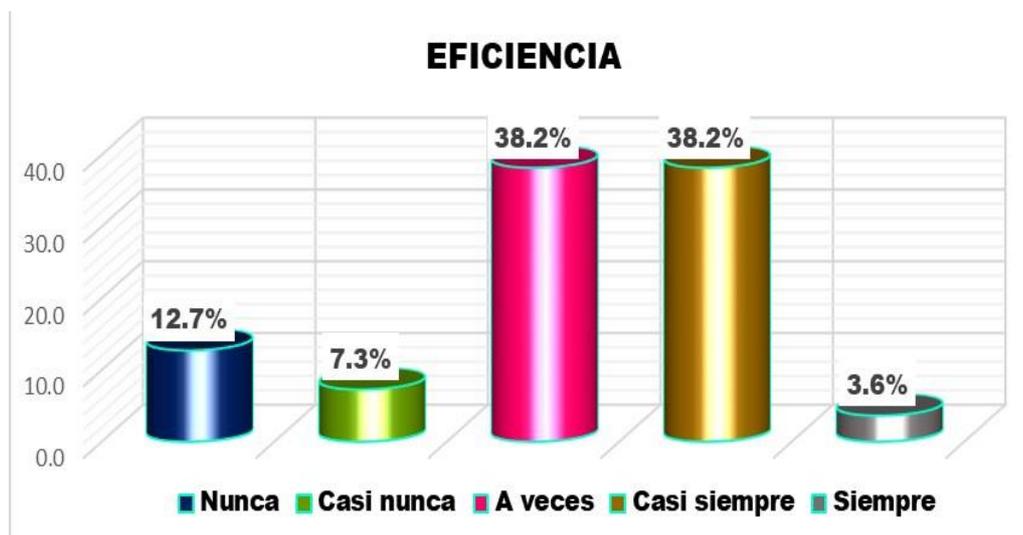
Tabla 12.

Eficiencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	12.7	12.7	12.7
	Casi nunca	4	7.3	7.3	20.0
	A veces	21	38.2	38.2	58.2
	Casi siempre	21	38.2	38.2	96.4
	Siempre	2	3.6	3.6	100.0
Total		55	100.0	100.0	

Figura 4.

Eficiencia



Interpretación: De los resultados de la dimensión eficiencia indica que de los 100% de los encuestados: el 12.7%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que nunca se usan los recursos de forma adecuada; el 7.3% mencionan que casi nunca se usa adecuadamente; el 38.2% indican que a veces se usa adecuadamente; un 38.2% indican que casi siempre se usa adecuadamente; finalmente un 3.6%

mencionan que siempre se usan adecuadamente lo que les permite conseguir el logro de los objetivos en un tiempo determinado.

d. Resultados para la dimensión dirección

Tabla 13.

Dirección

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	5.5	5.5	5.5
	Casi nunca	20	36.4	36.4	41.8
	A veces	21	38.2	38.2	80.0
	Casi siempre	11	20.0	20.0	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Figura 5.

Dirección



Interpretación: De los resultados de la dimensión dirección indica que de los 100% de los encuestados: el 5.5%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que la dirección en la empresa nunca se establece de forma correcta; el 36.4% mencionan que casi nunca se establece de manera correcta; el 38.2% indican que a

veces se establece de forma correcta; finalmente un 20.0% indican que casi siempre se establece de manera correcta tales como guiar y supervisar.

e. Resultados para la dimensión control

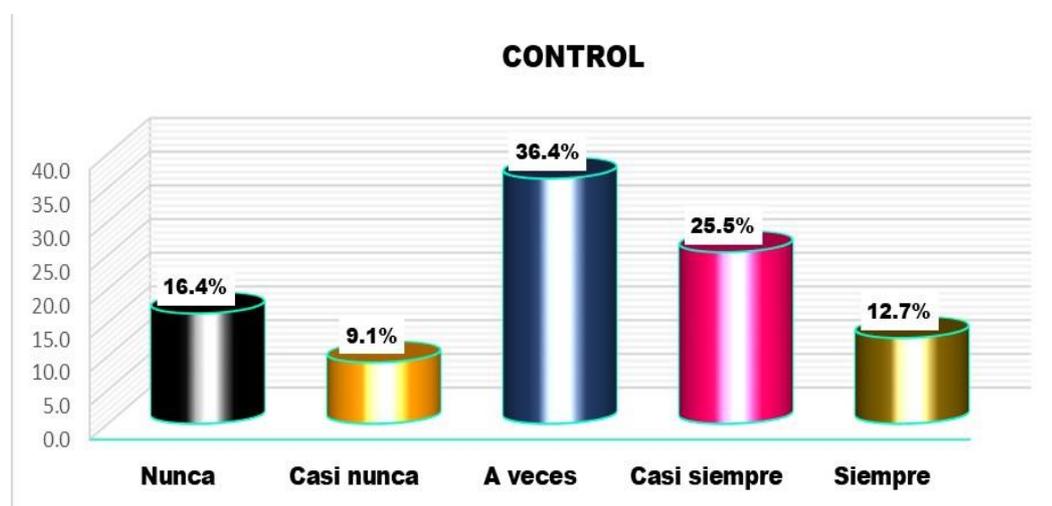
Tabla 14.

Control

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	16.4	16.4	16.4
	Casi nunca	5	9.1	9.1	25.5
	A veces	20	36.4	36.4	61.8
	Casi siempre	14	25.5	25.5	87.3
	Siempre	7	12.7	12.7	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Figura 6.

Control



Interpretación: De los resultados de la dimensión control indica que de los 100% de los encuestados: el 16.4%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que nunca se realiza un control adecuado; el 9.1% mencionan que casi nunca se realiza adecuadamente; el 36.4% indican que a veces se hace un buen control; un 25.5% mencionan que casi siempre se realiza un correcto control; finalmente un 12.7%

indican que siempre se realiza un control adecuado lo que les permite garantizar que se cumplan todos los objetivos y planes de las empresas,

B. Resultados del procesamiento para la variable competitividad

Tabla 15.

Competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	10.9	10.9	10.9
	Casi nunca	1	1.8	1.8	12.7
	A veces	22	40.0	40.0	52.7
	Casi siempre	10	18.2	18.2	70.9
	Siempre	16	29.1	29.1	100.0
Total		55	100.0	100.0	

Figura 7.

Competitividad



Interpretación: De los resultados de la variable competitividad indica que de los 100% de los encuestados: el 10.9%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que nunca se hace una mejora en la empresa para ser competitiva; el 1.8%

mencionan que casi nunca se hace una mejora; el 40.0% indican que a veces se hace una mejora; un 18.2% mencionan que casi siempre se realiza una mejora; finalmente un 29.1% indican que siempre se realiza mejoras en la empresa para lograr establecer alianzas a favor de la calidad y así contribuir con la competitividad de la empresa.

a. Resultados para la dimensión servicio

Tabla 16.

Servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	10.9	10.9	10.9
	Casi nunca	7	12.7	12.7	23.6
	A veces	6	10.9	10.9	34.5
	Casi siempre	27	49.1	49.1	83.6
	Siempre	9	16.4	16.4	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Figura 8.

Servicio



Interpretación: De los resultados de la dimensión servicios indica que de los 100% de los encuestados: el 10.9%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican

que los servicios nunca son adecuados; el 12.7% mencionan que casi nunca son adecuados; el 10.9% indican que a veces son adecuados; un 49.1% mencionan que casi siempre son adecuados; finalmente un 16.4% indican que siempre son adecuados satisfaciendo las necesidades de los clientes.

b. Resultados para la dimensión calidad

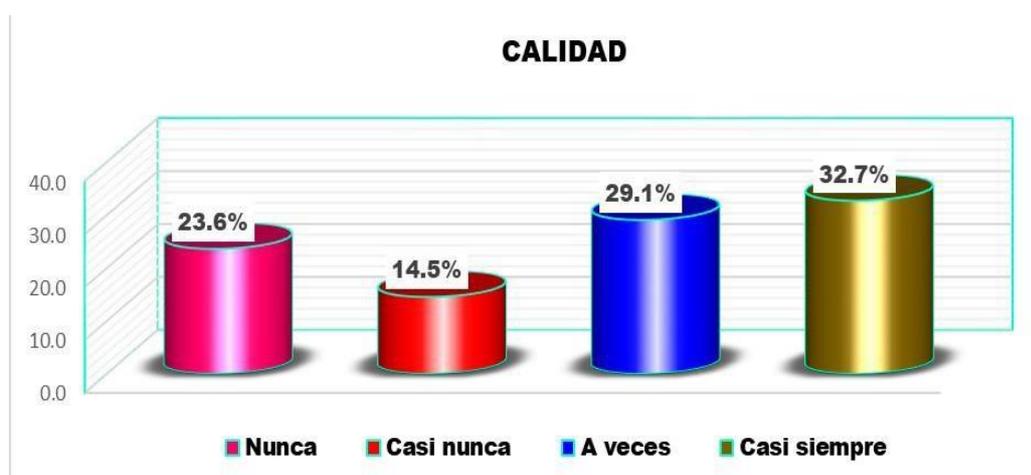
Tabla 17.

Calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	13	23.6	23.6	23.6
Casi nunca	8	14.5	14.5	38.2
A veces	16	29.1	29.1	67.3
Casi siempre	18	32.7	32.7	100.0
Total	55	100.0	100.0	

Figura 9.

Calidad



Interpretación: De los resultados de la dimensión calidad indica que de los 100% de los encuestados: el 23.6%, es decir un porcentaje regular de los encuestados indican que la calidad de los productos que se brinda nunca es adecuada; el 14.5% mencionan que casi nunca es adecuada; el 29.1% indican que a veces es adecuada; finalmente un

32.7% indican que casi siempre se brinda una buena calidad de los servicios y/o productos.

c. Resultados para la dimensión estrategia

Tabla 18.

Estrategia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	3.6	3.6	3.6
	Casi nunca	4	7.3	7.3	10.9
	A veces	21	38.2	38.2	49.1
	Casi siempre	28	50.9	50.9	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Figura 10.

Estrategia



Interpretación: De los resultados de la dimensión estrategia indica que de los 100% de los encuestados: el 3.6%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que nunca se implementa una estrategia adecuada; el 7.3% mencionan que casi nunca se implementa adecuadamente; el 38.2% indican que a veces se implementa de manera adecuada; finalmente un 50.9% indican que casi siempre se implementa de forma correcta de tal forma que los propósitos básicos de la empresa sean alcanzados.

d. Resultados para la dimensión precio

Tabla 19.

Precio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1.8	1.8	1.8
	Casi nunca	8	14.5	14.5	16.4
	A veces	19	34.5	34.5	50.9
	Casi siempre	27	49.1	49.1	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Figura 11.

Precio



Interpretación: De los resultados de la dimensión precio indica que de los 100% de los encuestados: el 1.8%, es decir un porcentaje mínimo de los encuestados indican que el precio nunca se establece de forma correcta; el 14.5% mencionan que casi nunca se establece de manera correcta; el 34.5% indican que a veces se establece de forma correcta; finalmente un 49.1% indican que casi siempre se establece de manera correcta obteniendo beneficios a favor de la empresa.

5.2. Contraste de hipótesis

A. Contratación para la hipótesis general

a. Planteamiento de la hipótesis

H₀: NO existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

H₁: Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

b. Cálculo estadístico de la prueba

Tabla 20.

Prueba de correlación para la hipótesis general

		Gestión Empresarial		Competitividad
Rho de Spearman	Gestión Empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	.862**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	55	55
	Competitividad	Coefficiente de correlación	.862**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	55	55

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

Tabla 21.

Equivalencias de correlación

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24

Interpretación: Se evidencia que

Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49	existe una relación entre la gestión empresarial y la
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74	
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89	
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99	
Correlación positiva perfecta: +1	

competitividad ($r_s=0.862$, $p<0.05$) a un nivel positiva fuerte, de acuerdo a la escala de correlación dada.

c. Contrastación

$$N = 55$$

$$r = 0.862$$

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = 12.37$$

d. Conclusión

De acuerdo a la prueba de contrastación, se demuestra que el valor obtenido ($t=12.37$) es mayor al valor de confianza dado a la aplicación del instrumento en la muestra seleccionada (95%, $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, por lo cual se confirma la validez de la hipótesis alterna (H_0).

B. Contrastación para la primera hipótesis específica

a. Planteamiento de la hipótesis

H₀: NO existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

H₁: Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

b. Calculo estadístico de la prueba

Tabla 22.*Prueba de correlación para la primera hipótesis específica*

		Gestión	
		Empresarial	Servicio
Rho de Spearman	Gestión Empresarial	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.
		N	55
	Servicio	Coefficiente de correlación	.668**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	55

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

Tabla 23.*Equivalencias de correlación*

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación entre la gestión empresarial y servicio ($r_s=0.668$, $p<0.05$) a un nivel positiva media, de acuerdo a la escala de correlación dada.

c. Contrastación

$$N = 55$$

$$r = 0.668$$

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = 6.53$$

d. Conclusión

De acuerdo a la prueba de contrastación, se demuestra que el valor obtenido ($t=6.53$) es mayor al valor de confianza dado a la aplicación del instrumento en la muestra seleccionada (95%, $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, por lo cual se confirma la validez de la hipótesis alterna (H_0).

C. Contrastación para la segunda hipótesis específica

a. Planteamiento de la hipótesis

H₀: NO existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

H₁: Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

b. Calculo estadístico de la prueba

Tabla 24.

Prueba de correlación para la segunda hipótesis específica

			Gestión Empresarial	Calidad
Rho de Spearman	Gestión Empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	.801**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	55	55
	Calidad	Coefficiente de correlación	.801**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	55	55

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

Tabla 25.*Equivalencias de correlación*

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación entre gestión empresarial y calidad ($r_s=0.801$, $p<0.05$) a un nivel positiva fuerte, de acuerdo a la escala de correlación dada.

c. Contrastación

$$N = 55$$

$$r = 0.801$$

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = 9.74$$

d. Conclusión

De acuerdo a la prueba de contrastación, se demuestra que el valor obtenido ($t=9.74$) es mayor al valor de confianza dado a la aplicación del instrumento en la muestra seleccionada (95%, $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, por lo cual se confirma la validez de la hipótesis alterna (H_0).

D. Contrastación para la tercera hipótesis específica**a. Planteamiento de la hipótesis**

H₀: NO existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

H₁: Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

b. Cálculo estadístico de la prueba

Tabla 26.

Prueba de correlación para la tercera hipótesis específica

		Gestión Empresarial		Estrategia
Rho de Spearman	Gestión Empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	.652**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	55	55
	Estrategia	Coefficiente de correlación	.652**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	55	55

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

Tabla 27.

Equivalencias de correlación

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación entre gestión empresarial y estrategia ($r_s=0.652$, $p<0.05$) a un nivel positiva media, de acuerdo a la escala de correlación dada.

c. Contrastación

$$N = 55$$

$$r = 0.652$$

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = 6.26$$

d. Conclusión

De acuerdo a la prueba de contrastación, se demuestra que el valor obtenido ($t=6.26$) es mayor al valor de confianza dado a la aplicación del instrumento en la muestra seleccionada (95%, $p=1.96$) siendo que $t > 1.96$, por lo cual se confirma la validez de la hipótesis alterna (H_0).

E. Contrastación para la cuarta hipótesis específica

a. Planteamiento de la hipótesis

H₀: NO existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo – 2020.

H₁: Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo – 2020.

b. Calculo estadístico de la prueba

Tabla 28.

Prueba de correlación para la cuarta hipótesis específica

		Gestión	
		Empresarial	Precio
Rho de Spearman	Gestión Empresarial	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.688**
		N	.000
	Precio	Coefficiente de correlación	55
		Sig. (bilateral)	.688**
		N	.000
			55

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

Tabla 29.*Equivalencias de correlación*

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación entre gestión empresarial y precio ($r_s=0.688$, $p<0.05$) a un nivel positiva media, de acuerdo a la escala de correlación dada.

c. Contrastación

$$N = 55$$

$$r = 0.688$$

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = 6.90$$

d. Conclusión

De acuerdo a la prueba de contrastación, se demuestra que el valor obtenido ($t=6.90$) es mayor al valor de confianza dado a la aplicación del instrumento en la muestra seleccionada (95%, $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, por lo cual se confirma la validez de la hipótesis alterna (H_0).

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a esta investigación realizada los resultados encontrados, se comprueba la hipótesis general alterna, según manifestación de los encuestados de las empresas, que establece que existe una relación directa entre gestión empresarial y competitividad en las empresas Constructoras de la ciudad de Huancayo - 2022.

Por esta razón se probó la hipótesis general de investigación: Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. Al contrastar la hipótesis general correspondiente se obtuvo una correlación positiva fuerte con una “rho” de Spearman es 0,862 con una t calculada mayor a la teórica ($12.37 > 1.96$) y p valor de 0.0 % en comparación al 5% (tabla N° 20). Estos resultados concuerdan con la tesis de Pucuhuaranga, L. (2019): “Gestión empresarial para mejorar la productividad laboral en la empresa Illetes Contratistas Generales E.I.R.L., Huancayo – 2018”, donde concluye que la gestión empresarial mejora significativamente la productividad. Asimismo, dichos resultados concuerdan con la tesis de Castillo, J. (2017): “La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPES del centro comercial COVIDA, Los Olivos, año 2017”, donde uno de sus principales conclusiones menciona que una buena gestión empresarial repercutirá significativamente en la competitividad dado que, para ser competitivos hay que mantener constantemente la gestión empresarial. Estos resultados se ven respaldados con las afirmaciones de Ucha (2011) donde, señala que la gestión empresarial es una “actividad empresarial que son dirigidos por diferentes personas especializados que están en la búsqueda de mejorar la productividad y competitividad de una empresa u organización”. Así, aceptamos la hipótesis específica 1 alterna que establece que existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. Al contrastar la hipótesis correspondiente se obtuvo una correlación positiva media con una “rho” de Spearman es 0,668 con una t calculada mayor a la teórica

(6.53 >1.96) y p valor de 0.0 % en comparación al 5% (tabla N° 22). Estos resultados concuerdan con la investigación realizada por Inderique & Yanasupo (2019): en su tesis titulado “Relación del servicio al cliente y la competitividad en el tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo – 2017”, donde uno de sus principales conclusiones menciona que brindar un servicio adecuado se verá reflejado en que el cliente opte nuevamente por el servicio y vuelva a elegir frente a la competencia. Estos resultados se ven respaldados con las afirmaciones de Rapahmell (1974), donde señala que es “una mercancía comercializable donde permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes”.

Asimismo, de los resultados obtenidos de la investigación aceptamos la hipótesis específica 2 alterna que establece que existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. Al contrastar la hipótesis correspondiente se obtuvo una correlación positiva fuerte con una “rho” de Spearman de 0,801 con una t calculada mayor a la teórica (9.74 > 1.96) y p valor de 0.0 % en comparación al 5% (tabla N° 24). Estos resultados concuerdan con la investigación realizada por Mejía (2016.): en su Tesis “Propuesta para mejorar el servicio al cliente de las empresas de ferretería y tlapalería de la heroica ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad”, donde uno de sus principales conclusiones nos indica que la calidad de servicio al cliente debe ser prioridad y se debe mejorar constantemente. Asimismo, Estos resultados se ven respaldados con las afirmaciones de Feigenbaum (1961), donde señala que “la calidad está basada en la experiencia actual del cliente con los productos o servicios, comparando con sus requerimientos establecidos o no establecidos mejorando la competitividad de la empresa”.

También, de los resultados obtenidos de la investigación aceptamos la hipótesis específica 3 alterna que establece que existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial

y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. Al contrastar la hipótesis correspondiente se obtuvo una correlación positiva fuerte con una “rho” de Spearman de 0,652 con una t calculada mayor a la teórica ($6.26 > 1.96$) y p valor de 0.0 % en comparación al 5% (tabla N° 26). Estos resultados concuerdan con la tesis de Castillo (2017), “La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPES del centro comercial COVIDA, Los Olivos, año 2017”, donde concluye que existe una relación significativa entre la gestión empresarial y las estrategias de liderazgo, dado que la utilización correcta y de manera constante de las estrategias conlleva a una venta competitiva sobre los competidores directos o indirectos. Estos resultados se ven respaldados con las afirmaciones de Steiner. & Miner (1977), donde señala que la estrategia “son formulaciones de políticas y estrategias específicas para alcanzar los objetivos y asegurar su correcta implementación en los propósitos básicos de la organización”.

Por otro lado, de los resultados obtenidos de la investigación aceptamos la hipótesis específica⁴ alterna que establece que existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo – 2020. Al contrastar la hipótesis correspondiente se obtuvo una correlación positiva media con una “rho” de Spearman es 0,688 con una t calculada mayor a la teórica ($6.90 > 1.96$) y p valor de 0.0 % en comparación al 5% (tabla N° 28). Estos resultados concuerdan también con la tesis de Calero, M. (2017): “Factores que inciden en la competitividad de las MYPES en el distrito de San Miguel”, donde concluye que el uso adecuado de los recursos financieros en las MYPES permite mejorar la posición económica y financiera en el mercado. Asimismo, dichos resultados, se ven respaldados con las afirmaciones de Bonta & Farber (1994), donde señala que “el precio posee una naturaleza fundamentalmente económica, y representa el sacrificio monetario que es preciso realizar para obtener un determinado producto”.

CONCLUSIONES

1. Se determinar que existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. El índice Rho Spearman en relación al objetivo general nos dice que al 95% de confianza, existe una correlación positiva fuerte con un valor de 0.862 y un p valor de 0.000, lo que nos indica que la gestión empresarial repercute significativamente en la competitividad de las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. Por ello concluyo que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis general.
2. Se determinar qué existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. El índice Rho Spearman en relación al objetivo específico 1 nos dice que al 95% de confianza, existe una correlación positiva media con un valor de 0.668 y un p valor de 0.000, lo que nos indica que la gestión empresarial repercute significativamente en el Servicio de las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. Por ello concluyo que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis específica¹.
3. Se determinar qué existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. El índice Rho Spearman en relación al objetivo específico 3 nos dice que al 95% de confianza, existe una correlación positiva fuerte con un valor de 0.801 y un p valor de 0.000, lo que nos indica que la gestión empresarial repercute significativamente en la Calidad de las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. Por ello concluyo que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis específica².
4. Se determinar que existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. El índice

Rho Spearman en relación al objetivo específica 3 nos dice que al 95% de confianza, existe una correlación positiva media con un valor de 0.652 y un p valor de 0.000, lo que nos indica que la gestión empresarial repercute significativamente en las Estrategia de las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. Por ello concluyo que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis específica³.

5. Se determinar qué existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo – 2020. El índice Rho Spearman en relación al objetivo general específica 4 nos dice que al 95% de confianza, existe una correlación positiva media con un valor de 0.688 y un p valor de 0.000, lo que nos indica que la gestión empresarial repercute significativamente en el Precio de las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo – 2020. Por ello concluyo que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis específica⁴.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los directivos del área de Gerencial general de las empresas constructoras de ciudad de Huancayo, implementar y aplicar en todas sus áreas el proceso de la Administración para mejorar la gestión empresarial y lograr la competitividad en relación a las empresas que ofrecen los mismos servicios de sus competidores y dichas ventajas le permite obtener mejores resultados. En donde la productividad determina el éxito o el fracaso de una empresa y para que pueda subsistir debe superar a sus competidores y para ello se sugiere aplicar las herramientas de gestión. Mejorando la calidad, innovaciones en los servicios, menores costos en relación a sus competidores
2. Se recomienda a los directivos del área de Gerencial general de las empresas constructoras de ciudad de Huancayo, realizar gestiones financieras mediante asesoramiento para generar recursos con el propósito de invertir en la mejora de las ventajas competitivas de la empresa materia de estudio teniendo en consideración lo que el mercado financiero ofrece buscando el menor costo, riesgo con la mayor utilidad. Previamente estableciendo un presupuesto.
3. Se recomienda a los directivos del área de Gerencial general de las empresas constructoras de ciudad de Huancayo, llevar a cabo un adecuado proceso de selección de personal, cumpliendo con todo lo que implica, desde la definición clara del perfil de puesto de trabajo y sus funciones, hasta la elección y capacitación del personal seleccionado. La gerencia general debe tener en cuenta que hoy en día, el personal es el recurso más importante en toda organización, ya que su compromiso puede determinar el éxito o fracaso de la organización.

4. Se recomienda a los directivos del área de Gerencial general de las empresas constructoras de ciudad de Huancayo, implementar y aplicar el proceso de administración en las áreas de organización de la empresa materia de estudio, por ser una herramienta importante que va permitir a la empresa materia de estudio orientar sus recursos para lograr resultados óptimos de acuerdo a sus objetivos, misión y visión. En donde el proceso administrativo de acuerdo a las fases mecánica y dinámica que forman la planeación, organización, dirección
5. Se recomienda a los directivos del área de Gerencial general de las empresas constructoras de ciudad de Huancayo, implementen el área de recurso humanos para identificar los factores de la empresa en relación a la organización, reclutamiento, selección, inducción, capacitación, motivación y mantener un clima laboral dar una especial atención al personal que son elementos muy importantes en el crecimiento de la empresa. Para lograr los objetivos propuestos por la empresa mediante la combinación de conocimientos y habilidades para desempeñar un trabajo adecuado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, H. (2005). *Organización interna*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books/about/Comunicaci%C3%B3n_OrganizacionalIntern_Pro.html?id=bwelcBnPNuoC&redir_esc=y
- Ataucusi, L. (2019). *Planeamiento estratégico y gestión empresarial del centro comercial mega centro 1040 en el año 2018*. Universidad Peruana Los Andes., Huancayo.
- Berumen, S. (2006). *Competitividad y Desarrollo Local*. España: ESIC Editorial.
- Berumen, S. (2006). *Competitividad y desarrollo social*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=CetHEwxblbcC&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Bitel, L. (2000). *Administración del personal*. Traducción José Real Gutiérrez.
- Bonta, P. & Farber, M. (1994). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=sJikTspq7iUC&printsec=frontcover&dq=199+preguntas+sobre+marketing+y+publicidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjMiD9l6bvAhUsH7kGHV5lD9gQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=199%20preguntas%20sobre%20marketing%20y%20publicidad&f=false>
- Calero, M. (2017). *Factores que inciden en la competitividad de las mypes en el distrito de San Miguel*. Universidad Nacional del Callao, Callao.
- Castillo, J. (2017). *La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las mypes del centro comercial covida, Los Olivos*. Universidad César Vallejo., Lima.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. Santa Fe de Bogotá.
- Cibrán, P., Prado, C., Crespo, M. & Huarte, C. (2013). *Libro planificación financiera*. Recuperado de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LSL4DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT12&dq=+planificaci%C3%B3n+&ots=LVRb8Ot_rV&sig=qoFlxOMODukb9we4WxgaHIDmGT4#v=onepage&q=planificaci%C3%B3n&f=true

Cortés, D. (2018). *Innovación en la gestión empresarial para generar ventaja competitiva*. Instituto Politécnico Nacional., México.

Diez, E. & Rosa, I. . (2008). *Gestión de precios*. 5ta edición.

Espinoza, V. (2017). *Modelo de gestión empresarial y la incidencia en la productividad de la empresa diamante negro del cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua*. Universidad Regional Autónoma Los Andes., Ecuador.

Farfán, E. (2019). *Aplicación de mentoring como herramienta de mejora de la productividad y competitividad en la empresa Tunifor S.A.C. Universidad Nacional de Piura. . Piura*.

Fernández, M. (2005). *Introducción a la gestión empresarial*. Recuperado de Universidad Politécnico Valencia: http://www.adizesca.com/site/assets/g-introduccion_a_la_gestion_empresarial-pr.pdf

Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=kpjH4TukDQC&printsec=frontcover&dq=administracion+estrategica&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjazp_gz6bvAhVmHLkGHdy aDs8Q6wEwAXoECAEQAAQ#v=onepage&q=administracion%20estrategica&f=false

Henández, H. (2011). *La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías Administrativas científicas, funcional, burocrática y de relaciones humanas*. Recuperado de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaGestionEmpresarialUnEnfoqueDelSigloXXDesdeLasTeo-3875234%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaGestionEmpresarialUnEnfoqueDelSigloXXDesdeLasTeo-3875234%20(1).pdf)

- Inderique, P. & Yanasupo, Y. (2019). *Relación del servicio al cliente y la competitividad en el tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo –2017*. Universidad Peruana Los Andes., Huancayo.
- Karenfort, S. (1965). *Synergy in mergers & acquisitions*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=AmFenMPTuG8C&pg=PA15&dq=ansoff+1965&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj00rSzmKbvAhVIIbkGHYbMCm4Q6AEwAHoECAMQAq#v=onepage&q&f=false>
- Koontz, H. & Weihrich, H. (2004). *Administración una perspectiva global*. México. MacGrawe.
- Kotler, P. & Armstrong, G. . (2008). *Fundamentos de marketing*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=kxUlCAAACAAJ&dq=inauthor:%22William+J.+Stanton%22&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiW_OW0kqbvAhWnIbkGHfzqzBV0Q6AEwAXoECAgQAQ
- López, M. (2019). *Análisis de la competitividad de las artesanías de san Antonio la isla en el estado de México*. Universidad Autónoma del Estado de México., México.
- Lovelock, C. (2004). *Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y Recursos Humanos*.
- Mejía, T. (2016). *Propuesta para mejorar el servicio al cliente de las empresas de ferretería y tlapalería de la heroica ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad*. Universidad Tecnológica de la Mixteca., Oaxaca.
- Monterroso, E. (2016). *Competitividad y estrategia*. Recuperado de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/05/RSOC014-002-Competitividad-y-estrategia-MONTERROSO.pdf>

- Nuñez, B. & Miguel,. (2007). *Material de apoyo del seminario Gestión de la Productividad. Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre". Barquisimeto, Venezuela.*
- Pucuhuaranga, L. (2019). *Gestión empresarial para mejorar la productividad laboral en la empresa Illetes contratistas generales E.I.R.L.* Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- Rapahmell, J. (1974). *Marketing in the servicie sector. Cambridge Massachusetts, Winthrop Publishers Inc. .*
- Robbins, S. & Coulter, M. . (2005). *Administración.* México: 8° edición: Pearson Educación.
- Sepúlveda, S. & Rojas, P. . (1999). *¿Qué es competitividad?* Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=e0bC_zcWBfUC&pg=PA10&dq=que+es+competitividad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiJ95PPyaPvAhVxQt8KHTdaB58Q6AEwAnoECAEQAg#v=onepage&q=que%20es%20competitividad&f=false
- Sladogna, M. (2017). *Productividad, definiciones y perspectivas para la negociación colectiva.* Recuperado de <http://www.relats.org/documentos/ORGSladogna2.pdf>
- Terry, G. (1986). *Principios de la Administración.* Panapo, México.
- Terry, G. (1999). *Principios de la Administración.* Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=LZYzPQAACAAJ&sitesec=buy&hl=es&source=gbs_atb
- Tugores, J. (2005). *Economía Internacional.* . Madrid: 1ª Edición, Editorial McGraw Hill.
- <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094357/cap02.pdf>
- <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>

ANEXOS

Anexo N° 1

Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>Problema General</p> <p>¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>1. ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022?</p> <p>2. ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022?</p> <p>3. ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022?</p> <p>4. ¿Qué relación existe entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>1. Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p> <p>2. Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p> <p>3. Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p> <p>4. Identificar la relación entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>1. Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Servicio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p> <p>2. Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Calidad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p> <p>3. Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Estrategia en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p> <p>4. Existe una relación directa y significativa entre Gestión Empresarial y Precio en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022</p>	<p>V1: Gestión Empresarial</p> <p>V2: Competitividad</p>	<p>Marketing Digital</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planificación -Organización -Eficiencia -Dirección -Control <p>Competitividad</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicio - Calidad - Estrategia - Precio 	<p>Método general</p> <p>método científico</p> <p>Tipo de investigación:</p> <p>Aplicada</p> <p>Alcance de la investigación:</p> <p>correlacional</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>no experimental</p> <div style="text-align: center;"> <p>Donde:</p> <p>M = Muestra</p> <p>O₁ Variable Independiente</p> <p>O₂ Variable Dependiente</p> <p>r = relación entre las dos variables</p> </div> <p>Población: 55 empresas</p> <p>Muestra Censal: 55</p> <p>Técnicas e Instrumentos:</p> <p>Cuestionario: Gestión Empresarial 15 ítems del 1 al 15</p> <p>Cuestionario Competitividad 12 ítems del 16 al 27.</p> <p>Ficha técnica: Nombre: Cuestionario:</p> <p>Validez y confiabilidad: Se validará con 3 juicios de expertos</p> <p>Uso de datos: Procesados a través del paquete estadístico SPSS-V 26</p> <p>Contrastación de Hipótesis: Rho de Sperman.</p>

Anexo 2
Matriz de Operacionalización de las Variables de Investigación

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable: Gestión Empresarial	Gestión Empresarial , “actividad empresarial que son dirigidos por diferentes personas especializados entre ellos están: directores, gerentes, accionistas, consultores, entre otros, cada uno de los mencionados está en la búsqueda de mejorar la productividad y competitividad de una empresa u organización. En pocas palabras la gestión empresarial está dirigida para que la empresa u organización sea viable económicamente”. (Ucha , 2011)	La gestión empresarial es llevada a cabo por personal con habilidades y competencias para analizar factores del entorno y proponer estrategias que mejoren la productividad y la competitividad de la empresa, para lo cual se aplica el instrumento de recolección de información respecto a la planificación, organización, eficiencia, dirección y control.	Planificación.	Metas Estrategia <u>Carácter financiero</u>	a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre (ordinal)
			Organización	Recursos Coordinación <u>Agrupar</u>	
			Eficiencia	Logro de objetivos Medición de capacidad <u>Tiempo</u>	
			Dirección	Supervisión Factor humano <u>Ejecución</u>	
			Control	Resultados Medición Retroalimentación	

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>Variable : Competitividad</p>	<p>Competitividad, la competitividad es un aspecto central en la sustentabilidad y éxito de una organización y, como tal, debe ser integrada al análisis estratégico. A fin de contribuir a una mejor comprensión de los aspectos ligados a la competitividad, el presente artículo presenta una síntesis de los distintos conceptos y fundamentos que han tratado de explicarla, mostrando a su vez la convergencia con la estrategia y las ventajas competitivas, sin olvidar los elementos relacionados con la competitividad de la industria y las naciones, toda vez que éstas son creadoras de las condiciones económicas y productivas desde donde compiten la firmas. (Monterroso, 2016)</p>	<p>La competitividad es un proceso que supone el mejoramiento permanente del ambiente en que operan las empresas en el país, y responde a los retos propios de la etapa de desarrollo en la que se encuentra cada país, para lo cual se aplica el instrumento de recolección de información respecto el servicio, calidad estrategia y precio frente a la competitividad.</p>	<p>Servicio</p> <hr/> <p>Calidad</p> <hr/> <p>Estrategia</p> <hr/> <p>Precio</p>	<p>Ejecución Proceso Acción</p> <hr/> <p>Precio Necesidad Experiencia</p> <hr/> <p>Misión Sistema administrativo Implementar</p> <hr/> <p>Valor Producto Beneficio</p>	<p>a) Nunca b) Casi nunca c) A veces d) Casi siempre e) Siempre</p> <p>(ordinal)</p>

Anexo N° 3

Matriz de Operacionalización del instrumento

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	PREGUNTA	ESCALA DE MEDICION
Variable 1: Gestión Empresarial	D1: Planificación	Metas	1. ¿En su centro laboral con qué frecuencia se realiza una planificación para el logro de las metas trazadas?	Ordinal: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Estrategias	2. ¿Las estrategias que maneja la empresa donde labora son idóneas?	
		Carácter financiero	3. ¿El carácter financiero se planifica quincenalmente en la empresa que labora?	
	D2: Organización	Recursos	4. ¿Cómo califica usted a los recursos utilizados para la organización dentro de su centro laboral?	
		Coordinación	5. ¿Qué valor le da a la coordinación que se maneja dentro de la empresa donde labora?	
		Agrupar	6. ¿Cree que para lograr una organización eficaz es primordial la agrupación de necesidades?	
	D3: Eficiencia	Logro de objetivos	7. ¿Usted cree que la empresa llega con máxima eficiencia para el logro de sus objetivos?	
		Medición de capacidad	8. ¿Para obtener una mayor eficiencia usted cree que es bueno hacer una medición de capacidad de los colaboradores?	
		Tiempo	9. ¿Cree que el buen manejo de tiempo ayuda en una eficiencia satisfactoria?	
	D4: Dirección	Supervisión	10. ¿Cómo califica usted a la supervisión que se realiza dentro de la empresa?	
Factor humano		11. ¿Cree que el factor humano brinda un mayor aporte a obtener una mejor dirección de la empresa?		
Ejecución		12. ¿La ejecución que se maneja dentro de su organización aporta en el logro de los objetivos?		
D5: Control	Resultados	13. ¿Usted cree que los resultados obtenidos en la empresa son por un control eficiente?		
	Medición	14. ¿usted cree que el control debería de realizarse semanalmente para obtener una medición de resultados eficientes?		
	Retroalimentación	15. ¿Cómo califica a la retroalimentación brindada por la empresa hacia sus colaboradores?		
Variable 2: Competitividad	D1: Servicio	Ejecución	16. ¿La ejecución que brinda satisface las necesidades de los colaboradores?	
Proceso		17. ¿El proceso que se realiza frente a un servicio aporta para obtener una competitividad eficaz?		

	Acción	18. ¿Cómo considera usted a las acciones que se toma frente a los servicios brindados en su centro laboral?	3) A veces
	Precio	19. ¿La calidad que ofrece en su centro laboral lleva concordancia con el precio establecido?	4) Casi siempre
D2: Calidad	Necesidad	20. ¿La necesidad de los clientes aporta en la calidad de servicio que se brinda?	5) Siempre
	Experiencia	21. ¿Cómo considera el factor de experiencia frente a una competitividad?	
	Misión	22. ¿Para tomar estrategias se basan en la misión de la empresa?	
D3: Estrategia	Sistema administrativo	23. ¿Dentro del sistema administrativo de su centro laboral se maneja estrategias para obtener resultados a corto plazo??	
	Implementar Valor	24. ¿Usted cree que es necesario la implementación de estrategias para el logro eficaz de los objetivos?	
	Producto	25. ¿Cómo califica usted al valor agregado que se le implanta a cada producto?	
D4: Precio	Beneficio	26. ¿Usted cree que el precio del producto es eficaz para los consumidores?	
		27. ¿Cómo califica usted a los beneficios que se brinda a un producto y va de acorde al precio?	

Anexo 4

Instrumento de investigación

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES



CUESTIONARIO SOBRE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS DE LA CIUDAD DE HUANCAYO - 2022

Instrucciones: Sr. Gerente de la Empresa Constructora., el presente cuestionario, forma parte de una investigación que estamos llevando a cabo en nuestra calidad de investigadoras para determinar la relación entre Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.

A continuación, le presentamos varias preguntas, por lo que se le agradece a usted, marcar con un aspa (X), la respuesta que considere conveniente, para lo cual le presentamos la siguiente tabla de puntuación:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi Nunca	A Veces	Siempre	Casi siempre

VARIABLE 1: GESTION EMPRESARIAL					
DIMENSIÓN 1: PLANIFICACIÓN					
	1	2	3	4	5
1. ¿En su centro laboral con qué frecuencia se realiza una planificación para el logro de las metas trazadas?					
2. ¿Las estrategias que maneja la empresa donde labora son idóneas?					
3. ¿El carácter financiero se planifica quincenalmente en la empresa que labora?					
DIMENSIÓN 2: ORGANIZACIÓN					
4. ¿Cómo califica usted a los recursos utilizados para la organización dentro de su centro laboral?					
5. ¿Qué valor le da a la coordinación que se maneja dentro de la empresa donde labora?					
6. ¿Cree que para lograr una organización eficaz es primordial la agrupación de necesidades?					
DIMENSIÓN 3: EFICIENCIA					
7. ¿Usted cree que la empresa llega con máxima eficiencia para el logro de sus objetivos?					
8. ¿Para obtener una mayor eficiencia usted cree que es bueno hacer una medición de capacidad de los colaboradores?					
9. ¿Cree que el buen manejo de tiempo ayuda en una eficiencia satisfactoria?					

DIMENSIÓN 4: DIRECCIÓN					
10. ¿Cómo califica usted a la supervisión que se realiza dentro de la empresa?					
11. ¿Cree que el factor humano brinda un mayor aporte a obtener una mejor dirección de la empresa?					
12. ¿La ejecución que se maneja dentro de su organización aporta en el logro de los objetivos?					
DIMENSIÓN 5: CONTROL					
13. ¿Usted cree que Los resultados obtenidos en la empresa es por un control eficiente?					
14. ¿Usted cree que el control debería de realizarse semanalmente para obtener una medición de resultados eficientes?					
15. ¿Cómo califica a la retroalimentación brindada por la empresa hacia sus colaboradores?					

VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD					
DIMENSIÓN 1: SERVICIO	1	2	3	4	5
16. ¿La ejecución que brinda satisface las necesidades de los colaboradores?					
17. ¿El proceso que se realiza frente a un servicio aporta para obtener una competitividad eficaz?					
18. ¿Cómo considera usted a las acciones que se toma frente a los servicios brindados en su centro laboral?					
DIMENSIÓN 2: CALIDAD					
19. ¿La calidad que ofrece en su centro laboral lleva concordancia con el precio establecido?					
20. ¿La necesidad de los clientes aporta en la calidad de servicio que se brinda?					
21. ¿Cómo considera el factor de experiencia frente a una competitividad?					
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIA					
22. ¿Para tomar estrategias se basan en la misión de la empresa?					
23. ¿Dentro del sistema administrativo de su centro laboral se maneja estrategias para obtener resultados a corto plazo?					
24. ¿Usted cree que es necesario la implementación de estrategias para el logro eficaz de los objetivos?					
DIMENSIÓN 4: PRECIO					
25. ¿Cómo califica usted al valor agregado que se le implanta a cada producto?					
26. ¿Usted cree que el precio del producto es eficaz para los consumidores?					
27. ¿Cómo califica usted a los beneficios que se brinda a un producto y va de acorde al precio?					

Huancayo, mayo del 2022

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 5
Confiabilidad y validez

Variable N1 Gestión empresarial

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,898	15

Variable N2 Competitividad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,903	12

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.” que hace parte de la investigación: Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: **Mg. Melquiades Flavio Camayo Meza.**

Formación académica: **Licenciado en Administración**

Áreas de experiencia profesional: **Gestión Pública**

Tiempo: **10 años** de experiencia actual:

Institución: **Universidad Peruana Los Andes**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

Cuestionario 1: título **La gestión empresarial en las empresas constructoras de la ciudad de Huancayo - 2022**

Variable: Gestión empresarial.

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

DIMENSION	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ITEMS	OBSERVACIONES
D1	1	X	X	X	X		
	2	X	X	X	X		
	3	X	X	X	X		
D2	4	X	X	X	X		
	5	X	X	X	X		
	6	X	X	X	X		
D3	7	X	X	X	X		
	8	X	X	X	X		
	9	X	X	X	X		
D4	10	X	X	X	X		
	11	X	X	X	X		
	12	X	X	X	X		
D5	13	X	X	X	X		
	14	X	X	X	X		
	15	X	X	X	X		
EVALUACIÓN CUALITATIVA CRITERIOS	<input type="checkbox"/>		X	X	X		

Calificación:

1. No cumple
2. Nivel bajo
3. Nivel moderado con el criterio
4. Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Melquiades Flavio Camayo Meza	Magister en Gestión Pública	21	Nivel Alto

Sello y Firma:



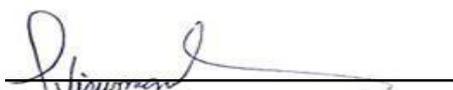
Melquiades Flavio Camayo Meza
CORLAD JUNIN N° 694

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Luis Antonio Visurraga Camargo	Magister en Gestión Pública	21	Nivel Alto

Sello y Firma:



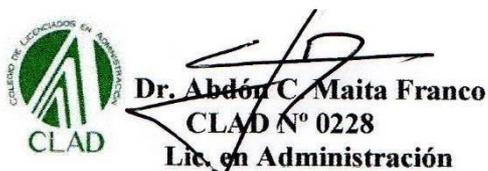
Mg. Luis Antonio Visurraga Camargo
Reg. Coleg. 04548

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
ABDON CASIANO, MAITA FRANCO	Doctor en gestión pública y gobernabilidad.	21	Nivel alto

Sello y Firma:



Dr. Abdón C. Maita Franco
CLAD N° 0228
Lic. en Administración

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022.” que hace parte de la investigación: Gestión Empresarial y Competitividad en las Empresas Constructoras de la Ciudad de Huancayo - 2022. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: **Mg. Melquiades Flavio Camayo Meza.**

Formación académica: **Licenciado en Administración**

Áreas de experiencia profesional: **Gestión Pública**

Tiempo: **10 años** de experiencia actual:

Institución: **Universidad Peruana Los Andes**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	5. No cumple con el criterio 6. Nivel bajo 7. Nivel moderado 8. Nivel alto	5. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 6. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 7. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 8. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	5. No cumple con el criterio 6. Nivel bajo 7. Nivel moderado 8. Nivel alto	5. El ítem no es claro 6. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 7. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 8. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	5. No cumple con el criterio 6. Nivel bajo 7. Nivel moderado 8. Nivel alto	5. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 6. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 7. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 8. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	5. No cumple con el criterio. 6. Nivel bajo 7. Nivel moderado 8. Nivel alto	5. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 6. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 7. El ítem es relativamente importante 8. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

Cuestionario 2: título **La competitividad en las empresas constructoras de la ciudad de Huancayo - 2022**

Variable: **Competitividad.**

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	5. No cumple con el criterio
---------------	------------------------------

DIMENSION	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ITEMS	OBSERVACIONES
D1	1	X	X	X	X		
	2	X	X	X	X		
	3	X	X	X	X		
D2	4	X	X	X	X		
	5	X	X	X	X		
	6	X	X	X	X		
D3	7	X	X	X	X		
	8	X	X	X	X		
	9	X	X	X	X		
D4	10	X	X	X	X		
	11	X	X	X	X		
	12	X	X	X	X		
D5	13	X	X	X	X		
	14	X	X	X	X		
	15	X	X	X	X		
D6	16	X	X	X	X		
	17	X	X	X	X		
	18	X	X	X	X		
EVALUACIÓN CUALITATIVA CRITERIOS	POR	X	X	X	X		

6. Nivel bajo
7. Nivel moderado
8. Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 2
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Melquiades Flavio Camayo Meza	Magister en Gestión Pública	18	Nivel Alto

Sello y Firma:



Melquiades Flavio Camayo Meza
CORLAD JUNIN N° 694

Validez de contenido

Cuadro 2
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Luis Antonio Visurraga Camargo	Magister en Gestión Pública	18	Nivel Alto

Sello y Firma:



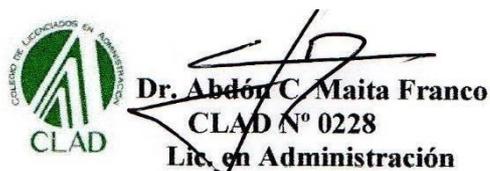
Mg. Luis Antonio Visurraga Camargo
Reg. Coleg. 04548

Validez de contenido

Cuadro 2
Evaluación final

Experto	Grado Académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
ABDON CASIANO, MAITA FRANCO	Doctor en gestión pública y gobernabilidad.	18	Nivel alto

Sello y Firma:



Dr. Abdón C. Maita Franco
CLAD N° 0228
Lic. en Administración

8. COHERENCIA	Coherencia entre las dimensiones, indicadores e ítems																		
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico																		
10.PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación																		

Opinión de aplicabilidad: Regular Buena Muy buena Promedio de valoración

FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO

La data de procesamiento de datos

Sin titulo1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 22 de 22 variables

	D1_V1	D2_V1	D3_V1	D4_V1	D5_V1	V1	D1_V2	D2_V2	D3_V2	D4_V2	V2	V1_NET	D1_V1_NET	D2_V1_NET	D3_V1_NET
1	11	14	13	11	12	61	13	14	10	10	47	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca
2	14	14	14	15	15	72	14	14	14	14	56	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca
3	11	8	7	5	8	39	7	8	8	8	31	Nunca	Casi nunca	Nunca	Casi nunca
4	12	11	11	10	11	55	11	11	11	11	44	A veces	A veces	Casi nunca	Casi nunca
5	13	12	11	12	12	60	6	13	15	15	49	Casi siempre	A veces	A veces	Casi nunca
6	13	14	13	9	14	63	13	15	14	14	56	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Casi nunca
7	14	14	10	9	11	58	13	12	11	11	47	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca
8	15	14	14	14	15	72	13	14	14	14	55	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca
9	11	14	12	9	11	57	14	12	14	14	54	A veces	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca
10	14	12	7	11	9	53	9	10	13	13	45	A veces	Casi siempre	A veces	Casi nunca
11	14	12	13	11	11	61	9	15	10	10	44	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca
12	13	10	9	10	8	50	8	8	8	8	32	Casi nunca	A veces	Casi nunca	Casi nunca
13	11	13	8	9	8	49	10	9	12	12	43	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi nunca
14	15	13	14	15	14	71	13	15	14	14	56	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca
15	14	14	14	12	15	69	14	13	15	15	57	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca
16	14	14	14	12	15	69	15	13	15	15	58	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca
17	11	13	11	13	13	61	12	10	15	15	52	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi nunca
18	14	11	7	10	7	49	11	8	4	4	27	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca
19	11	12	12	12	12	59	11	9	11	11	42	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca
20	13	14	15	15	13	70	14	14	15	15	58	Siempre	A veces	Casi siempre	Casi nunca
21	11	14	13	11	12	61	13	14	10	10	47	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca
22	13	12	11	12	12	60	6	13	14	14	47	Casi siempre	A veces	A veces	Casi nunca
23	11	13	11	9	10	54	12	9	12	12	45	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

12:37 p. m. 27/05/2022

Sin titulo1.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	D1_V1	Numérico	8	0	Planificación	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	D2_V1	Numérico	8	0	Organización	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	D3_V1	Numérico	8	0	Eficiencia	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	D4_V1	Numérico	8	0	Dirección	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	D5_V1	Numérico	8	0	Control	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	V1	Numérico	8	0	Gestión Empresarial	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	D1_V2	Numérico	8	0	Servicio	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	D2_V2	Numérico	8	0	Calidad	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	D3_V2	Numérico	8	0	Estrategia	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	D4_V2	Numérico	8	0	Precio	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	V2	Numérico	8	0	Competitividad	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	V1_NET	Numérico	8	0	Gestión Empresarial	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada
13	D1_V1_NET	Numérico	8	0	Planificación	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
14	D2_V1_NET	Numérico	8	0	Organización	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
15	D3_V1_NET	Numérico	8	0	Eficiencia	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
16	D4_V1_NET	Numérico	8	0	Dirección	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
17	D5_V1_NET	Numérico	8	0	Control	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
18	V2_NET1	Numérico	8	0	Competitividad	{1, Nunca}...	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada
19	D1_V2_NET	Numérico	8	0	Servicio	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
20	D2_V2_NET	Numérico	8	0	Calidad	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
21	D3_V2_NET	Numérico	8	0	Estrategia	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
22	D4_V2_NET	Numérico	8	0	Precio	{1, Nunca}...	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
23											
24											
25											

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

12:38 p. m. 27/05/2022

Anexo 7**Consentimiento informado****Solicita: Autorización para desarrollar trabajo de investigación**

Señor (a):

Presente.

Yo, Alonso Tapia, Jesús Alberto, identificado con DNI N° 20054353, con correo electrónico alonsotapiaalberto@gmail.com, en mi calidad de tesista, es de nuestro interés realizar la investigación cuyo título es: **“La Gestión Empresarial y la Competitividad en las empresas Constructoras de la ciudad de Huancayo - 2022”**, el objetivo de esta petición, es solicitar su autorización para llevar a cabo un trabajo de investigación, así mismo comprometiéndonos, que, una vez terminado el proceso de análisis de los datos, se entregara un ejemplar a su representada.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y/o empresa y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la institución. De igual manera, se entregará a los colaboradores un consentimiento informado donde se les invita a participar del proyecto y se les explica en qué consistirá el trabajo de investigación.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, se despide atte.

Huancayo, 10 de julio de 2022

.....
ALONSO TAPIA, Jesús Alberto
DNI N° 20054353

Anexo 1

Fotos de la aplicación del instrumento





