

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

Influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023

Para optar : El Título Profesional de Licenciada en Administración

Autora : Bach. MEDINA VELI, REBECA LUZ
Co - autora : Bach. LINDO BALDEON, MELISA

Asesor : Mtro. Vargas Ariste, Yuliana

Línea de investigación : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos
institucional

Fecha de inicio y culminación : 19.08.2023 al 18.08.2024

Huancayo – Perú

2024

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

Universidad Peruana Los Andes
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Tesis:

Influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd
Import Export S.A.C. Huancayo – 2023

Presentado por:

Bach. MEDINA VELI, REBECA LUZ
Bach. LINDO BALDEON, MELISA

Para optar el título de Licenciado en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

Jurados:

Presidente : _____
DR. VÁSQUEZ RAMÍREZ MICHAEL RAISER

Primer miembro : _____
MG. SANTANA CAMARGO WALTER RUBEN

Segundo miembro : _____
DR. SANDOVAL TRIGOS JESÚS CÉSAR

Tercer miembro : _____
MG. MAYOR PALACIOS MARÍA LUZ

Huancayo, ... de ... de 2024

FALSA PORTADA

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**Influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la
empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023**

**Para optar : El Título Profesional de Licenciada en
Administración**

**Autora : Bach. MEDINA VELI, REBECA LUZ
Co - autora Bach. LINDO BALDEON, MELISA**

Asesor : Mtro. Vargas Ariste, Yuliana

**Línea de investigación: Ciencias Empresariales y Gestión de los
institucional Recursos**

Fecha de inicio y culminación : 19.08.2023 al 18.08.2024

Huancayo – Perú

2024

ASESORA

Mtro. Vargas Ariste, Yuliana

DEDICATORIA

Dedico la presente investigación a la mujer que hizo realidad mis sueños, a mi madre Antonia, que, con su esfuerzo y dedicación, fueron la principal motivación a seguir adelante.

Melisa

A la mujer más valiente, guerrera y emprendedora que conozco, a mi madre Lidia, que me apoya y me enseña que me puedo caer, pero jamás rendirme y a mi padre Emiliano por ser guía de vida.

Rebeca

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida y a nuestra querida Universidad Peruana Los Andes porque fue el punto de partida hacia el logro de nuestras metas, permitiéndonos formarnos profesionalmente.

A los docentes, quienes nos brindaron los conocimientos y aprendizajes en cada paso de la carrera.

Al gerente y colaboradores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C, quienes nos brindaron su apoyo para la elaboración de la presente investigación.

Las autoras

Constancia de Similitud



Oficina de
Propiedad Intelectual
y Publicaciones

NUEVOS TIEMPOS
NUEVOS DESAFÍOS
NUEVOS COMPROMISOS

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0459 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

INFLUENCIA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA THE GOLDEN GOURD IMPORT EXPORT S.A.C. HUANCAYO – 2023

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : **Bach. MEDINA VELI REBECA LUZ**
Bach. LINDO BALDEON MELISA

Facultad : **CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Escuela Académica : **ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

Asesor(a) : **Mtro. VARGAS ARISTE YULIANA**

Fue analizado con fecha **22/10/2024**; con **109 págs.**; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

X

Excluye citas.

X

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

X

Otro criterio (especificar)

El documento presenta un porcentaje de similitud de **21** %.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Versión 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: **Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.**

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 22 de octubre del 2024.



MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

CONTENIDO

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS.....	ii
FALSA PORTADA.....	iii
ASESORA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
CONTENIDO.....	viii
CONTENIDO DE TABLAS.....	xi
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	xvi
CAPÍTULO I.....	18
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	18
1.2. Delimitación del problema.....	22
1.3. Formulación del problema.....	22
1.3.1. Problema General.....	22
1.3.2. Problemas Específicos.....	22
1.4. Justificación.....	23
1.4.1. Social.....	23
1.4.2. Teórica;.....	23
1.4.3. Metodológica;.....	23
1.5. Objetivos.....	24
1.5.1. Objetivo General.....	24

1.5.2. Objetivos Específicos.....	24
CAPÍTULO II.....	25
MARCO TEÓRICO.....	25
2.1. Antecedentes	25
2.2. Bases Teóricas o Científicas	31
2.3. Marco Conceptual	49
CAPITULO III.....	52
HIPOTESIS.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1. Hipótesis General	52
3.2. Hipótesis Específicas.....	52
3.3. Variables.....	52
CAPITULO IV.....	55
METODOLOGÍA.....	55
4.1. Método de Investigación	55
4.2. Tipo de Investigación	55
4.3. Nivel de Investigación.....	56
4.4. Diseño de la Investigación	56
4.5. Población y muestra	57
4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	58
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	58
4.8. Aspectos éticos de la Investigación.....	59
CAPÍTULO V.....	60
RESULTADOS.....	60
5.1. Descripción de los resultados	60
5.1.1. Análisis descriptivo.....	61
5.2. Contraste de hipótesis.....	70

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	78
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES.....	85
ANEXOS	91
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	92
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables	93
Anexo 3: Matriz de operacionalización del instrumento	94
Anexo 4: El instrumento de investigación	96
Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento	98
Anexo 6: Data de procesamiento de datos	104
Anexo 7: Consentimiento informado.....	105
Anexo 8: Fotos de la aplicación del instrumento.....	107

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 <i>Población de la Empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.</i>	57
Tabla 2 <i>Resumen de procesamiento de datos</i>	58
Tabla 3 <i>Fiabilidad de alfa de Cronbach</i>	58
Tabla 4 <i>Resumen del procesamiento descriptivo de los datos</i>	60
Tabla 5 <i>Resultados de la gestión empresarial (agrupada)</i>	61
Tabla 6 <i>Dimensión planificación (agrupada)</i>	62
Tabla 7 <i>Dimensión organización (agrupada)</i>	63
Tabla 8 <i>Dimensión integración (agrupada)</i>	64
Tabla 9 <i>Dimensión control (agrupada)</i>	65
Tabla 10 <i>Variable competitividad (agrupada)</i>	66
Tabla 11 <i>Dimensión innovación (agrupada)</i>	67
Tabla 12 <i>Dimensión tecnología (agrupada)</i>	68
Tabla 13 <i>Dimensión estrategias comerciales (agrupada)</i>	69
Tabla 14 <i>Resumen del modelo</i>	70
Tabla 15 <i>Resultado ANOVA^a</i>	71
Tabla 16 <i>Coeficientes^a</i>	71
Tabla 17 <i>Resumen del modelo</i>	72
Tabla 18 <i>Resultado ANOVA^a</i>	72
Tabla 19 <i>Coeficientes^a</i>	72
Tabla 20 <i>Resumen del modelo</i>	74
Tabla 21 <i>Resultado ANOVA^a</i>	74
Tabla 22 <i>Coeficientes^a</i>	74
Tabla 23 <i>Resumen del modelo</i>	75
Tabla 24 <i>Resultado ANOVA^a</i>	76
Tabla25 <i>Coeficientes^a</i>	76

Tabla 26 <i>Resumen del modelo</i>	77
Tabla 27 <i>Resultados ANOVA^a</i>	78
Tabla 28 <i>Coeficientes^a</i>	78

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1 <i>Exportaciones peruana de artesanía 2021 - 2022</i>	21
Figura 2 <i>Tipos de gestión empresarial</i>	35
Figura 3 <i>Diamante de competitividad</i>	43
Figura 4 <i>Productos de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.</i>	49
Figura 5 <i>Variable gestión empresarial</i>	61
Figura 6 <i>Dimensión planificación</i>	62
Figura 7 <i>Dimensión organización</i>	63
Figura 8 <i>Dimensión integración</i>	64
Figura 9 <i>Dimensión control</i>	65
Figura 10 <i>Variable Competitividad</i>	66
Figura 11 <i>Dimensión innovación</i>	67
Figura 12 <i>Dimensión tecnología</i>	68
Figura 13 <i>Dimensión estrategias comerciales</i>	69

RESUMEN

El sector artesanal redime acciones estratégicas relacionados al valor cultural de nuestro país; siendo vital en el desarrollo económico local (en las distintas regiones) y en la lucha contra la pobreza; por la cual se hace necesario impulsar nuevas formas de gestión comercial y administrativa; pues en muchos casos, es la limitación identificada en muchas organizaciones que los limita a competir en mercados, cada vez más exigentes; razón de la investigación presente en la que se formula la pregunta ¿Cómo influye la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023?; donde el objetivo fue Determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; el estudio, se desarrolló con un enfoque cuantitativo, método científico, método específico analítico – sintético, tipo aplicada, nivel explicativo, diseño experimental y cuasi experimental; habiéndose aplicado como estadístico de prueba la regresión lineal, se pudo obtener que el coeficiente hallado fue de 0.370, que se considera como un valor positivo bajo, quiere decir que la influencia de la gestión empresarial es directa, pero no es un factor único que posibilita a la empresa mostrar un nivel alto de competitividad.

Palabras clave: Gestión empresarial y competitividad.

ABSTRACT

The handicraft sector redeems strategic actions related to the cultural value of our country; being vital in the local economic development (in the different regions) and in the fight against poverty; for which it is necessary to promote new forms of commercial and administrative management; because in many cases, it is the limitation identified in many organizations that limits them to compete in markets, increasingly demanding; reason for the present research in which the question is formulated How does business management influence the competitiveness of the company The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023; where the objective was to determine the influence of business management on the competitiveness of the company The Golden Gourd Import Export S.A.C.; the study was developed with a quantitative approach, scientific method, specific analytical-synthetic method, applied type, explanatory level, experimental and quasi-experimental design; having applied linear regression as a test statistic, it was possible to obtain that the coefficient found was 0.370, which is considered a low positive value, meaning that the influence of business management is direct, but it is not a unique factor that enables the company to show a high level of competitiveness.

Keywords: business management and competitiveness.

INTRODUCCIÓN

Un factor fundamental para el desarrollo de las organizaciones empresariales es la gestión empresarial; puesto que muchas empresas se desarrollan de forma empírica y en los años van adecuando aspectos teóricos de administración; es la condición que presenta la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; que posibilitó formular el problema; ¿Cómo influye la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023?, y buscando alcanzar el objetivo; “Determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023”; la investigación se desarrolló considerando los aspectos metodológicos como; método científico, método específico analítico – sintético, tipo aplicada, nivel explicativo, diseño experimental y cuasi experimental, considerando una población de 28 colaboradores de la empresa; a quienes se administrará la encuesta para poder obtener los datos necesarios; el procedimiento que se sigue para el desarrollo del estudio fue:

Capítulo I, Planteamiento del problema; se formuló el problema general y específicos, se determinaron las justificaciones y se presenta los objetivos.

Capítulo II, se desarrolló el marco teórico; considerando los antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas de cada una de las variables y el marco conceptual.

Capítulo III, se presentó las hipótesis y el análisis de las variables.

Capítulo IV, se desarrolló la metodología de la investigación, con la presentación del tipo, nivel y diseño de la investigación.

Capítulo V; se presentó los resultados de la investigación desde los análisis descriptivos e inferenciales.

Adicionalmente se presentaron la discusión de resultados de la investigación; la presentación de las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente se presenta las referencias bibliográficas y los anexos de la investigación, según la estructura establecida por la universidad.

Las autoras.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Años atrás las empresas en diversas latitudes, basaban la gestión empresarial a tres aspectos; una lucha constante por reducir los costos de producción, orientación a uso racional de los recursos que garantice mayor rentabilidad y finalmente a tecnificar los procesos para poder garantizar la disminución de costos y mayor producción; los aspectos mencionados ahora son considerados como algunos de los tantos aspectos a considerar pues la globalización trajo abajo dichas condiciones de gestión empresarial.

En la actualidad las condicionantes del mercado (sea cual sea la dimensión), está relacionada a la calidad; siendo fundamental, los procesos orientados a la calidad, la calidad de atención, los productos y sus beneficios otorgados como valor agregado y especialmente las formas de comunicación con las que se puede garantizar ofertas productos o servicios en relación a las necesidades reales de los clientes.

En las empresas día a día, los especialistas de marketing, están enfocados a desarrollar estrategias comerciales, que les permita ser considerados como una buena opción, por los demandantes ya sea de productos o servicios; pero mayormente se busca atender las expectativas de los clientes y satisfacerlas como parte fundamental de las estrategias

comerciales; entonces, los directivos de las organizaciones, deben de desarrollar planes estratégicos para una gestión orientada a buscar la satisfacción de los clientes y sus necesidades y deseos; como se describió.

Orellana (2019) “La gestión empresarial es, ante todo, una habilidad que se adquiere con el tiempo, a través de la experiencia y la dedicación constante por aprender sobre la industria en la que se desarrolla el negocio”; el papel preponderante que desarrolla el gerente o administrador de la organización es fundamental para poder alcanzar los objetivos organizacionales establecidos para un periodo de tiempo; con ello garantizar el crecimiento, desarrollo y posicionamiento de la empresa.

Según Varela (2022) “ Más del 90% de los fracasos empresariales se deben a una mala gestión, principalmente como resultado de tomar decisiones en el momento equivocado”. Con la llegada de nuevas tecnologías, este porcentaje ha aumentado, haciendo que las ventajas competitivas sean momentáneas. En este entorno, las empresas se ven obligados a innovar constantemente en este ambiente sin perder la esencia de su marca para sobrevivir y evitar ser devoradas por la competencia; en este escenario, es muy importante la gestión administrativa.

Muchos especialistas de la administración de vanguardia, consideran que la gestión empresarial va de la mano con el emprendimiento, tomando en cuenta que las nuevas empresas ahora toman los riesgos de ingresar a mercados, donde se pondrá en juego las condiciones organizacionales, filosóficas y especialmente de los documentos de gestión; que posibilite poder hacerse de un espacio en dichos mercados, demostrando su capacidad de competitividad; la mala gestión empresarial o la encargatura de la conducción de la organización a un profesional, que no cumpla con los perfiles establecidos para el puesto, conllevara a un fracaso; por ello es necesario considerar un buen líder para la gestión empresarial; como lo estableció:

Orellana, (2019) “La gestión empresarial es creativa denominados también talentos empresariales, por lo que, los gerentes son capaces de hacer gestiones avanzadas acorde al mercado”.

En nuestro país y a nivel global, las organizaciones empresariales dedicadas a la producción y comercialización de artesanías, son la muestra de identidad cultural y etnográfica de los pueblos; considerados como parte de la economía verde del planeta, siendo generadores importantes de intercambio comercial a nivel de países y de generar ingresos para las arcas del país y de sus respectivos hogares de los empresarios.

Este tipo de organizaciones no está ajena al uso de las tecnologías de información y comunicación, como parte del proceso de comercialización y que debe de ser considerada en la gestión empresarial, como soporte principal para poder tener nivel competitivo; no solo en mercados internacionales sino también, en mercados locales o llamados internos.

En el Perú la actividad artesanal se desarrolla bajo el sustento de la Ley No 29073, de fecha 25 de julio del 2007, en cuyo contenido del Artículo 5, se define la actividad de la artesanía esto expresado en la publicación; (Congreso de la Republica del Perú, 2007) la actividad económica y cultural que se enfoca en la creación y producción de bienes puede realizarse completamente a mano, con herramientas manuales, o incluso con medios mecánicos. Lo importante es que el valor añadido principal provenga del trabajo manual directo, que sigue siendo el componente más significativo del producto final. Estos productos pueden destacarse por sus características únicas, ya sea por su valor histórico, cultural, estético, y cumplen una función social reconocida, utilizando materias primas originarias de la zona.

Teniendo como referencia la ley del artesano en nuestro país, las realidades de las organizaciones dedicadas a este tipo de actividades no se encuentran en situación adecuada, más aun después de haber superado la temporada de la pandemia del Covid; el nivel de apoyo de parte de las instituciones del estados mayormente se concentran en

organizaciones ubicadas en Lima, ya que mayormente se desarrollan acciones de acopio y comercialización, existiendo una significativa distancia de los productores y verdaderos artesanos; se debe considerar también que la demanda disminuyó por factores propios de los productores pues, no existe innovación en los procesos y muchas veces se está saliendo de los aspectos reales autóctonos de la cultura que reflejan dichos trabajos; a pesar que las estadísticas muestran resultados como:

Figura 1

Exportaciones peruana de artesanía 2021 - 2022

Reportes por año	Descripción problemática	Causas	Oportunidades
Reporte año 2021	Los envíos al exterior se redujeron en 33% entre 2019 y 2020 alcanzando solo USD 27 millones.	<ul style="list-style-type: none"> Se observa desorden, repetición y poca innovación entre la oferta de los artesanos o comerciantes de artesanía. 	<ul style="list-style-type: none"> Cada turista extranjero puede llegar a gastar unos USD 50 en souvenirs durante su visita a nuestro país, siendo una característica similar de los turistas nacionales.
Reporte año 2022	Los envíos de artesanía peruana cerraron el 2022 en USD 42 millones, monto lejano a los USD 65 millones del 2012.	<ul style="list-style-type: none"> La situación de inestabilidad y violencia afecta al país. Situación inestable por el retorno a la normalidad pos-pandemia. 	<ul style="list-style-type: none"> Imagen cultural creciente, acompañado de la preferencia por la gastronomía peruana.
La Gerencia de Manufacturas de ADEX informó que los despachos de la artesanía peruana ascendieron a USD 40 200 000 entre enero y noviembre del 2022, reflejando un crecimiento de 7.1 % respecto al mismo periodo del 2021 (US\$ 37 546 000).			

Fuente: Elaboración propia, referencia: (ADEX, 2022) "exportaciones Peruanas"

Lo presentado en la figura 1, es un resultado general respecto a exportaciones; sin embargo, la problemática mayormente, radica en que no se cuenta con apoyo para poder emprender en este tipo de negocios siendo mayormente desarrolladas los emprendimientos, sustentados en la experiencia y un conocimiento empírico.

La empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. con RUC: 20603999569, se dedica a la venta al por mayor y menor de artesanías (mates burilados) en todas sus variedades y está ubicada en Av. Huancayo #375 – Cochas Chico, El Tambo. La empresa a pesar de la trayectoria y reconocimiento que tiene en la producción de los mates burilados, no han alcanzado en los años un desarrollo y posicionamiento que les permita

tener un mayor nivel de cobertura en los mercados nacionales e internacionales; pues aún se desarrolla una gestión empresarial tradicional y empírica; sin contar con documentos de gestión (planeación estratégica, reglamentos de organización, planeación comercial, modelos de procesos de producción, documentos contables y de almacén, etc.); que no les permite incluso competir de forma adecuada con las empresas similares de la localidad.

1.2. Delimitación del problema

- a. Delimitación espacial;** la investigación se desarrolló en la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. con domicilio fiscal en Av. Huancayo N° 375 – Cochabamba (Altura de Jr. Grau – Estadio Municipal).
- b. Delimitación temporal;** el tiempo establecido para cumplir con el desarrollo de elaboración desde el proyecto hasta el informe final, comprendió el año 2023 y los meses de abril a noviembre y el año 2024.
- c. Delimitación conceptual;** para el desarrollo de la investigación se tomó en cuenta los aportes vigentes de las teorías y la literatura que lo sustenta; siendo las mismas las variables gestión empresarial y competitividad.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Cómo influye la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023?

1.3.2. Problemas Específicos

- 1) ¿Cómo influye la planeación en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo -2023?

- 2) ¿Cómo influye la organización en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023?
- 3) ¿Cómo influye la integración en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023?
- 4) ¿Cómo influye el control en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023?

1.4. Justificación

1.4.1. Social

La presente investigación se desarrolló, tomando en cuenta la necesidad existente en las organizaciones del giro de producción artesanal, para poder determinar las causas y en función a ello sugerir soluciones que posibiliten mejorar las condiciones de competitividad para poder mejorar las condiciones comerciales tanto nacionales como extranjeras; asimismo, esta investigación servirá como aporte a la comunidad científica.

1.4.2. Teórica;

En el desarrollo de la investigación se realizó un análisis de los aportes teóricos y que considera los aspectos epistemológicos de la gestión empresarial y sus distintas dimensiones, como: la planificación, la organización, la integración y el control; además, se realizó un análisis que abarca la literatura de la competitividad, lo que posibilitó proponer soluciones para las empresas y contribuirá a futuras investigaciones.

1.4.3. Metodológica;

En la investigación se buscó alcanzar los objetivos propuestos, por lo mismo fue necesario la construcción de cuestionarios para la obtención de la información necesaria, siendo estas compuestas por ítems por dimensión de cada variable de la investigación y que previamente fueron validadas.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023.

1.5.2. Objetivos Específicos

- 1) Determinar la influencia de la planeación en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023.
- 2) Determinar la influencia de la organización en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023.
- 3) Determinar la influencia de la integración en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023.
- 4) Determinar la influencia del control en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

A. Antecedentes nacionales

Nuñez (2021) presentó la tesis “*Caracterización de la sostenibilidad y Competitividad de las Mype rubro artesanal del distrito de Catacaos – Piura, año 2021*” en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura – Perú; en la investigación se consideró como objetivo; “Determinar las características de la sostenibilidad y competitividad de las Mype del rubro artesanal en el distrito de Catacaos, Piura durante el año 2021”; el desarrollo del estudio se dio desde un nivel descriptivo, de tipo cuantitativa, con un diseño no experimental y de corte transversal; donde abarco una población y muestra de 13 Mypes. Los resultados mostraron que los valores sociales y sostenibles mejoran la imagen que tiene el consumidor de la empresa, también las acciones sociales y sostenibles atraen nuevos inversionistas y clientes. Además, son conscientes del impacto ambiental de sus actividades y consideran que las medidas sostenibles generan mayor utilidad, donde se concluye que, la sostenibilidad es clave para mejorar la imagen y atraer nuevas oportunidades de negocio, aunque las Mype

muestren carencias en el conocimiento sobre innovación y gestión estructurada, basándose en una gestión empírica.

Bellido (2022) presentó la tesis de grado *“Gestión por procesos para la competitividad empresarial de las Mype de artesanía textil, Ayacucho–2019”* en la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga; Ayacucho – Perú; en el trabajo se consideró como objetivo; “Analizar la relación que existe entre los factores de la gestión por procesos y la competitividad empresarial de las Mype dedicadas a la artesanía textil – 2019”, para el desarrollo del estudio, la autora hizo uso de los aspectos metodológicos como; de tipo aplicada, enfoque mixto cuantitativo y cualitativo; de nivel correlacional y de diseño no experimental-transversal; la población conformada por 02 representantes del total de 24 empresas; la muestra censal pues se consideró al total de la población; se pudo comprobar la existencia de una relación directa entre la gestión por procesos y la competitividad empresarial; este resultado sostenido por el valor de Rho de Spearman, $r = 0.736$; que permite considerar que si la gestión por procesos mejora, esto conlleva a la mejora de la competitividad.

García & Mestanza (2019) presentaron la tesis *“Propuesta de mejora de la gestión integral empresarial para la microempresa orfebres y joyeros del Perú SAC”* en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo; en el trabajo de investigación consideraron el objetivo: “Proponer la mejora de la gestión integral empresarial para la microempresa orfebres y joyeros del Perú SAC”; para el desarrollo de la investigación se tomó en cuenta los factores metodológicos como; enfoque cualitativo exploratorio, el diseño de la investigación fue no experimental y de corte transversal; la población de la investigación estaba conformada por 03 colaboradores de la empresa y la muestra considero a la misma cantidad de la población; posterior al manejo de la

información recogida, se encontró que la microempresa artesanal, cuenta con mucha experiencia, procesos adecuados que garantizan la capacidad productiva; sin embargo carecen de una adecuada técnica de gestión empresarial y que conlleva a demás a tener limitaciones respecto al comercio exterior y el cumplimiento de sus objetivos institucionales.

Cutipa, Escobar, Anchapuri & Valreymond (2020) presentaron el artículo “*La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil*”; en la revista Escuela de Administración de Negocios, la investigación considero el objetivo; “Determinar la relación entre la intensidad de la innovación y la competitividad de mypes exportadores de artesanía textil de la región Puno”; en el desarrollo de la investigación se utilizó como procedimiento metodológico; el enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y diseño no experimental; respecto a la población, se tomó en cuenta a 31 mypes exportadoras de la región a los cuales se aplicó una encuesta para poder obtener los datos que luego fue tratado estadísticamente, concluyendo que se determinó una relación significativa con la innovación y la competitividad, sostenidas en un nivel de significación igual al 73% con un $p = 0,000$ con la que se pudo rechazar la hipótesis nula.

Noblecilla & Rivera (2020) presentaron la tesis “*Identificación de factores de producción para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de la Arena – año 2020*” en la Universidad Privada Antenor Orrego, el objetivo de la investigación fue: “Determinar los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el distrito de la Arena, Piura, durante el año 2020”; el aspecto metodológico fue de tipo básico descriptivo, se llevó a cabo con una muestra de 53 artesanas, a quienes se les aplicó un cuestionario para identificar los factores claves como políticas de capacitación y asignación presupuestal.

Teniendo como conclusión que estos factores, apoyados por la municipalidad distrital de la Arena y ONG como CIPCA y CHOICE Humanitarias, son fundamentales para mejorar el nivel de competitividad, facilitando el acceso a nuevos mercados tanto nacionales como internacionales; asimismo, las políticas de capacitación y la adecuada asignación presupuestal son determinantes para impulsar la competitividad del sector artesanal.

B. Antecedentes internacionales

Pérez, Acurero, Franco & Suarez (2021) presentaron el artículo científico “*Competitividad de las Mipymes del sector artesanal del Municipio Sempués – Colombia. Factores determinantes*”; en la revista indexada - Mundo Fesc, Colombia; donde se determinó como objetivo, “Diagnosticar el grado de competitividad de las MiPymes del sector artesanal del municipio Sempués – Colombia”; los autores aplicaron en la investigación; el nivel exploratorio, de enfoque cualitativo, la población conformada por 32 negocios formales dedicados a la artesanía y la muestra censal, pues se consideró al total de la población; se aplicó una encuesta de carácter ordinal, para poder obtener la información y que posteriormente posibilite plantear la conclusión; las estadísticas arrojaron que existe un alto grado de competitividad en las Mypimes de la región poseen fortalezas que posibilitan pronosticar un crecimiento sostenido pero para ello es necesario mejorar algunos aspectos estratégicos a nivel de producción y comercialización.

Gonzales (2021) presentó la tesis “*Determinantes de la Competitividad de las MIPYMES Artesanales en el Desarrollo Regional de la Región Pátzcuaro-Zirahuén*”, para optar por el grado de Maestro en Ciencias del Desarrollo Regional, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia – México; el objetivo presentado en la investigación fue: “Analizar la influencia de la innovación, la tecnología, la gestión empresarial, la calidad y la comercialización, en la competitividad de las MIPYMES

artesanales en la región Pátzcuaro- Zirahuén del Estado de Michoacán que contribuyen en el desarrollo económico y cultural del área”; como aspectos metodológicos se consideró; el enfoque fue cuantitativo, de nivel correlacional y el diseño no experimental; la población del estudio se determinó en el total de micro empresas de la región y después del análisis y selección se estableció como muestra a 1304 micro empresas a quienes se administró las encuestas que permitieron oportunamente presentar el resultado; se identificó una alta relación con la gestión empresarial y la tecnología son factores de competitividad en la región Pátzcuaro – Zirahuén, considerando que hay pleno conocimiento de la importancia de las artesanías que representan la tradición e importancia cultural pero que es necesario innovar los procesos de comercialización y determinar de forma exacta los mercados potenciales.

Ramírez, Guzmán & Rodríguez (2019), presentaron la tesis *“Impacto de la competitividad en el sector turístico de las artesanías de Ibagué Tolima”* en la Universidad Cooperativa de Colombia, Sede Ibagué – Espinal, siendo el objetivo general “Determinar el nivel de competitividad en el sector artesanal de la ciudad de Ibagué, Tolima Colombia”, como aspecto metodológico se consideró; el enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), donde se revisaron bases de datos documentales y se aplicaron encuestas a 56 empresarios artesanales de una población de 384, teniendo como resultado que el 90% de empresarios no implementan mecanismos para medir y mejorar su competitividad; donde se concluye que se destaca la necesidad de fortalecer las capacidades empresariales para mejorar el nivel de competitividad.

Franco, Suárez, & Pérez (2020) presentaron la tesis *“Nivel de los factores que inciden en la competitividad de las MiPyme del sector artesanal de Sampués – Colombia”* en la Corporación Universitaria del Caribe, el objetivo de esta investigación fue: “Determinar el nivel de los factores que inciden en la competitividad de las MiPyme del sector artesanal

de Sampués, empleando una metodología cuantitativa basada en el Mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo - 2001”. sus resultados destacaron la necesidad de fortalecer factores estratégicos, como la planeación estratégica, gestión ambiental y gestión de recursos humanos, que son fundamentales, pero a menudo subvalorados. En cuanto a los factores financieros, las MiPyme han implementado estrategias para mejorar la comercialización y la rentabilidad, aunque su desarrollo se ve limitado por deficiencias en los factores estratégicos. En el ámbito operativo, se observa un enfoque en asegurar la calidad en función de las demandas del cliente, sin adoptar plenamente la calidad como principio de expansión de mercado; concluyendo que la necesidad de una formación empresarial para los artesanos es la implementación de políticas públicas que fortalezcan a las MiPyme y el desarrollo de planes de gestión medioambiental en conjunto con el sector artesanal.

Chiluiza, & Salazar (2021) presentaron la tesis titulada “*Dinámica Organizacional y la Competitividad en las empresas calificadas como artesanas de la Ciudad de Ambato*”, en la Universidad Técnica de Ambato, se consideró como objetivo “Estudiar la dinámica en las empresas calificadas como artesanas de la ciudad de Ambato que contribuya a su competitividad en el mercado durante el periodo 2020-2021” ; se desarrolló una metodología de enfoque mixto, con un diseño de investigación de campo y bibliográfico, la población representada por 1800 artesanos de Ambato, la muestra correspondió a 299 artesanos, a quienes se aplicó una encuesta; donde los resultados mostraron que el sistema organizacional afecta negativamente la competitividad de las empresas y que permitió concluir con un plan de asociatividad para mejorar los sistemas organizacionales y, con ello, aumentar la competitividad del sector artesanal en la ciudad.

2.2. Bases Teóricas o Científicas

Gestión; según Westreicher (2020) “La gestión es un conjunto de procedimientos y acciones para llevar a cabo a fin de lograr un objetivo determinado”.

Según Huergo (2017) “Es la forma de llevar adelante la organización, a través de los modos organizacionales que sirvan para que sean coherentes con los fines y con los objetivos de la institución”.

A. Gestión empresarial

Para Orellana (2019) “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”

Según Chiavenato (2006) “La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos”.

Rivero (2019) “Define como el proceso de dirigir y supervisar los las actividades de la organización, sin importar su naturaleza, tipo, estructura o tamaño”.

De acuerdo con Rubio (2008) “Las organizaciones deben contratar personal calificado, priorizando la motivación y la capacitación a los colaboradores, ya que es importante promover el trabajo en equipo”

Por otro lado, Hernández & Pulido (2011) mencionan que “Es un conjunto de procesos creativos, que permiten diseñar directrices estratégicas y tácticas para una unidad productiva de manera que se pueda coordinar los recursos económicos, humanos, tecnológicos y de relaciones sociales, políticas y comerciales para alcanzar sus objetivos”.

B. Principios de la Gestión

La creación de las organizaciones empresariales se sustenta en una doctrina, una teoría y establecen una visión de su entorno y todos ellos consideran principios organizacionales; como mencionó Cortés (2021) “Para llevar a cabo la gestión, se basa en ciertos principios básicos y normas conocidas como principios de gestión, que orientan a las entidades directivas”.

Algunos de los principios que son importantes y necesarios para una organización según Cortés (2021):

a. Principio de combinación óptima de centralización y descentralización; este principio, refiere a la autoridad quien dirige la organización y los demás componentes de la organización.

Para Cortés (2021) “La gestión centralizada es un proceso por el cual las ordenes globales y las señales de control generan en un centro unificado y se distribuyen desde allí a varios puntos de gestión”; se adecua más a pequeñas organizaciones.

b. Principio de dirección unipersonal; considera que los colaboradores se deben a un jefe superior inmediato y que el total de los colaboradores se deben a un solo superior (gerente); quien controlara el rendimiento basado en el nivel de productividad.

c. Principio de factibilidad científica; Cortés (2021) “La gestión debe basarse en métodos y enfoques científicos”

d. Principio de planificación; implica todas las normas y directivas existentes para generar condiciones adecuadas para el desarrollo organizacional.

e. Principio de la vinculación de los derechos, los deberes y responsabilidades. Desempeño de tareas determinadas y responsabilidad para su desempeño son delegados a cada empleado de la organización.

- f. Principio de los incentivos;** Se refiere directamente a la política de motivación existente en las empresas como incentivos materiales que se fundamentan en el beneficio económico e individual de los empleados en relación con los resultados de su labor, a diferencia de los incentivos éticos que se centran en el impacto psicológico en los empleados.
- g. Principio de la democratización de la gestión,** implica desarrollar niveles óptimos de comunicación y motivación que coadyuven a desarrollar el empoderamiento y participación de los colaboradores.
- h. Principio del enfoque sistémico,** La gestión engloba la totalidad del sistema considerando las relaciones internas y externas, las dependencias mutuas y apertura de su propia estructura y del sistema en su totalidad.

C. Objetivos de la gestión empresarial

De acuerdo con Clavijo (2022) la intención de muchos propietarios de empresas, es que se pueda lograr los objetivos establecidos respecto a alcanzar la preferencia de los clientes y por lo tanto garantizar la rentabilidad por el nivel de rotación de los productos o servicios que se comercializa; pero ello depende directamente de procesos establecidos y alcanzar un nivel estandarizado de acciones estratégicas en los diferentes niveles de la organización; alguno de los objetivos más importantes.

- Garantizar que todos compartan los mismos objetivos y que se identifiquen con ellos.
- Tener un conocimiento detallado de cada departamento, cada empleado y cada tarea realizada, para contar con información inmediata sobre posibles mejoras, crecimiento o cambios que beneficien a todos los que aportan su esfuerzo y habilidades a las organizaciones.

D. Características de la gestión empresarial

En la literatura existente respecto a la gestión empresarial se presentan diversos aportes de las características de la gestión empresarial; muchos de ellos coincidentes, pero muchos muy orientados a realidades de empresas ajenas a lo desarrollado en la presente investigación; por lo tanto, se consideran los aportes realizados por Rivero (2019)

- a. Universal:** Todas las organizaciones, ya sean con fines de lucro o no, requieren de gestión para administrar sus actividades.
- b. Orientado a objetivos:** Cada organización se crea con un objetivo específico y facilita sus logros de manera eficiente y sin contratiempos.
- c. Proceso continuo:** Procesos continuos requeridos en todas las áreas de una organización, como recursos humanos, marketing, producción y finanzas.
- d. Multidimensional:** La gestión no se limita a la gestión de personas, sino que también incluye la gestión de tareas, procesos y procedimientos.
- e. Actividad grupal:** las organizaciones están formadas por varios miembros con distintas necesidades, creencias y expectativas. Las personas se unen a organizaciones por diferentes motivos.
- f. Función dinámica:** Existen factores en las organizaciones en un entorno empresarial, como factores políticos, sociales, tecnológicos, económicos y legales.
- g. Fuerza invisible:** Dirigir una empresa es invisible. Pero su presencia se puede ver en la naturaleza de las organizaciones.

E. Tipos de gestión empresarial

En toda organización se debe de contar con un profesional idóneo para poder tomar las riendas de la organización y conducirla al éxito; siendo alguna de las características; la

eficiencia de su labor, desarrollar un adecuado nivel de comunicación interna, debe tener capacidad motivacional y ejerza sobre todo un adecuado liderazgo.

Figura 2

Tipos de gestión empresarial



Fuente: Quiroa (2021) "Tipos de gestión empresarial"

Algunos de los tipos más conocidos de la gestión empresarial según Quiroa (2021)

- a. **Gestión laissez faire;** caracterizada por la libertad y empoderamiento que se les brinda a los colaboradores para incluso tomar decisiones y desarrollar sus actividades laborales enfocadas a los objetivos establecidos.
- b. **Gestión democrática;** donde se permite expresar y opinar a los colaboradores siendo parte de las soluciones de problemas identificados; siendo fundamental el trabajo en equipo y se promueve la comunicación interna.
- c. **Gestión autoritaria;** considerado como la administración tradicional donde los colaboradores solo cumplen ordenes de los superiores; muchas veces las gestiones autoritarias tienen un carácter positivo para algunas empresas.
- d. **Gestión transaccional;** relacionado a una administración orientada a la motivación de los colaboradores; basada en un sistema de reconocimientos o recompensas; mayormente por logros o cumplimientos de objetivos establecidos.

- e. **Gestión transformacional**; considerado un tipo de gestión donde se genera valor a la labor de los colaboradores y no solo los motiva, sino que los compromete y conlleva a una identificación con la empresa.
- f. **Gestión de servicio**; en este tipo de gestión; según Quiroa (2021) “Los gerentes se encargan de entrenar, capacitar y guiar a su equipo. Los empleados no solo siguen ordenes, sino también reciben apoyo y asistencia de la gerencia”.
- g. **Gestión de marcapasos**; en este tipo de gestión; un gerente es responsable de su equipo. Por ello, se imparten instrucciones de trabajo y formación para que los empleados las sigan, marcando un ritmo de trabajo que motive a todo el equipo.

F. Dimensiones de la gestión empresarial

a. Planificación

La planificación cobra importancia en las organizaciones pues es el punto de partida de generación de procedimientos y estrategias que se ha de seguir para lograr metas establecidas.

A opinión de Hernández & Pulido (2011) “Es la proyección impresa de las acciones a corto, mediano y largo plazos de las empresas para que funcionen con éxito en el entorno en donde actúan que permite administrar sus recursos, organizarlas internamente, dirigirlas, gerenciarlas y controlarlas” (p. 169).

Según Chiavenato (2006) “Es la función de la administración para definir los objetivos a alcanzar y las acciones necesarias para lograrlos. Se inicia con la determinación de los objetivos, planes y recursos utilizando la mejor estrategia”.

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

1) Etapas del proceso de planeación;

Según, Hernández & Pulido (2011) como primera etapa se concibe las estratégicas y el desarrollo de las políticas unificadoras de la acción de los planes tácticos y operativos de cada área.

Las etapas que se consideran son según Hernández & Pulido (2011)

- Primera etapa: Pensamiento y estrategia
- Segunda etapa: Definición de objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- Tercera etapa: Crea un espacio.
- Cuarta etapa: Definir políticas generales para proyectos en determinadas áreas.
- Quinta etapa: Planificación estratégica para sectores específicos. Sexta parte. Plan de gestión regional.
- Sexta etapa: Planes operativos de área.

Es importante considerar también que la planificación según Westreicher (2020) comprende, anticipar situaciones que puedan presentar una amenaza u oportunidad. Por lo tanto, el objetivo es reducir los efectos negativos de estos riesgos y promover resultados positivos.

b. Organización

A opinión de Sisto Velasco (citado por Hernández & Pulido, 2011) “Consiste en ordenar y agrupar las actividades para alcanzar los fines establecidos, asignando funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía para la creación de unidades administrativas, estableciendo relaciones entre dichas unidades que deben existir” (p. 192); es decir, que cuando se menciona una organización empresarial, no es otro aspecto teórico que comprende una estructura con orden

técnico y táctico; con una adecuada interacción de las personas que desarrollan actividad en alguna de las áreas con diferentes roles o cargos, buscando un objetivo en particular.

Según Chiavenato (2006) “Se refiere al acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos responsables de su administración, así como establecer relaciones y asignar funciones a cada uno de ellos”.

De acuerdo con Alegre, Berné & Carmen (2000) “Es la combinación razonable de las actividades de un determinado grupo de personas que quieran alcanzar un objetivo común por medio de la asignación de funciones y el trabajo por intermedio de una jerarquía de responsabilidad y autoridad”.

1) Proceso organizacional; para Hernández & Pulido (2011) “Se refiere a la secuencia de actividades que hay que realizar para organizar o reorganizar a una empresa”

El proceso sigue la siguiente secuencia de acciones:

- Departamentalización coincidente a las bases y necesidades empresariales.
- Estructura jerárquica.
- Definición del nivel de autoridad, con aspectos formales en la estructura y su diversificación.
- Definición de adecuados niveles de comunicación interna y organizacional.

Los directivos o propietarios de las organizaciones deben tener presente que la existencia y permanencia en los mercados de una organización depende de las personas y el nivel de interrelación y comunicación que

desarrollen; además de contar con normas y actúen en forma coordinada orientados al cumplimiento de los objetivos.

c. Integración

Según Hernández & Pulido (2011) “La integración gerencial no se basa únicamente en un perfil de competencias laborales como en los puestos operativos, sino que en el nivel directivo se deben considerar otros factores como la experiencia con resultados, los rasgos psicológicos, la situación organizacional al momento de la contratación, el clima laboral, el nivel de madurez y de competencia del equipo a dirigir”.

Robbins & Coulter (2010) refieren que, “La integración en las organizaciones empresariales conlleva al proceso de asegurar a las diferentes partes de la organización para que trabajen juntas de forma más efectiva y coordinada para lograr con los objetivos comunes de la empresa y mejorar con la comunicación y reducir duplicidades”.

Para Cravens & Piercy (2009) “La integración en los negocios se refiere a la coordinación y alineación de los recursos y capacidades de una empresa para lograr coherencia y sinergia en todas las áreas funcionales, permitiendo una mayor eficiencia y efectividad en la ejecución de estrategias”.

1) Elementos que intervienen en el éxito de una directiva laboral:

- a) El director: las competencias gerenciales, los rasgos psicológicos y los estilos de liderazgo.
- b) La situación y clima laboral del área: incorpora resultados históricos, presentación problemática y apoyo producido de instancias superiores.
- d) Los colaboradores, en términos de madurez y competencias de trabajo.

d. Control

Para Hernández & Pulido (2011) “Es un elemento importante del sistema administrativo que permite a las empresas autorregularse y mantenerse en el desarrollo deseado desde la planeación” (p. 240); para muchos especialistas del proceso administrativo, es una de las funciones gerenciales más importantes, pues las etapas preliminares no podrían ser efectivas de no desarrollarse un adecuado control de las mismas para el logro de los objetivos.

Según Chiavenato (2006) “El control se describe como una función restrictiva y coercitiva, empleada para limitar desvíos indeseables o comportamientos no aceptados. En este contexto, el control se percibe como limitante y a menudo se interpreta como coerción, restricción, manipulación e inhibición”.

De acuerdo con Reyes (2007) “Permite comprobar con lo planificado y brinda información para observar los resultados del procedimiento que este ejecutado por medio de las decisiones de la administración”.

1) Aspectos importantes del desarrollo del control

Según Hernández & Pulido (2011, p. 242).

- El control siempre debe utilizar la misma unidad de medida.
- Para análisis a largo plazo, un buen control deja un registro histórico impreso.
- Un buen control tiene la capacidad de sintetizar información relevante.
- El control debe ser económico.
- El control debe indicar tendencias y frecuencias.
- Las medidas correctivas para las desviaciones son proporcionadas por un control efectivo.

- El principio de excepción se aplica al control efectivo. La desviación ocurre a un nivel más allá de las acciones de contingencia.

G. Competitividad

Según la definición de Hernández & Pulido (2011) “Crear, desarrollar y sostener capacidades para conquistar la preferencia de los consumidores en los mercados de productos o servicios, y así generar resultados financieros (rentabilidad) y humanos (desarrollo integral) en los plazos corto, mediano y largo” (p. 12)

Roldán (2020) refiere que “Competitividad es la capacidad de una organización o persona para desarrollar ventajas competitivas frente a sus competidores, destacando en su ambiente”.

De acuerdo con Romo & Abdel (2017) “La competitividad se deriva de su ventaja competitiva en los métodos de organización y producción como el precio y la calidad del producto final”.

Para Rodríguez (2006) “La competitividad es la medida del desarrollo y desempeño de una unidad productiva, ya sea una empresa, una industria o en la economía nacional que permite la comparación de su posición frente a la competencia y que se identifique las debilidades y las fortalezas”

Desde la posición de León (2013) “Determina un enfoque empresarial en los procesos cambiantes para el mejoramiento del negocio o empresa hacia una productividad máxima, trabajando desde en nivel de gerencia hasta los niveles más bajos”. (p.9)

H. Niveles de competitividad

La literatura existente respecto a la competitividad empresarial, mayormente presenta enfoques para organizaciones de nivel medio y gran empresa; siendo la preocupación de los investigadores del presente estudio se considera los aportes de (Roldán, 2020)

- a. **Competitividad interna:** Es la capacidad de una organización para maximizar la eficiencia de sus recursos y aumentar la productividad de los factores como capital humano, dinerario y tierra.
- b. **Competitividad externa:** es la capacidad de una organización para obtener una ventaja competitiva en el mercado. Para lograrlo, se analizan factores externos como innovación, situación de la industria (5 fuerzas de Porter), la estabilidad económica, etc.

I. La ventaja como factor determinante de la competitividad

Una empresa para poder tener éxito en los mercados al cual se orienta, debe de desarrollar ventajas para poder tener el nivel de preferencia y aceptación de las organizaciones que compiten en ese ámbito.

Como mencionan Cabrera, López & Ramírez (2011) “La capacidad de competir está relacionada con las ventajas que tienen los competidores. Se resaltan los conceptos de ventaja absoluta, ventaja competitiva y ventaja comparativa” (p. 13).

a. Ventajas empresariales

- 1) **Ventaja Absoluta;** Cuando hay dos o más agentes en una competencia, uno de ellos tiene ventaja absoluta porque es más eficiente que el resto. La capacidad de producir más con menos factores de producción se conoce como productividad.
- 2) **Ventaja comparativa;** La ventaja comparativa se refiere al costo de oportunidad, no a la productividad total. El costo de oportunidad

generalmente está relacionado con la ventaja generada por la abundancia de un factor.

- 3) **Ventaja competitiva**; “Es una característica de las empresas, país o personas que se diferencia de otras posicionándose de forma relativa para competir” Sevilla (2020); es la capacidad de una empresa de desarrollar ciertas características únicas; respecto a productos o servicios que otras empresas competidoras, no pueden desarrollar y por lo tanto generan la preferencia y valor por parte de los clientes.

Según lo mencionado por Porter (2010, citado por Cabrera et al., 2011) “La ventaja de encontrar una posición favorable en el mercado frente a los competidores va permitir a las empresas mantenerse y crecer”

Según el modelo de diamante de Porter, cada país, región, sector de una economía o simplemente una empresa, puede sustentar razones para poder demostrar que es más importante que otras; en el caso de las empresas se puede tomar en cuenta una marca y la consolidación de la misma basada en factores que lo distinguen de los demás.

Figura 3

Diamante de competitividad



Fuente: Porter (2010) “Ventaja competitiva”

A opinión de Porter (2010, citado por Cabrera et al, 2011), los factores de oferta son elementos que facilitan a las empresas producir bienes y servicios competitivos. Por otro lado, los factores de demanda permiten a las organizaciones entender los gustos, preferencias y variables sociales, demográficas y culturales de la población, así como el consumo, tendencias y perspectivas futuras. Además, Estos factores ayudan a identificar a la competencia, sus productos, procesos de innovación, costos y la entrada de nuevos competidores.

J. Determinantes de la competitividad empresarial

Las determinantes de presentar un nivel adecuado de competitividad empresarial según Cabrera et al. (2011):

- a. La administración exitosa de los flujos de producción y de inventarios de materia prima y componentes.
- b. La integración de planeación de mercado, actividades de I+D, diseño, ingeniería y manufactura.
- c. La capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas.
- d. La capacidad de introducir cambios en la demanda y la evolución de los mercados.
- e. La capacidad de establecer relaciones con otras empresas dentro de la cadena de valor.

K. Dimensiones de la competitividad

- a. **Innovación;** para Allen & Evans (2019) “Consiste en la capacidad de crear bienes y servicios innovadores que satisfaga a los clientes y generen una ventaja competitiva” (p. 32).

Schnarch (2020) define la innovación como “La capacidad de generar valor en un entorno de cambios rápidos y tecnológicos, se enfoca en estrategias para superar obstáculos creativos y fomentar la innovación en el contexto de la hiperconectividad y la globalización”

Corma (2013) mencionó que: “La innovación es la transformación de ideas y conocimiento en el proceso de productos o servicios mejorados para el mercado y así satisfacer las necesidades de las personas y/o empresas”.

Características de la innovación

Algunas de las más importantes características que se determina a la innovación según Talín (2022)

- Innovación en el producto y en el rendimiento del producto
- Innovación tecnológica
- Innovación en el modelo de negocio
- Innovación en la organización
- Innovación de los procesos
- Innovación en los canales
- Innovación en la red
- Compromiso con el cliente

Los directivos de las organizaciones deben considera que el desarrollo de estrategias de innovación empresarial implica; modificar o transformar algo y en base a algo existente producir cambios con el fin de presentar una alternativa nueva de solución a las necesidades de los clientes o demandantes.

- b. Tecnología;** según Roldán (2020) “Es el conjunto de técnicas y conocimientos que se realizan de manera ordenada para lograr el objetivo o la solución de un problema”.

Arranz, Fernández & Pérez (2021) definen “La tecnología ha transformado el desarrollo económico y la operación de empresa, donde la adopción tecnológica es crucial para mejorar la productividad y la toma de decisiones estratégicas”.

Aponte, Arciniegas & Muñoz (2022) refieren que, “La tecnología se define como una herramienta clave para mejorar la eficiencia, reducir costos y ofrecer productos y servicios innovadores. La tecnología no solo implica la implementación de nuevas herramientas, sino también la integración de procesos de innovación que permita a las empresas mantenerse competitivas en un mercado en constante cambio”.

Tipos de tecnología

Se clasifican por la característica de tangibilidad, según Roldán (2020):

- Blanda: Se encarga de proporcionarnos bienes intangibles como nuevas teorías económicas o nuevas formas de administración de recursos.
- Dura: Hace referencia a aquella que nos permite producir bienes tangibles como coches modernos, edificios anti - terremotos, entre otros.
- Flexible: Se refiere a su aplicación en diferentes actividades y campos de estudio, como la nanotecnología que se utiliza tanto en el sector sanitario como en el de las telecomunicaciones.
- Fija: Este es un término que se refiere a un nombre de dominio específico. Por ejemplo, una máquina quirúrgica.

- c. **Estrategias comerciales;** según Da Silva (2022) “Comprende las acciones diseñadas con el fin de dar a conocer una propuesta comercial para la empresa”

Kotler (2012) mencionó que, “Una estrategia comercial es el plan de acción que una empresa sigue para alcanzar sus objetivos de mercado, maximizando las oportunidades de ventas y satisfaciendo las necesidades del cliente”

Para Aaker (2001) “La estrategia comercial es el plan general de una empresa para penetrar y crecer en mercados objetivo, basado en el análisis de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la organización”

Elementos de las estrategias comerciales

La Estrategias comerciales presenta los siguientes elementos, según Da Silva (2022):

- **Planeación estratégica:** Incluye identificar objetivos, fijar metas y consolidar la estrategia empresarial.
- **Gestión de ventas:** Responsable directo de las técnicas de venta y actividades necesarias para hacer llegar los productos al cliente final.
- **Gestión de marketing:** Incluye análisis ambiental y orienta el marketing mix o 4P para que se alinee con la estrategia de la empresa.
- **Gestión de clientes:** Gestión del recorrido del cliente en cada etapa del proceso de venta, desde el descubrimiento del cliente hasta la posventa, con el objetivo de satisfacerlo y fidelizarlo.
- **Gestión de fuerza de ventas:** Gestión de los recursos humanos, en términos de formación, motivación y estrategia del equipo de ventas.
- **Áreas de soporte:** Es la relación con otras áreas importantes para la ejecución del proceso de ventas, como tecnología, finanzas, manufactura, logística, entre otras.

L. Referencias empresariales de The Golden Gourd Import Export S.A.C

Datos generales:

- Ruc: 20603999569
- Razón Social: The Golden Gourd Import Export S. A. C.
- Tipo de empresa: Sociedad Anónima Cerrada
- Fecha Inicio Actividades: 07 / Enero / 2019
- CIIU: 51906
- Dirección Legal: Av. Huancayo Nro. 375 Cochas Chico (Alt. de Jr. Grau - Estadio Municipal)
- Distrito / Ciudad: El Tambo
- Provincia: Huancayo
- Departamento: Junín, Perú

Antecedentes

Ubicada en el anexo de Cochas Chico, específicamente en el Distrito de El Tambo, Provincia de Huancayo, Departamento de Junín a una altitud de 3,327 metros sobre el nivel del mar y al este del valle del Mantaro a aproximadamente 8 km. de la ciudad capital regional de Huancayo; se fundó The Golden Gourd Import Export S.A.C. Esta empresa fue establecida el 07/01/2019 y está registrada como una Sociedad Anónima Cerrada dentro del marco jurídico correspondiente a las sociedades mercantiles y comerciales. Opera principalmente en el sector mayorista no especializado dedicándose también significativamente a actividades comerciales internacionales tanto en importación como exportación.

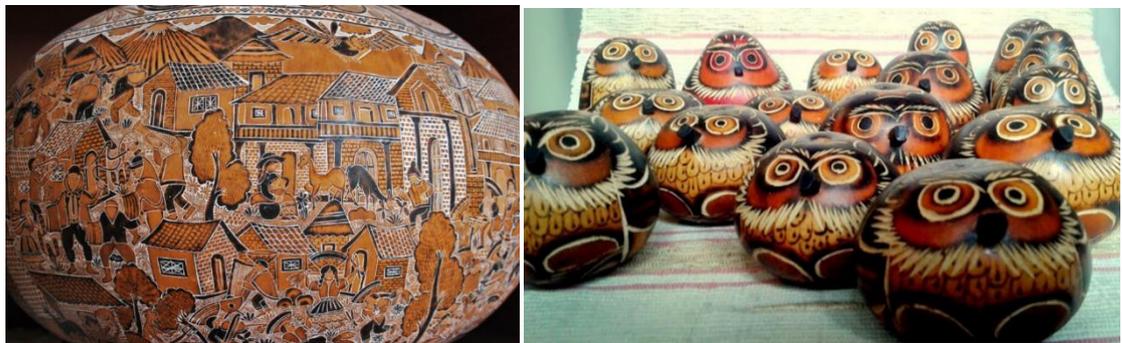
Actividad económica

The Golden Gourd Import Export S.A.C. se dedica a la elaboración de mates burilados:

La producción en mates es variada cada representación, abarca desde escenas campesinas andinas hasta entornos rurales amazónicos, y desde representaciones iconográficas prehispánicas hasta recreaciones de episodios históricos nacionales.

Figura 4

Productos de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.



Proceso de fabricación

El proceso o producción artesanal de forma manual o a través de herramientas y maquinarias simples, sin utilizar tecnologías o procesos industriales. Se adquiere la materia prima, luego se diseña de acuerdo al cliente o las creaciones propias de la empresa. Se utiliza técnicas ancestrales e innovadoras, asimismo, diseños iconográficos de las diferentes culturas del país.

2.3. Marco Conceptual

- a) **Artesanía:** Aguilar (2019) “La artesanía es la producción manual donde se elaboran de objetos decorativos o funcionales, realizada por artesanos que emplean técnicas tradicionales transmitidas a lo largo de generaciones, con un fuerte vínculo a la identidad cultural de su comunidad”
- b) **Competitividad;** Hernández & Pulido (2011) “Crear, desarrollar y sostener capacidades para conquistar la preferencia de los consumidores en los mercados

de productos o servicios, y así generar resultados financieros (rentabilidad) y humanos (desarrollo integral) en los plazos corto, mediano y largo” (p. 12)

- c) **Control;** Hernández & Pulido (2011) “Es un elemento importante del sistema administrativo que permite a las empresas autorregularse y mantenerse en el desarrollo deseado desde la planeación” (p. 240)
- d) **Estrategias comerciales;** Da Silva (2022) “Es aquella función que comprende todas las acciones diseñadas con el objetivo de dar a conocer la propuesta comercial de la empresa”
- e) **Gestión;** según Westreicher (2020) “La gestión es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo a fin de lograr un objetivo determinado”
- f) **Gestión empresarial;** Chiavenato (2006) “La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos”
- g) **Globalización;** Bhagwati (2004) “La globalización es el proceso mediante el cual los mercados y las empresas se integran y se conectan a nivel mundial, eliminando barreras nacionales y facilitando el flujo de bienes, servicios, información y capital entre países”
- h) **Innovación;** Allen & Evans (2019) “Consiste en la capacidad de crear bienes y servicios innovadores que satisfaga a los clientes y generen una ventaja competitiva” (p. 32).
- i) **Integración;** Robbins & Coulter (2010) “La integración en las organizaciones empresariales conlleva al proceso de asegurar a las diferentes partes de la organización para que trabajen juntas de forma mas efectiva y coordinada para lograra con los objetivos comunes de la empresa y mejorar con la comunicación y reducir duplicidades”

- j) **Marketing:** Kotler (2018) “Es el proceso a través del cual las empresas crean valor a los clientes y establecen relaciones solidas con el fin de captar valor al cambio”
- k) **Mercado:** Kotler (2018) “El mercado es el conjunto de compradores y vendedores que interactúan bienes y servicios, determinados por la oferta y la demanda”
- l) **Organización;** Sisto Velasco (citado por Hernández & Pulido, 2011) “Consiste en ordenar y agrupar las actividades para alcanzar los fines establecidos, asignando funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía para la creación de unidades administrativas, estableciendo relaciones entre dichas unidades que deben existir” (p. 192)
- m) **Planificación;** Hernández & Pulido (2011) “Es la proyección impresa de las acciones a corto, mediano y largo plazo de las empresas para que funcionen con éxito en el entorno donde actúan, que permite administrar sus recursos, organizarlos internamente, dirigirlas, gerenciarlas y controlarlas” (p. 169).
- n) **Tecnología;** Roldán (2020) “Es un conjunto de técnicas y conocimientos que se realizan de manera ordenada para lograr el objetivo o la solución de un problema”

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

La gestión empresarial influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

3.2. Hipótesis Específicas

- 1) La planeación influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.
- 2) La organización influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.
- 3) La integración influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.
- 4) El control influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

3.3. Variables

A. Definición conceptual

Gestión empresarial; Chiavenato (2006) “La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos”.

Competitividad; Hernández & Pulido (2011) “Crear, desarrollar y sostener capacidades para conquistar la preferencia de los consumidores en los mercados de productos o servicios, y así generar resultados financieros (rentabilidad) y humanos (desarrollo integral) en los plazos corto, mediano y largo” (p. 12)

B. Definición operacional

Gestión empresarial; Para realizar la medición de la variable gestión empresarial es necesario, la construcción de un cuestionario, compuesto por preguntas que posibilitaran recoger la información pertinente de las dimensiones; Planificación, organización, integración y control; considerando los indicadores y la escala ordinal del instrumento.

- D1. Planeación
- D2. Organización
- D3. Integración
- D4. Control

Competitividad; Para realizar la medición de la variable competitividad es necesario, la construcción de un cuestionario, compuesto por preguntas que posibilitaran recoger la información pertinente de las dimensiones; innovación, tecnología y Estrategias comerciales; considerando los indicadores y la escala ordinal del instrumento.

- D1. Innovación
- D2. Tecnología
- D3. Estrategias Comerciales

C. Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala Valorativa
Variable Independiente Gestión empresarial	Según, Chiavenato (2006) refiere que, “La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos”	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de objetivos • Planificación de la Estrategia. • Planeación táctica. • Asignación de recursos. 	Escala valorativa Ordinal Escala de Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre
		Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la Estructura Organizacional • Estructura de órganos y cargos. • Rutina y procedimientos. • Métodos de procesos de trabajo 	
		Integración	<ul style="list-style-type: none"> • Política y Directivas. • Conducción del Personal. • Dirección, Supervisión • Motivación del personal 	
		Control	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer estándares de desempeño • Medir los resultados obtenidos actualmente. • Comparar estos resultados con las normas establecidas. 	
Variable dependiente Competitividad	Para Hernández & Pulido (2011) es “Crear, desarrollar y sostener capacidades para conquistar la preferencia de los consumidores en los mercados de productos o servicios, y así generar resultados financieros (rentabilidad) y humanos (desarrollo integral) en los plazos corto, mediano y largo” (p. 12)	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de nuevos productos o servicios. • Generación de nuevas formas o canales de venta. • Búsqueda y captación de nuevos clientes, • Generación de nuevas ideas. 	Escala valorativa Ordinal Escala de Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre
		Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de algún tipo hardware o software en sus operaciones diarias. • Uso de algún servicio externo relacionado a la tecnología. • Uso de internet en sus operaciones diarias. • Capacitación en uso de tecnología. 	
		Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Respuesta rápida a los cambios en los requerimientos del cliente. • Capacidad de anticipar o percibir rápidamente los cambios en la competencia. • Capacidad de anticipar o percibir rápidamente los cambios en el entorno. • Capacidad de responder rápidamente a los cambios en el entorno. 	

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de Investigación

La presente investigación se desarrolla considerando el método científico.; según Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, (2013) El método científico trasciende un simple conjunto de directrices destinadas a estructurar los pasos del proceso investigativo. En realidad, constituye una categoría amplia o un macro concepto que comprende principios, leyes, teorías y otros conceptos subordinados. Esta característica integral permite abordar la investigación de manera exhaustiva y coherente en el campo científico.

Como método específico, se consideró el analítico - sintético; Hernández & Mendoza (2018) refiere que “Es el análisis detallado de todos los aspectos, comenzando con la fragmentación del objeto de estudio, para posteriormente proporcionar una solución y una perspectiva global” (p.134)

4.2. Tipo de Investigación

El estudio se llevó a cabo como una investigación de tipo aplicada. De acuerdo con Hernández & Mendoza (2018) “Es una investigación que utiliza los resultados de

estudios básicos, puros o fundamentales para abordar y resolver los problemas sociales de una comunidad, región o país” (p.135)

4.3. Nivel de Investigación

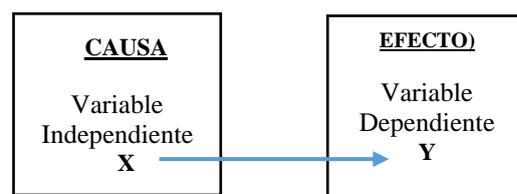
El nivel de la presente investigación es explicativo; pues se busca identificar las causas que ocasionan la realidad problemática; según Arias (2012) “La investigación explicativa se enfoca en explicar las causas de los eventos, estableciendo relaciones de causa y efecto” (p.26).

4.4. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es de carácter experimental; según Hernández, Fernández & Baptista (2014) “Consiste en la manipulación de tratamientos, estímulos, influencias o intervenciones (llamadas variables independientes) para observar sus efectos sobre otras variables (las dependientes) en un entorno controlado. Es decir, los diseños experimentales se utilizan cuando el investigador busca establecer el posible efecto de una causa determinada” (p.121)

Asimismo, se consideró como diseño específico; el diseño cuasiexperimental. De acuerdo con Hernández et al. (2014) “Los sujetos no se asignan aleatoriamente a los grupos ni se emparejan. En su lugar, los grupos ya están formados antes del experimento y son grupos intactos, cuya formación y origen son independientes del experimento” (p.148).

El diseño de investigación, presenta el siguiente esquema:



Donde:

X: Gestión Empresarial
Y: Competitividad

4.5. Población y muestra

Se entiende como población (en la investigación), a la cantidad posible de colaboradores que participan aportando información para la investigación.

Para Arias (2012) “La población se refiere a un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, a los cuales se extenderán las conclusiones del estudio” (p. 81)

La población del presente proyecto lo constituyen 28 trabajadores quienes participan desde el proceso de producción, la gestión administrativa, la gestión comercial y en las que se incluyen al personal de venta local, nacional y los que representan a la empresa en el extranjero.

A continuación, se detalla los cargos de los trabajadores en la empresa:

Tabla 1

Población de la Empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.

Cargo	Nº de personas
Socio 1	1
Socio 2	1
Gerente general	1
Contador	1
Auxiliar administrativo	1
Jefe de producción	1
Buriladores	3
Corte	2
Pintado	3
Control de calidad	1
Empaquetadores	1
Jefe comercial	1
Vendedores en lima	3
Vendedores en Huancayo	6
Vendedores en el extranjero	2
TOTAL	28

Fuente: elaboración propia

La muestra en la investigación es la cantidad determinada para la aplicación de la encuesta para poder obtener información; según Arias (2012) “La muestra es un subconjunto representativo y finito extraído de la población accesible” (p. 83)

Siendo el número de poca cantidad, se considerará al total de la población siendo la muestra censal.

4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se aplicará en la investigación es la encuesta; para Arias (2012) “Una técnica de investigación se describe como el procedimiento o método para obtener datos o información” (p. 67)

El instrumento a desarrollarse en la presente investigación es el cuestionario por cada una de las variables del estudio; Arias (2012) “Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (tanto en papel como digital) utilizado para recopilar, registrar o almacenar información” (p. 68)

El proceso de la construcción de los cuestionarios culminara cuando se validen dichos instrumentos por juicio de expertos.

Tabla 2

Resumen de procesamiento de datos

		N	%
Casos	Válido	28	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	28	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 3

Fiabilidad de alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,947	31

El resultado obtenido en el alfa de Cronbach muestra una cercanía al valor 1, lo que significa que la fiabilidad es alta, en relación a los ítems analizados.

4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de los datos obtenidos se considera desarrollar el siguiente procedimiento:

- Desarrollo de la base de datos utilizando Microsoft Office, Excel.

- Selección del software estadístico SPSS versión 25 para el procesamiento de datos.
- Análisis de estadísticas descriptivas y presentación de resultados en tablas y figuras.
- Análisis de la prueba de normalidad.
- Desarrollo de estadísticas inferenciales y pruebas de hipótesis.
- Presentación de las conclusiones estadísticas y las tablas del estadístico de prueba.

4.8. Aspectos éticos de la Investigación

La investigación se desarrolla, respetando los principios del código de ética para iniciar y concluir los procedimientos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la UPLA, considerando el consentimiento informado de la empresa como aspecto fundamental para guardar el nivel de confidencialidad exigida y, además, cumpliendo con la presentación de las citas respectivas por el uso de aportes diversos considerando el derecho de autor.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

En la investigación, luego del acopio de los datos se procedió a realizar el análisis tanto descriptivo e inferencial de los datos, con la aplicación del software estadísticos SPSS, y presentamos los resultados obtenidos en dicho procedimiento.

5.1. Descripción de los resultados

Se presenta inicialmente un resumen del procesamiento descriptivo de los datos de la investigación:

Tabla 4

Resumen del procesamiento descriptivo de los datos

	Gestión empresarial (Agrupada)	Planificación (Agrupada)	Organización (Agrupada)	Integración (Agrupada)	Control (Agrupada)	Competitividad (Agrupada)	Innovación (Agrupada)	Tecnología comerciales (Agrupada)	Estrategias comerciales (Agrupada)
N Válido	28	28	28	28	28	28	28	28	28
Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Elaboración propia

Como se puede evidenciar en la tabla 4, los ítems analizados a los encuestados en el número de 28 fueron satisfactoria pues ninguno presento inconvenientes para poder administrar dicho instrumento, siendo los datos perdidos nulo, lo que muestra que la información solicitada fue fácil de atender por los participantes.

5.1.1. Análisis descriptivo

A. Variable gestión empresarial

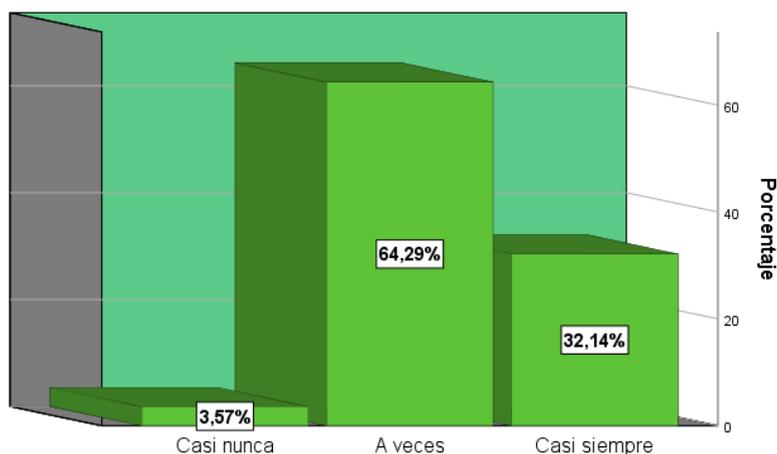
Tabla 5

Resultados de la gestión empresarial (agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3,6	3,6	3,6
	A veces	18	64,3	64,3	67,9
	Casi siempre	9	32,1	32,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Figura 5

Variable gestión empresarial



En la figura 5 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la variable gestión empresarial, el 32.14% asumió que en la empresa casi siempre existe la preocupación por parte de los directivos de la empresa por desarrollar la gestión empresarial de forma sostenible; un significativo 64.29% de los trabajadores mencionó que solo a veces, existe la evidencia de la intensión de mejorar constantemente la gestión; finalmente un 3.57% considero que casi nunca los directivos de la empresa muestran preocupación por dicha variable y laboran de forma conformista.

B. Dimensiones de la gestión empresarial

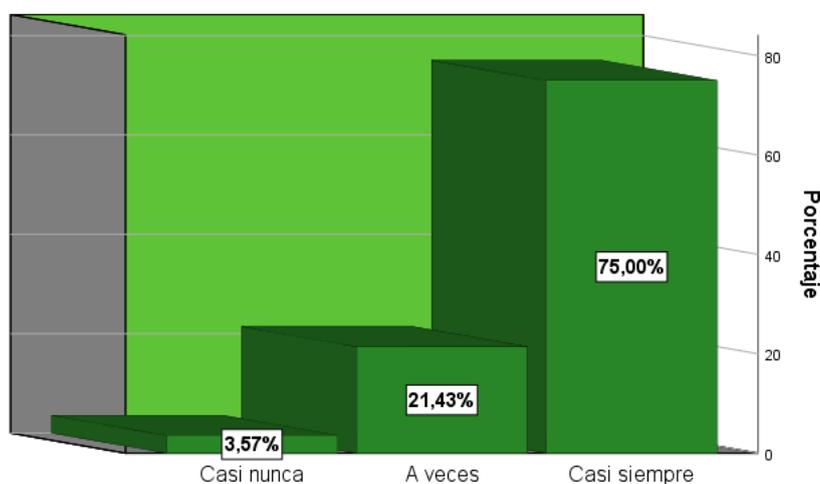
Tabla 6

Dimensión planificación (agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	3,6	3,6	3,6
	A veces	6	21,4	21,4	25,0
	Casi siempre	21	75,0	75,0	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Figura 6

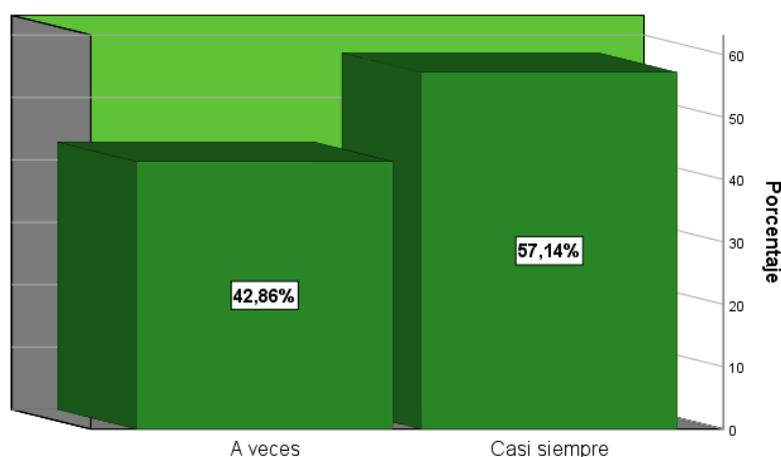
Dimensión planificación



En la figura 6 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la dimensión planificación, el 75% asumió que en la empresa casi siempre se planifican las diversas acciones relacionados a la producción y comercialización; considerando el objetivo organizacional; un significativo 21.43% de los trabajadores asumió que solo a veces se aplica la planificación de los diversos procesos de la empresa y se asume con responsabilidad; finalmente un 3.57% considero que casi nunca los directivos de la empresa generan preocupación por las acciones en las diversas áreas y que no hay planificación y las acciones se realizan de forma empírica.

Tabla 7*Dimensión organización (agrupada)*

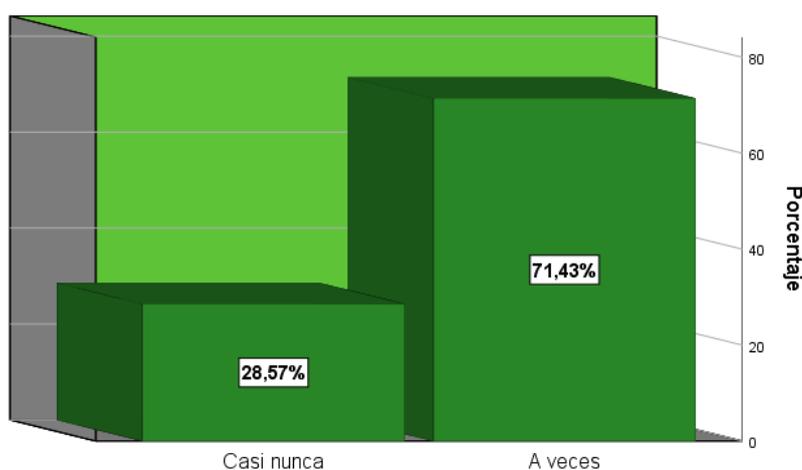
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	12	42,9	42,9	42,9
	Casi siempre	16	57,1	57,1	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Figura 7*Dimensión organización*

En la figura 7 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la dimensión organización, el 57.14% asumió que en la empresa casi siempre se capacita al personal sobre las funciones que debe de cumplir y sus responsabilidades en las áreas específicas donde desarrollan sus actividades; un significativo 42.86% de los trabajadores consideró que a veces se programan acciones de capacitación, especialización o entrenamientos para dinamizar los procesos de producción y motivar a la fuerza de ventas; pero que no se evidencia el compromiso de los trabajadores ni de los directivos.

Tabla 8*Dimensión integración (agrupada)*

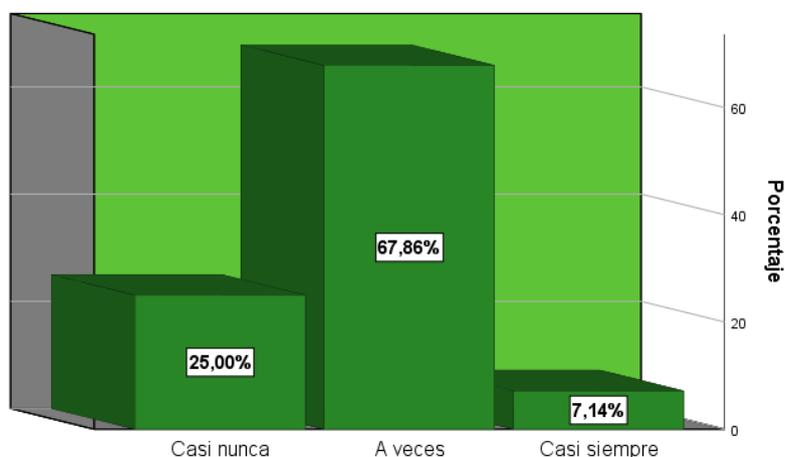
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	28,6	28,6	28,6
	A veces	20	71,4	71,4	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Figura 8*Dimensión integración*

En la figura 8 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la dimensión integración, el 71.43% asumió que en la empresa a veces es notoria la intensión de los directivos en mejorar sus habilidades y su relación con el personal, propiciando mejores niveles de comunicación interna; un 28.57% del personal de la empresa asumió que casi nunca se puede notar la intensión de mejorar los niveles de comunicación y el nivel de interrelación personal, conllevando a niveles de desmotivación y poco compromiso frente a los objetivos organizacionales.

Tabla 9*Dimensión control (agrupada)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	25,0	25,0	25,0
	A veces	19	67,9	67,9	92,9
	Casi siempre	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Figura 9*Dimensión control*

En la figura 9 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la dimensión control, solo el 7.14% asumió que en la empresa casi siempre se tiene planificado acciones de control o medición de los indicadores relacionados a producción y ventas; un 67.86% del personal de la empresa asumió a veces existe la predisposición de los directivos de la empresa por realizar acciones de control para poder identificar errores en los procesos y corregirlos, en la mayoría de veces se actúa de forma punitiva; finalmente el 25% considero que casi nunca se realiza mediciones con indicadores que permitan programar actividades de mejora.

C. Variable competitividad

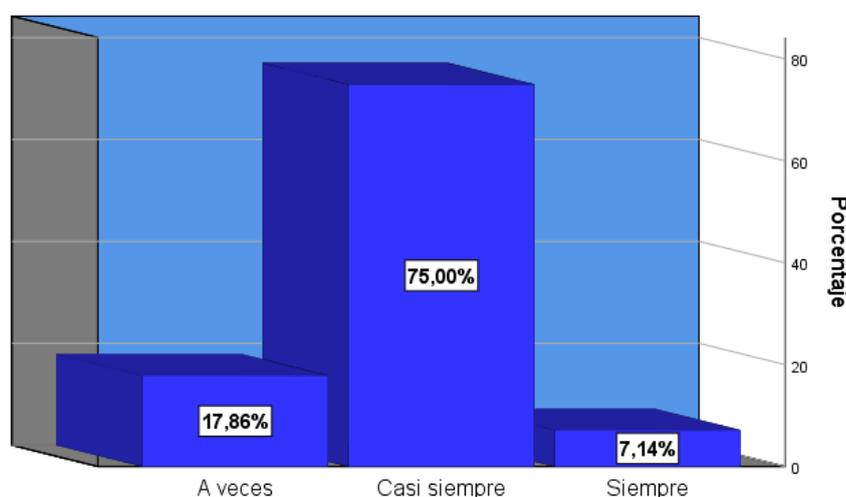
Tabla 10

Variable competitividad (agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	17,9	17,9	17,9
	Casi siempre	21	75,0	75,0	92,9
	Siempre	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Figura 10

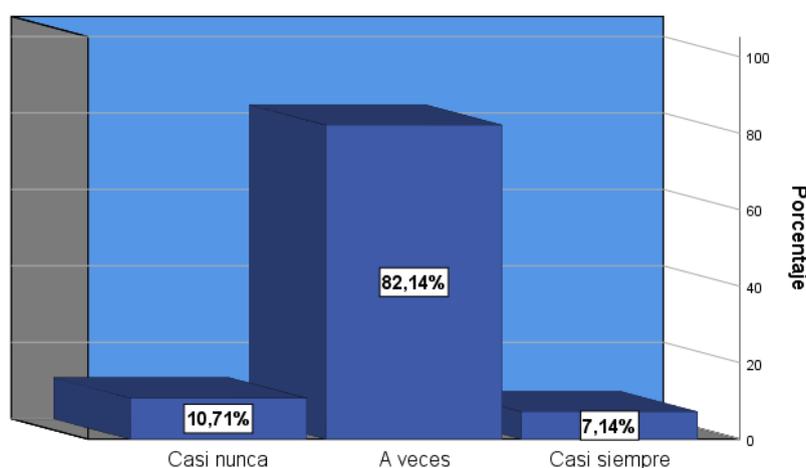
Variable Competitividad



En la figura 10 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la variable dependiente competitividad, el 7.14% asumió que siempre en la empresa se desarrollan acciones estratégicas para poder implementar y actualizar procesos tecnificados en la producción y distribución; un 75.00% considero que casi siempre se está buscando tener procesos más ligeros y eficientes para poder tener competitividad en el mercado y finalmente el 17.86% considero que solo a veces se da la importancia a tener acciones de adaptación a los diversos cambios que se dan en el mercado y mayormente influenciados por la tecnología.

Tabla 11*Dimensión innovación (agrupada)*

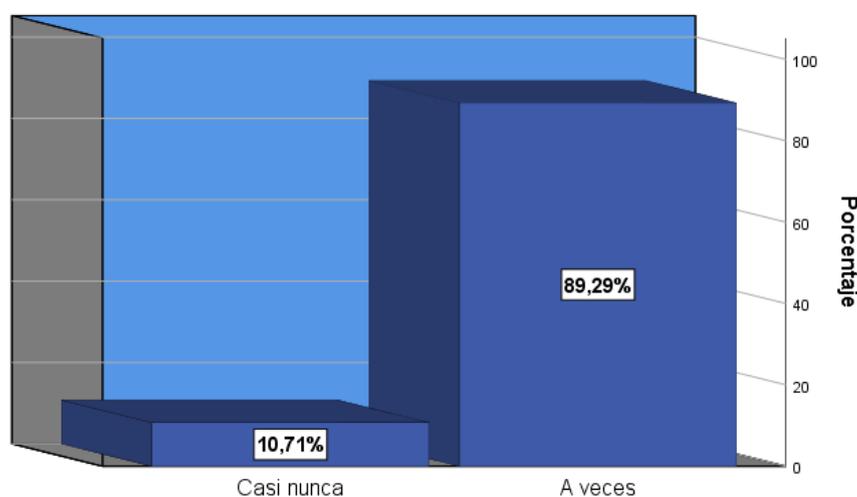
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	10,7	10,7	10,7
	A veces	23	82,1	82,1	92,9
	Casi siempre	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Figura 11*Dimensión innovación*

En la figura 11 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la dimensión innovación, solo el 7.14% asumió que en la empresa casi siempre se promueven cambios respecto a los productos y servicios que se brinda; específicamente en los productos los diseños y motivos que se solicitan desarrollar en los mates especialmente; un 82.14% del personal de la empresa asumió que a veces es evidente la preocupación de los directivos por generar innovaciones en los productos; finalmente el 10.7% considero que casi nunca se realizan, capacitaciones e investigaciones para promover cambios en el diseño de los productos sino que se mantienen las características tradicionales.

Tabla 12*Dimensión tecnología (agrupada)*

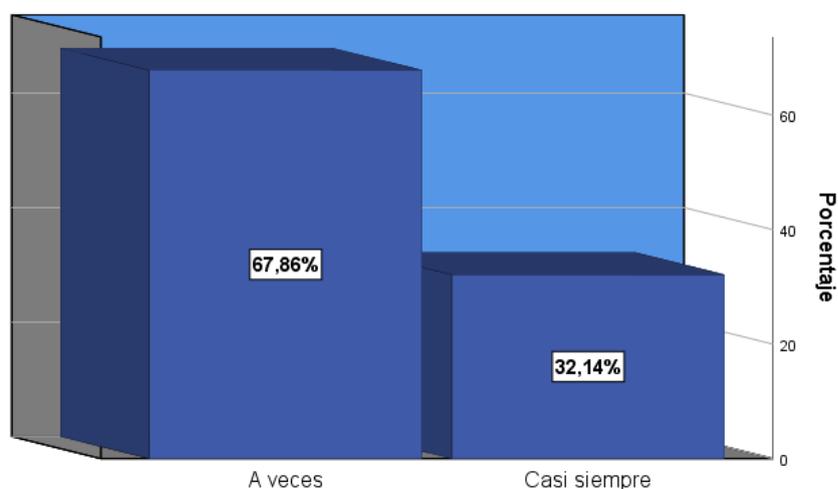
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	10,7	10,7	10,7
	A veces	25	89,3	89,3	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Figura 12*Dimensión tecnología*

En la figura 12 se presenta los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la dimensión tecnológica, el 89.29% asumió que en la empresa; solo a veces, se tiene acciones de evaluación en los procesos con el fin de buscar implementar tecnologías que permitan desarrollar una gestión más eficiente y adecuada hacia los clientes; un 10.71% del personal de la empresa asumió que casi nunca se nota la predisposición de los directivos para poder implementar tecnología moderna en los diversos procesos tanto de producción como de comercialización y gestión administrativa.

Tabla 13*Dimensión estrategias comerciales (agrupada)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	19	67,9	67,9	67,9
	Casi siempre	9	32,1	32,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Figura 13*Dimensión estrategias comerciales*

En la figura 13 se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C.; donde del 100% de encuestados respecto a la dimensión estrategias comerciales, solo el 32.14% asumió que en la empresa casi siempre existe la preocupación en los directivos y personal sobre las estrategias que posibiliten una rotación más fluida de los productos en los mercados; siendo necesario la implementación de estrategias de marketing más adecuados; el 67.86% considero que a pesar que se nota la necesidad de la implementación de estrategias digitales, es todavía limitada la situación de la promoción y publicidad para la comercialización de los diversos productos de la empresa.

5.2. Contraste de hipótesis

Tomando en cuenta que la investigación es de nivel explicativo, el estadístico de prueba más recomendable fue la regresión lineal; y con la cual se procedió a desarrollar el análisis inferencial.

A. Prueba de hipótesis

1) Contraste de la hipótesis general

Hipótesis nula (H₀): La gestión empresarial NO influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

Hipótesis alterna (H₁): La gestión empresarial influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

Por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

1) **Nivel de significación;** cumpliendo con lo formulado en investigaciones similares, se consideró en 0.05, que se asume como el alfa (α) o margen de error estimada.

2) **Regla de decisión;** esta regla determinada en función al “P” valor, sirvió para poder considerar la condición de los resultados y establecer la hipótesis nula o rechazarla.

<p style="text-align: center;">Si el P – valor $\leq \alpha$ → Se rechaza el H₀ Si el P – valor $> \alpha$ → No se rechaza la H₀</p>
--

3) Prueba de regresión lineal

Tabla 14

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,398 ^a	,158	,126	,465

a. Predictores: (Constante), Estrategias comerciales (Agrupada)

Tabla 15*Resultado ANOVA^a*

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,058	1	1,058	4,895	,036 ^b
	Residuo	5,620	26	,216		
	Total	6,679	27			

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Estrategias comerciales (Agrupada)

Tabla 16*Coefficientes^a*

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta			
1	(Constante)	2,676	,557			4,804	,000
	Gestión empresarial (Agrupada)	,370	,167	,398		2,213	,036

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

Los resultados mostrados en la tabla 16, en la cual se midió la influencia de la gestión empresarial en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.370, que se considera como un valor positivo medio bajo, quiere decir que la influencia de la gestión empresarial es directa, pero no es un factor único que posibilita a la empresa mostrar un nivel alto de competitividad; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación es de 0.036^b, menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

1) Contraste de la hipótesis específica 1

Hipótesis nula (H₀): La planeación NO influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023.

Hipótesis alterna (H₁): La planeación influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

Por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

- 2) **Nivel de significación;** cumpliendo con lo formulado en investigaciones similares, se consideró en 0.05, que se asume como el alfa (α) o margen de error estimada.
- 3) **Regla de decisión;** esta regla determinada en función al “P” valor, sirvió para poder considerar la condición de los resultados y establecer la hipótesis nula o rechazarla.

Si el P – valor $\leq \alpha$ → Se rechaza el H₀
 Si el P – valor $> \alpha$ → No se rechaza la H₀

4) Prueba de regresión lineal

Tabla 17

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,438 ^a	,192	,161	,456

a. Predictores: (Constante), Planificación (Agrupada)

Tabla 18

Resultado ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,280	1	1,280	6,167	,020 ^b
	Residuo	5,398	26	,208		
Total		6,679	27			

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Planificación (Agrupada)

Tabla 19

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta			
1	(Constante)	2,380	,615			3,867	,001
	Planificación (Agrupada)	,407	,164	,438		2,483	,020

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

Los resultados mostrados en la tabla 18 y 19, en la cual se midió la influencia de la planificación en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.407, que se considera como un valor positivo medio, quiere decir que la influencia de la planificación es directa, pero no determinante; es decir que cuanto mejor se desarrolle las acciones estratégicas de planificación, ello contribuirá a mejorar el nivel de competitividad en el mercado; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación es de 0.020^b, menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

1) Contraste de la hipótesis específica 2

Hipótesis nula (H₀): La organización NO influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

Hipótesis alterna (H₁): La organización influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

Por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

2) Nivel de significación; cumpliendo con lo formulado en investigaciones similares, se consideró en 0.05, que se asume como el alfa (α) o margen de error estimada.

3) Regla de decisión; esta regla determinada en función al “P” valor, sirvió para poder considerar la condición de los resultados y establecer la hipótesis nula o rechazarla.

Si el P – valor $\leq \alpha$ → Se rechaza el Ho
 Si el P – valor $> \alpha$ → No se rechaza la Ho

4) Prueba de regresión lineal

Tabla 20

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,549 ^a	,301	,274	,424

a. Predictores: (Constante), Organización (Agrupada)

Tabla 21

Resultado ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2,012	1	2,012	11,209	,002 ^b
	Residuo	4,667	26	,179		
Total		6,679	27			

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Organización (Agrupada)

Tabla 22

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Desv. Error	Beta	t	
1	(Constante)	1,958	,583		3,357	,002
	Organización (Agrupada)	,542	,162	,549	3,348	,002

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

Los resultados mostrados en la tabla 21 y 22, en la cual se midió la influencia de la organización en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.542, que se considera como un valor positivo medio, quiere decir que la influencia de la organización es directa y muy importante para la competencia; es decir que la organización cumplirá con el logro de los objetivos propuestos relacionados a producción y ventas si se sostiene en una organización adecuada y con funciones bien definidas, siendo fundamental para la competitividad; conociendo además, el valor del resultado ANOVA,

donde la significación es de 0.02^b , menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

1) Contraste de la hipótesis específica 3

Hipótesis nula (H_0): La integración NO influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023.

Hipótesis alterna (H_1): La integración influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo - 2023.

Por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Nivel de significación; cumpliendo con lo formulado en investigaciones similares, se consideró en 0.05, que se asume como el alfa (α) o margen de error estimada.

2) **Regla de decisión;** esta regla determinada en función al “P” valor, sirvió para poder considerar la condición de los resultados y establecer la hipótesis nula o rechazarla.

Si el P – valor $\leq \alpha$	→	Se rechaza el H_0
Si el P – valor $> \alpha$	→	No se rechaza la H_0

3) Prueba de regresión lineal

Tabla 23

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,671 ^a	,450	,429	,376

b. Predictores: (Constante), Integración (Agrupada)

Tabla 24*Resultado ANOVA^a*

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	3,004	1	3,004	21,250	,000 ^b
	Residuo	3,675	26	,141		
	Total	6,679	27			

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Integración (Agrupada)

Tabla 25*Coefficientes^a*

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta			
1	(Constante)	1,925	,433			4,448	,000
	Integración (Agrupada)	,725	,157	,671		4,610	,000

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

Los resultados mostrados en la tabla 24 y 25, en la cual se midió la influencia de la integración en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.725, que se considera como un valor positivo medio alto, quiere decir que la influencia de la integración es determinante y muy necesaria para la competitividad; es decir que la organización cumplirá con el logro de lo pronosticado en producción, ventas e ingresos; siempre que la integración alcance a motivar y alcanzar niveles de identificación y compromiso, del total de personal que labora en la empresa y ello posibilite cumplir eficientemente lo establecido como objetivos organizacionales según el periodo; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación es de 0.00^b, menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión

del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

1) Contraste de la hipótesis específica 4

Hipótesis nula (H_0): El control NO influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

Hipótesis alterna (H_1): El control influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

Por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

- 1) **Nivel de significación;** cumpliendo con lo formulado en investigaciones similares, se consideró en 0.05, que se asume como el alfa (α) o margen de error estimada.
- 2) **Regla de decisión;** esta regla determinada en función al “P” valor, sirvió para poder considerar la condición de los resultados y establecer la hipótesis nula o rechazarla.

Si el P – valor $\leq \alpha$ → Se rechaza el H_0
 Si el P – valor $> \alpha$ → No se rechaza la H_0

3) Prueba de regresión lineal

Tabla 26

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,879 ^a	,772	,763	,242

a. Predictores: (Constante), Control (Agrupada)

Tabla 27*Resultados ANOVA^a*

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	5,154	1	5,154	87,922	,000 ^b
	Residuo	1,524	26	,059		
	Total	6,679	27			

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

b. Predictores: (Constante), Control (Agrupada)

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Desv. Error	Beta	t	
1	(Constante)	1,643	,244		6,727	,000
	Control (Agrupada)	,797	,085	,879	9,377	,000

a. Variable dependiente: Competitividad (Agrupada)

Los resultados mostrados en la tabla 27 y 28, en la cual se midió la influencia del control en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.797, que se considera como un valor alto, quiere decir que la influencia del control es fundamental y muy importante en cada etapa, de los procesos que se desarrolla en la empresa; es decir que la aplicación de control con indicadores en la producción, distribución y ventas, como parte de una gestión empresarial comercial, será fundamental para garantizar un nivel óptimo de competitividad; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación es de 0.00^b, menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El procesamiento estadístico de los datos, permitió obtener resultados, con los cuales se procedió a desarrollar la discusión, tomando en cuenta para ello, la comparación de resultados con investigaciones presentadas como antecedentes.

En la investigación se presentó como objetivo principal; “Determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo”; los resultados a la aplicación del estadístico regresión lineal permitió conocer que el coeficiente hallado fue de 0.370, que se considera como un valor positivo medio bajo, quiere decir que la influencia de la gestión empresarial es directa, pero no es un factor único que posibilite a la empresa mostrar un nivel alto de competitividad; pues existen otros factores que condicionan la capacidad de competitividad; siendo alguno de ellos, los aspectos tecnológicos, factores de riesgo social, económico y ecológico del entorno, entrenamiento y capacidad de los trabajadores y otros.

En la investigación de Nuñez (2021) *“Caracterización de la sostenibilidad y Competitividad de las Mype rubro artesanal del distrito de Catacaos – Piura, año 2021”* se conoció la importancia que tiene la sostenibilidad por los beneficios que generan para las empresas, como la mejora de la imagen de la empresa, lo cual atrae nuevos inversionistas y genera mayor oportunidad de negocio.

Realizando la comparación de las variables establecidas para la discusión como es la competitividad, se evidencian similitudes, porque se puede distinguir que la sostenibilidad y la gestión empresarial influyen para alcanzar la competitividad; es decir que, en toda organización, se distinguirá de otras, por tener procesos adecuados y que le posibilite alcanzar no solo objetivos relacionados a ventas, sino que también aseguren el posicionamiento de la marca para garantizar un crecimiento en el mercado a largo plazo.

Respecto al primer objetivo específico de la investigación, “Determinar la influencia de la planeación en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo”, se pudo evidenciar que el coeficiente hallado fue de 0.407, que se considera como un valor positivo medio, quiere decir que la influencia de la planificación es directa, pero no determinante; es decir que cuanto mejor se desarrolle las acciones

estratégicas de planificación en la empresa, ello contribuirá a mejorar el nivel de competitividad en el mercado.

Bellido (2022) en su investigación “*Gestión por Procesos para la Competitividad Empresarial de las Mype de Artesanía Textil, Ayacucho–2019*” pudo comprobar de la existencia de una relación directa entre la variable gestión por procesos y la competitividad empresarial; este resultado sostenido por el valor de Rho de Spearman, $r = 0.736$; que permite considerar que si la gestión por procesos mejora, esto conlleva a la mejora de la competitividad.

Se puede identificar en relación a la presente investigación y la mencionada anteriormente, que hay similitudes muy fuertes, pues la competitividad implica tener empresas que desarrollen una adecuada planificación de sus diversos procesos e implementen periódicamente cambios (especialmente tecnológicos), que garanticen ser vigentes en el mercado.

Como segundo objetivo de la investigación se presentó; “Determinar la influencia de la organización en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo”; en la cual, los resultados permitieron conocer del coeficiente hallado, que fue de 0.542, que se considera como un valor positivo medio, quiere decir que la influencia de la organización es directa y muy importante para la competencia; es decir que la organización cumplirá con el logro de los objetivos propuestos relacionados a producción y ventas si se sostiene en una organización adecuada y con funciones bien definidas, siendo fundamental para la competitividad.

En la investigación presentada por García & Mestanza (2019), “*Propuesta de Mejora de la Gestión Integral Empresarial para la Microempresa Orfebres y Joyeros del Perú SAC*”, se pudo conocer que la microempresa Orfebres y Joyeros del Perú S.A.C., cuenta con mucha experiencia, procesos adecuados que garantizan la capacidad productiva; sin embargo carecen de una adecuada técnica de gestión empresarial y que conlleva a demás

a tener limitaciones respecto al comercio exterior y el cumplimiento de sus objetivos institucionales.

Se pueden identificar similitudes resaltantes entre las investigaciones presentadas; por una parte, reconocer la importancia de la organización en toda gestión empresarial; es decir de no contar con cargos y puestos bien definidos, ello provocaría un desorden en las actividades; que no solo afectaría económicamente y en la falta de cumplimiento de objetivos, sino que sería una barrera para poder tener capacidad de competencia en los mercados; más aún si son de carácter internacional.

Como tercer objetivo específico, en la investigación se presentó; “Determinar la influencia de la integración en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo” y posteriormente se halló el procesamiento de los datos con resultado del coeficiente de 0.725, que se considera como un valor positivo medio alto, quiere decir que la influencia de la integración es determinante y muy necesaria para la competitividad; es decir que la organización cumplirá con el logro de lo pronosticado en producción, ventas e ingresos; siempre que la integración alcance a motivar y alcanzar niveles de identificación y compromiso, del total de personal que labora en la empresa y ello posibilite cumplir eficientemente lo establecido como objetivos organizacionales según el periodo.

Cutipa et al. (2020) en la investigación *“La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil”*; identificó una relación alta y significativa entre las variables de estudio, sostenidas en un nivel de significación igual al 73% con un $p = 0,000$ con la que se pudo rechazar la hipótesis nula.

Queda establecido el nivel significativo de similitud existente entre los resultados de ambas investigaciones, puesto que como parte de la competitividad, la innovación juega un papel importantísimo, como parte de la gestión empresarial; pero para ello la

integración juega un papel importante, no solo en promover estrategias preventivas y pronosticar resultados, sino generando acciones estratégicas de motivación, identificación y compromiso de los trabajadores en relación a los objetivos empresariales.

En la investigación presente, se formuló el cuarto objetivo específico: “Determinar la influencia del control en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo”; los resultados hallados muestra un coeficiente de 0.797, que se considera como un valor alto, quiere decir que la influencia del control es fundamental y muy importante en cada etapa, de los procesos que se desarrolla en la empresa; es decir que la aplicación de control con indicadores en la producción, distribución y ventas, como parte de una gestión empresarial comercial, será fundamental para garantizar un nivel óptimo de competitividad.

En la investigación desarrollado por Pérez et al. (2021) “*Competitividad de las Mipymes del sector artesanal del Municipio Sampués – Colombia. Factores determinantes*”, las estadísticas arrojaron que existe un alto grado de competitividad en las Mypimes de la región poseen fortalezas que posibilitan pronosticar un crecimiento sostenido, pero para ello es necesario mejorar algunos aspectos estratégicos a nivel de producción y comercialización.

Respecto a la investigación anterior en comparación con la investigación presente se halló limitadas similitudes, pues es necesario reconocer que, como proceso y parte de una gestión, el control es determinante para poder identificar y corregir errores en los procesos diversos de la organización, de no aplicarse acciones de control no se podrían tener capacidades suficientes de competencia en los diversos mercados.

CONCLUSIONES

- 1) Considerando la medición estadística de la influencia de la gestión empresarial en la competitividad, el coeficiente hallado fue de 0.370, que se considera como un valor positivo medio bajo, quiere decir que la influencia de la gestión empresarial es directa, pero no es un factor único que posibilita a la empresa mostrar un nivel alto de competitividad; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación fue de 0.036^b, menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.
- 2) La medición estadística de la influencia de la planificación en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.407, que se considera como un valor positivo medio, quiere decir que la influencia de la planificación es directa, pero no determinante; es decir que cuanto mejor se desarrolle las acciones estratégicas de planificación, ello contribuirá a mejorar el nivel de competitividad en el mercado; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación es de 0.020^b, menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.
- 3) La medición estadística de la influencia de la organización en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.542, que se considera como un valor positivo medio, quiere decir que la influencia de la organización es directa y muy importante para la competencia; es decir que la organización cumplirá con el logro de los objetivos propuestos relacionados a producción y ventas si se sostiene en una organización adecuada y con funciones bien definidas, siendo fundamental para la competitividad; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación es de 0.02^b,

menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

- 4) La medición estadística de la influencia de la integración en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.725, que se considera como un valor positivo medio alto, quiere decir que la influencia de la integración es determinante y muy necesaria para la competitividad; es decir que la organización cumplirá con el logro de lo pronosticado en producción, ventas e ingresos; siempre que la integración alcance a motivar y alcanzar niveles de identificación y compromiso, del total de personal que labora en la empresa y ello posibilite cumplir eficientemente lo establecido como objetivos organizacionales según el periodo; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación es de 0.00^b, menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.
- 5) La medición estadística de la influencia del control en la competitividad, muestra que coeficiente hallado fue de 0.797, que se considera como un valor alto, quiere decir que la influencia del control es fundamental y muy importante en cada etapa, de los procesos que se desarrolla en la empresa; es decir que la aplicación de control con indicadores en la producción, distribución y ventas, como parte de una gestión empresarial comercial, será fundamental para garantizar un nivel óptimo de competitividad; conociendo además, el valor del resultado ANOVA, donde la significación es de 0.00^b, menor al alfa planteado en la investigación y asumiendo la regla de decisión del “P” valor se establece, que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos, se recomienda a la empresa “The Golden Gourd Import Export SAC”, lo siguiente:

- 1) Realizar un análisis situacional de resultados al final de cada periodo anual, que permita promover el desarrollo de un plan estratégico de gestión, basados en actualizar las acciones de planificación, organización, integración y control; mejorando los procedimientos administrativos, que se identifiquen como erróneos o donde se hayan identificado barreras o debilidades organizacionales.
- 2) Planificar acciones estratégicas en los diversos procesos de la organización; siendo necesario no solo llevar a cabo capacitaciones al personal sino de implementar dichos procesos con herramientas y equipos tecnológicos que garanticen tener capacidad de competitividad en los mercados nacionales como internacionales.
- 3) Desarrollar un análisis de los cargos y puestos en la organización y buscar asignar cargos y funciones a personas que cuenten con la experiencia y cumplan con los perfiles requeridos; esto dinamizara los procesos y motivara al personal.
- 4) Velar siempre por su sostenibilidad en el mercado; siendo necesario identificar cada tipo o una propuesta comercial para los diversos mercados; que le permita mejorar tanto los aspectos de gestión como de producción y que apoyen el logro de los resultados esperados y los objetivos organizacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D. (2001). *Developing Business Strategies*. Wiley, Edición 6th .
- ADEX. (2022, noviembre). *Exportaciones peruanas de artesanías*. Retrieved from <https://www.adexperu.org.pe/>
- Aguilar, M. d. (2019). *Artesanía y Cultura Popular en Latinoamérica*. Bogotá, Colombia: Editorial Siglo XXI.
- Alegre, L., Berné, C., & Carmen, G. (2000). *Fundamentos de economía de la empresa: perspectiva funcional*. Argentina: Grupo planeta.
- Allen, D., & Evans, J. (2019). *Administración de operaciones*. Cengage Learning Editores.
- Aponte Escobar, R. A., Arciniegas Ortiz, J. A., & Muñoz Peña, F. A. (2022). *Innovación Tecnológica*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Arias, F. (2012). *Elk proyecto de Investigación; Introducción a la metodología científica*. Venezuela: Editorial Episteme.
- Arranz, N., Fernández, J., & Pérez, C. (2021). *Dimensión Tecnológica del Entorno Empresarial*. Madrid, España: Esic Editorial.
- Bellido, M. (2022). *Gestión por Procesos para la Competitividad Empresarial de las Mype de Artesanía Textil, Ayacucho–2019*. Ayacucho: Universidad nacional de San Cristóbal de Huamanga.
- Bhagwati, J. (2004). *In Defense of Globalización*. Oxford: Oxford University Press.
- Cabrera, A., López, P., & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Colombia: Universidad Central.
- Chiavenato, I. (2006). *Teoría General de la Administración*. México: Mc GRAW-HILL/ÍTER AMERICAN A EDITORES, S.A. DE C.V.
- Chiluiza, P & Salazar, M. (2021). *Dinámica organizacional y la competitividad en las empresas calificadas como artesanas de la ciudad de Ambato*. Ecuador.

- Clavijo, C. (2022). *Guía para una gestión empresarial exitosa en 2022*. Retrieved from <https://blog.hubspot.es/sales/gestion-empresarial>
- Congreso.gob.pe. (2007, julio 25). *Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal Ley N° 29073*. Retrieved from <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29073.pdf>
- Corma, F. (2013). *Innovación, innovadores y empresa innovadora*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Cortés, D. (2021, setiembre). *Principios y Funciones de la gestión*. Retrieved from <https://www.cesuma.mx/blog/principios-y-funciones-de-la-gestion.html>
- Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2009). *Strategic Marketing*. Nueva York: Mc Graw-Hill.
- Cutipa, A., Escobar, F., Anchapuri, M., & Valreymond, D. (2020). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 89, 155-176. doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2848>
- Da Silva, D. (2022, agosto 05). *Gestión comercial: ¿Cuáles son los elementos para una gestión comercial eficaz?* Retrieved from <https://www.zendesk.com.mx/blog/gestion-comercial/>
- Franco Montiel, J. P., Suárez Saqueda, A. C., & Pérez, D. J. (2020). Nivel de los factores que inciden en la competitividad de las MiPyme del sector artesanal de Sampués. Sampués, Colombia.
- García, G., & Mestanza, L. (2019). *Propuesta de Mejora de la Gestión Integral Empresarial para la Microempresa Orfebres y Joyeros del Perú SAC*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Gonzales, O. (2021). *Determinantes de la Competitividad de las MIPYMES Artesanales en el Desarrollo Regional de la Región Pátzcuaro-Zirahuén*. Morelia - Michoacán - México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández y Rodríguez, S., & Pulido, A. (2011). *Fundamentos de Gestión empresarial: Enfoque basado en competencias*. México D.F.: Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Huergo, J. (2017). *Procesos de gestión*. Retrieved from <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/huergo3.pdf>
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P. (2018). *Dirección de Marketing*. Madrid: Pearson.
- León, N. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 12.
- Noblecilla, J. & Rivera, S. (2020). Identificación de factores de producción para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de la Arena –año 2020. Piura, Perú.
- Núñez, F. (2021). Caracterización de la sostenibilidad y competitividad de las Mype rubro artesanal del distrito de Catacaos - Piura, año 2021. Piura, Peru.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá - Colombia: Ediciones de la U
- Orellana, P. (2019, agosto 16). *Gestión empresarial*. Retrieved from <https://economipedia.com/definiciones/gestion-empresarial.html>

- Pérez, M. E., Acurero, M., Franco, J., & Suarez, A. (2021). Competitividad de las Mipymes del sector artesanal del Municipio Sampedra – Colombia. Factores determinantes. *Mundo Fesc*, 11(83), 7-20.
- Porter, M. (2010). *Ventaja Competitiva. Creación y Sostenibilidad de un Rendimiento Superior*. PIRÁMIDE.
- Quiroa, M. (2021, junio 1). *Tipos de gestión empresarial*. Retrieved from <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-gestion-empresarial.html>
- Ramírez, S., Guzmán, E., & Rodríguez, E. (2019). Impacto de la competitividad en el sector turístico de las artesanías de Ibagué Tolima. Colombia.
- Reyes, A. (2007). *Administración Moderna*. México: Limusa Noriega Editores.
- Rivero, J. (2019, octubre 19). *Gestión empresarial*. Retrieved from <https://neetwork.com/gestion-empresarial/>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Management*. Londres: Person Education.
- Rodríguez, J. (2006). *Administración con enfoque estratégico*. EE.UU: Trillas Eduforma.
- Rodríguez, W. (2011). *Guía de investigación científica*. Lima - Perú: Fondo Editorial UCH.
- Roldán, P. (2020, junio 1). *Competitividad*. Retrieved from <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Romo, D., & Abdel, G. (2017). Sobre el concepto de competitividad. *COMERCIO EXTERIOR*, 1-15.
- Rubio, P. (2008). *Introducción a la Gestión Empresarial*. España: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Schnarch, A. (2020). *Creatividad e Innovación, 2º Edición*. Colombia: Alfaomega.
- Sevilla, A. (2020, julio 1). *Ventaja competitiva*. Retrieved from <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>

Talín, B. (2022, noviembre 28). *Innovación*. Retrieved from <https://morethandigital.info/es/innovacion-definicion-4-tipos-de-innovacion-y-significado/>

Varela, M. (2022, mayo). *Los 4 puntos básicos de la gestión empresarial*. Retrieved from <https://www.cursosfemxa.es/blog/puntos-basicos-gestion-empresarial>

Westreicher, G. (2020, agosto 01). *Gestión*. Retrieved from <https://economipedia.com/definiciones/gestion.html>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo influye la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿Cómo influye la planeación en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023? ¿Cómo influye la organización en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023? ¿Cómo influye la integración en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023? ¿Cómo influye el control en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023? 	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar la influencia de la planeación en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023 Determinar la influencia de la organización en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023 Determinar la influencia de la integración en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023 Determinar la influencia del control en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023. 	<p>HIPÓTESIS GENERAL La gestión empresarial influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> La planeación influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023. La organización influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023. La integración influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023. El control influye directamente en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023. 	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>GESTION EMPRESARIAL</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planificación Organización Integración Control <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>COMPETITIVIDAD</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Innovación Tecnología Estrategias comerciales 	<p>Método General: Científico Método Específico: Analítico - Sintético</p> <p>Tipo de Investigación: Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación: Explicativo</p> <p>Diseño de Investigación: Experimental, Cuasi experimental</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph LR A[CAUSA Variable Independiente X] --> B[EFECTO Variable Dependiente Y] </pre> <p>Donde: X: Gestión Empresarial Y: Competitividad</p> </div> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA:</p> <p>Población: La población está constituida por 28 colaboradores.</p> <p>Muestra: 28 colaboradores de la empresa.</p>

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala Valorativa
Variable Independiente Gestión empresarial	Según, Chiavenato (2006) refiere que, “La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos”	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de objetivos • Planificación de la Estrategia. • Planeación táctica. • Asignación de recursos. 	Escala valorativa Ordinal Escala de Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre
		Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la Estructura Organizacional • Estructura de órganos y cargos. • Rutina y procedimientos. • Métodos de procesos de trabajo 	
		Integración	<ul style="list-style-type: none"> • Política y Directivas. • Conducción del Personal. • Dirección, Supervisión • Motivación del personal 	
		Control	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer estándares de desempeño • Medir los resultados obtenidos actualmente. • Comparar estos resultados con las normas establecidas. 	
Variable dependiente Competitividad	Para Hernández & Pulido (2011) es “Crear, desarrollar y sostener capacidades para conquistar la preferencia de los consumidores en los mercados de productos o servicios, y así generar resultados financieros (rentabilidad) y humanos (desarrollo integral) en los plazos corto, mediano y largo” (p. 12)	Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de nuevos productos o servicios. • Generación de nuevas formas o canales de venta. • Búsqueda y captación de nuevos clientes, • Generación de nuevas ideas. 	Escala valorativa Ordinal Escala de Likert 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre
		Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de algún tipo hardware o software en sus operaciones diarias. • Uso de algún servicio externo relacionado a la tecnología. • Uso de internet en sus operaciones diarias. • Capacitación en uso de tecnología. 	
		Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Respuesta rápida a los cambios en los requerimientos del cliente. • Capacidad de anticipar o percibir rápidamente los cambios en la competencia. • Capacidad de anticipar o percibir rápidamente los cambios en el entorno. • Capacidad de responder rápidamente a los cambios en el entorno. 	

Anexo 4: El instrumento de investigación

TESIS: Influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023

Indicación: Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del “Cuestionario de Encuesta, marque con un aspa el casillero que cree conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos. mínimos de formulación para su posterior aplicación.

1.-Nunca	2.-Casi nunca	3.-A veces	4.-Casi siempre	5.-Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN EMPRESARIAL

N°	ITEMS	VALORACIÓN				
		N	CN	AV	CS	S
DIMENSION 1: Planificación						
1	El personal tiene conocimiento de la determinación y cumplimiento de los planes y objetivos empresariales					
2	La planificación estratégica es una herramienta de negocios fundamental para el cumplimiento de la misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa					
3	La planeación táctica es indispensable para la toma de decisiones al instante de evaluar los proyectos empresariales.					
4	El negocio se adapta a los cambios del entorno y estos son plasmados en los planes operativos.					
DIMENSION 2: Organización						
5	El Diseño de la Estructura Organizacional de la empresa permite ser eficaz en el proceso administrativo					
6	La empresa hace conocer su estructura de órganos y cargos a sus trabajadores					
7	La empresa cumple con la distribución de la rutina y procedimientos.					
8	La empresa difunde los métodos de procesos de trabajo y métodos de operación					
DIMENSION 3: Integración						
9	Sus superiores de la alta dirección informan sobre las Política y Directivas.					
10	Considera que exista un nivel de desempeño en la gerencia y Aplicación de recursos.					
11	Con que frecuencia la alta dirección establece las acciones empresariales.					
12	Se fomenta la motivación del personal en la empresa.					
DIMENSION 4: Control						
13	La gerencia establece estándares de desempeño laboral					
14	Los directivos evalúan su gestión para medir los resultados obtenidos actualmente.					
15	La Empresa Compara los resultados con las normas establecidas.					
16	La Empresa toma medidas correctivas cuando se observan fallas o se observa desviaciones.					

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD

Nº	ITEMS	VALORACION				
		N	CN	AV	CS	S
DIMENSION: Innovación						
1	La empresa ha ofrecido nuevos productos o servicios a sus clientes en el último año					
2	La empresa maneja adecuadamente las estrategias de venta directa y de venta al por mayor para la exportación					
3	La empresa en el último año, ha implementado algún nuevo método para captar clientes					
4	La empresa utiliza algún tipo de herramienta o tecnología para mejorar el proceso de venta					
5	La empresa incentiva la presentación de nuevas ideas por parte de sus colaboradores					
DIMENSION: Tecnología						
6	En la empresa se utiliza algún equipo electrónico o informático o algún software en sus operaciones diarias					
7	En la empresa se utiliza algún servicio externo vinculado al uso de tecnología (Internet, gestión de redes sociales, servicios de almacenamiento de datos, publicidad en línea, diseño y mantenimiento de páginas web, entre otros)					
8	En la empresa se hace uso del servicio de Internet en sus operaciones diarias					
9	La empresa tiene contratado servicios relacionados a la tecnología (Internet, gestión de redes sociales, servicios de almacenamiento de datos, publicidad en línea, diseño y mantenimiento de páginas web, entre otros)					
10	La empresa ha realizado para sus colaboradores en general capacitaciones para el uso de tecnología					
DIMENSION: Estrategias comerciales						
11	Los colaboradores de venta están capacitados para responder a cualquier cambio en las preferencias o gustos de sus clientes					
12	La empresa desarrolla acciones de análisis de la competencia y desarrolla estrategias para contrarrestar sus acciones comerciales					
13	La empresa desarrolla estrategias comerciales dependiendo de la oportunidad comercial que se presente					
14	Respecto a la situación tecnológica y económica la empresa desarrolla planes de para manejar las situaciones adversas que genere riesgos económicos					
15	Se maneja una base de datos de los clientes tanto locales, nacionales e internacionales y se establecen estrategias para retenerlos					

Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

Cuestionario 1: Influencia de la Gestión Empresarial en la Competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023

VARIABLE INDEPENDIENTE: ESTRATEGIAS COMERCIALES

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN CUALITATIVA POR ÍTEM	OBSERVACIONES
D1. Planificación	El personal tiene conocimiento de la determinación y cumplimiento de los planes y objetivos empresariales.						
	La planificación estratégica es una herramienta de negocios fundamental para el cumplimiento de la misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa.						
	La planeación táctica es indispensable para la toma de decisiones al instante de evaluar los proyectos empresariales.						
	El negocio se adapta a los cambios del entorno y estos son plasmados en los planes operativos.						
D2. Organización	El Diseño de la Estructura Organizacional de la empresa permite ser eficaz en el proceso administrativo.						
	La empresa hace conocer su estructura de órganos y cargos a sus trabajadores.						
	La empresa cumple con la distribución de la rutina y procedimientos.						
	La empresa difunde los métodos de procesos de trabajo y métodos de operación.						
D3. Integración	Sus superiores de la alta dirección informan sobre las Políticas y Directivas.						
	Considera que exista un nivel de desempeño en la gerencia y Aplicación de recursos.						
	Con que frecuencia la alta dirección establece las acciones empresariales.						
D3. Control	Se fomenta la motivación del personal en la empresa.						
	La gerencia establece estándares de desempeño laboral.						
	Los directivos evalúan su gestión para medir los resultados obtenidos actualmente.						
	La Empresa compara los resultados con las normas establecidas.						
	La Empresa toma medidas correctivas cuando se observan fallas o se observa desviaciones.						
EVALUACIÓN CUALITATIVA POR CRITERIOS (promedio)							

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

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

Validez de contenido

Cuadro 1

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
PAUL DENIS MARTINEZ VITOR	Mtro. En Administración estratégica de Empresas	16	Nivel Alto

Sello y Firma:

Mtro. Paul Denis Martinez Vitor
ADMINISTRADOR
CLAD - 03489

FICHA INFORME DE EVALUACION A CARGO DEL EXPERTO

Cuestionario 2: Influencia de la Gestión Empresarial en la Competitividad de la empresa
The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD

Dimensión	ITEMS	Relevancia	Coherencia	Referencia	Claridad	Evaluación cualitativa por ítems	Observaciones
D1. Innovación	La empresa ha ofrecido nuevos productos o servicios a sus clientes en el último año.	4	4	4	4	4	
	La empresa maneja adecuadamente las estrategias de venta directa y de venta al por mayor para la exportación.	4	4	4	4	4	
	La empresa en el último año, ha implementado algún nuevo método para captar clientes.	4	4	4	4	4	
	La empresa utiliza algún tipo de herramienta o tecnología para mejorar el proceso de venta.	4	4	4	4	4	
	La empresa incentiva la presentación de nuevas ideas por parte de sus colaboradores.	4	4	4	4	4	
D2. Tecnología	En la empresa se utiliza algún equipo electrónico o informático o algún software en sus operaciones diarias.	4	4	4	4	4	
	En la empresa se utiliza algún servicio externo vinculado al uso de tecnología (Internet, gestión de redes sociales, servicios de almacenamiento de datos, publicidad en línea, diseño y mantenimiento de páginas web, entre otros).	4	4	4	4	4	
	En la empresa se hace uso del servicio de Internet en sus operaciones diarias.	4	4	4	4	4	
	La empresa tiene contratado servicios relacionados a la tecnología (Internet, gestión de redes sociales, servicios de almacenamiento de datos, publicidad en línea, diseño y mantenimiento de páginas web, entre otros).	4	4	4	4	4	
	La empresa ha realizado para sus colaboradores en general capacitaciones para el uso de tecnología.	4	4	4	4	4	
D3. Estrategias Comerciales	Los colaboradores de venta están capacitados para responder a cualquier cambio en las preferencias o gustos de sus clientes.	4	4	4	4	4	
	La empresa desarrolla acciones de análisis de la competencia y desarrolla estrategias para contrarrestar sus acciones comerciales.	4	4	4	4	4	
	La empresa desarrolla estrategias comerciales dependiendo de la oportunidad comercial que se presente.	4	4	4	4	4	
	Respecto a la situación tecnológica y económica la empresa desarrolla planes de para manejar las situaciones adversas que genere riesgos económicos.	4	4	4	4	4	
	Se maneja una base de datos de los clientes tanto locales, nacionales e internacionales y se establecen estrategias para retenerlos.	4	4	4	4	4	
EVALUACIÓN CUALITATIVA POR CRITERIOS (promedio)		4	4	4	4	4	

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

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

Validez de contenido

Cuadro 1

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
PAUL DENIS MARTINEZ VITOR	Mtro. En Administración estratégica de Empresas	15	Nivel alto

Sello y Firma:

Mtro. Paul Denis Martinez Vitor
ADMINISTRADOR
CLAD - 03489

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

Cuestionario 1: Influencia de la Gestión Empresarial en la Competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023

VARIABLE INDEPENDIENTE: ESTRATEGIAS COMERCIALES

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN CUALITATIVA POR ITEMS	OBSERVACIONES
D1. Planificación	El personal tiene conocimiento de la determinación y cumplimiento de los planes y objetivos empresariales						
	La planificación estratégica es una herramienta de negocios fundamental para el cumplimiento de la misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa						
	La planeación táctica es indispensable para la toma de decisiones al instante de evaluar los proyectos empresariales.						
	El negocio se adapta a los cambios del entorno y estos son plasmados en los planes operativos.						
D2. Organización	El Diseño de la Estructura Organizacional de la empresa permite ser eficaz en el proceso administrativo						
	La empresa hace conocer su estructura de órganos y cargos a sus trabajadores						
	La empresa cumple con la distribución de la rutina y procedimientos.						
	La empresa difunde los métodos de procesos de trabajo y métodos de operación						
D3. Integración	Sus superiores de la alta dirección informan sobre las Política y Directivas.						
	Considera que exista un nivel de desempeño en la gerencia y Aplicación de recursos.						
	Con que frecuencia la alta dirección establece las acciones empresariales.						
	Se fomenta la motivación del personal en la empresa.						
D3. Control	La gerencia establece estándares de desempeño laboral						
	Los directivos evalúan su gestión para medir los resultados obtenidos actualmente.						
	La Empresa compara los resultados con las normas establecidas.						
	La Empresa toma medidas correctivas cuando se observan fallas o se observa desviaciones.						
EVALUACIÓN CUALITATIVA POR CRITERIOS (promedio)							

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

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

Validez de contenido

Cuadro 1

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
IVO GENARO GUEVARA SINCHES	Maestro en Administración Estratégica de Empresas	16	Nivel Alto

Sello y Firma:

Mtro. Ivo Genaro Guevara Sinchez
Docente UPLA - FCAC

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

Cuestionario 2: Influencia de la Gestión Empresarial en la Competitividad de la empresa
The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD

Dimensión	ITEMS	Relevancia	Coherencia	Relaciona	Claridad	Evaluación cualitativa por ítems	Observaciones
D1. Innovación	La empresa ha ofrecido nuevos productos o servicios a sus clientes en el último año.	4	4	4	4	4	
	La empresa maneja adecuadamente las estrategias de venta directa y de venta al por mayor para la exportación.	4	4	4	4	4	
	La empresa en el último año, ha implementado algún nuevo método para captar clientes.	4	4	4	4	4	
	La empresa utiliza algún tipo de herramienta o tecnología para mejorar el proceso de venta.	4	4	4	4	4	
	La empresa incentiva la presentación de nuevas ideas por parte de sus colaboradores.	4	4	4	4	4	
D2. Tecnología	En la empresa se utiliza algún equipo electrónico o informático o algún software en sus operaciones diarias.	4	4	4	4	4	
	En la empresa se utiliza algún servicio externo vinculado al uso de tecnología (Internet, gestión de redes sociales, servicios de almacenamiento de datos, publicidad en línea, diseño y mantenimiento de páginas web, entre otros).	4	4	4	4	4	
	En la empresa se hace uso del servicio de Internet en sus operaciones diarias.	4	4	4	4	4	
	La empresa tiene contratado servicios relacionados a la tecnología (Internet, gestión de redes sociales, servicios de almacenamiento de datos, publicidad en línea, diseño y mantenimiento de páginas web, entre otros).	4	4	4	4	4	
D3. Estrategias Comerciales	La empresa ha realizado para sus colaboradores en general capacitaciones para el uso de tecnología.	4	4	4	4	4	
	Los colaboradores de venta están capacitados para responder a cualquier cambio en las preferencias o gustos de sus clientes.	4	4	4	4	4	
	La empresa desarrolla acciones de análisis de la competencia y desarrolla estrategias para contrarrestar sus acciones comerciales.	4	4	4	4	4	
	La empresa desarrolla estrategias comerciales dependiendo de la oportunidad comercial que se presente.	4	4	4	4	4	
	Respecto a la situación tecnológica y económica la empresa desarrolla planes de para manejar las situaciones adversas que genere riesgos económicos.	4	4	4	4	4	
	Se maneja una base de datos de los clientes tanto locales, nacionales e internacionales y se establecen estrategias para retenerlos.	4	4	4	4	4	
EVALUACIÓN CUALITATIVA POR CRITERIOS (promedio)		4	4	4	4	4	

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

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

Validez de contenido

Cuadro 2

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
IVO GENARO GUEVARA SINCHÉZ	Maestro en Administración Estratégica de Empresas	15	Nivel Alto

Sello y Firma:



Mtro. Ivo Genaro Guevara Sinchéz
Docente UPLA - FCAC

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

Cuestionario 1: Influencia de la Gestión Empresarial en la Competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023

VARIABLE INDEPENDIENTE: ESTRATEGIAS COMERCIALES

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
D1. Planificación	El personal tiene conocimiento de la determinación y cumplimiento de los planes y objetivos empresariales.						
	La planificación estratégica es una herramienta de negocios fundamental para el cumplimiento de la misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa.						
	La planeación táctica es indispensable para la toma de decisiones al instante de evaluar los proyectos empresariales.						
	El negocio se adapta a los cambios del entorno y estos son plasmados en los planes operativos.						
D2. Organización	El Diseño de la Estructura Organizacional de la empresa permite ser eficaz en el proceso administrativo.						
	La empresa hace conocer su estructura de órganos y cargos a sus trabajadores.						
	La empresa cumple con la distribución de la rutina y procedimientos.						
D3. Integración	La empresa difunde los métodos de procesos de trabajo y métodos de operación.						
	Sus superiores de la alta dirección informan sobre las Política y Directivas.						
	Considera que exista un nivel de desempeño en la gerencia y Aplicación de recursos.						
	Con que frecuencia la alta dirección establece las acciones empresariales.						
D3. Control	Se fomenta la motivación del personal en la empresa.						
	La gerencia establece estándares de desempeño laboral.						
	Los directivos evalúan su gestión para medir los resultados obtenidos actualmente.						
	La Empresa compara los resultados con las normas establecidas.						
	La Empresa toma medidas correctivas cuando se observan fallas o se observa desviaciones.						
EVALUACIÓN CUALITATIVA POR CRITERIOS (promedio)							

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

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

Validez de contenido

Evaluation final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
RICHARD LOPEZ COZ	Dr. en Administración	16	Nivel Alto

Sello y Firma:



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
VICERRECTORADO ACADÉMICO
Richard Lopez Coz
RICHARD LOPEZ COZ
CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA

FICHA INFORME DE EVALUACION A CARGO DEL EXPERTO

Cuestionario 2: Influencia de la Gestión Empresarial en la Competitividad de la empresa
The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023.

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD

Dimensión	ITEMS	Suficiencia	Coherencia	Relevancia	Claridad	Evaluación cualitativa por ítems	Observaciones
D1. Innovación	La empresa ha ofrecido nuevos productos o servicios a sus clientes en el último año.	4	4	4	4	4	
	La empresa maneja adecuadamente las estrategias de venta directa y de venta al por mayor para la exportación.	4	4	4	4	4	
	La empresa en el último año, ha implementado algún nuevo método para captar clientes.	4	4	4	4	4	
	La empresa utiliza algún tipo de herramienta o tecnología para mejorar el proceso de venta.	4	4	4	4	4	
	La empresa incentiva la presentación de nuevas ideas por parte de sus colaboradores.	4	4	4	4	4	
D2. Tecnología	En la empresa se utiliza algún equipo electrónico o informático o algún software en sus operaciones diarias.	4	4	4	4	4	
	En la empresa se utiliza algún servicio externo vinculado al uso de tecnología (Internet, gestión de redes sociales, servicios de almacenamiento de datos, publicidad en línea, diseño y mantenimiento de páginas web, entre otros).	4	4	4	4	4	
	En la empresa se hace uso del servicio de Internet en sus operaciones diarias.	4	4	4	4	4	
	La empresa tiene contratado servicios relacionados a la tecnología (Internet, gestión de redes sociales, servicios de almacenamiento de datos, publicidad en línea, diseño y mantenimiento de páginas web, entre otros).	4	4	4	4	4	
	La empresa ha realizado para sus colaboradores en general capacitaciones para el uso de tecnología.	4	4	4	4	4	
D3. Estrategias Comerciales	Los colaboradores de venta están capacitados para responder a cualquier cambio en las preferencias o gustos de sus clientes.	4	4	4	4	4	
	La empresa desarrolla acciones de análisis de la competencia y desarrolla estrategias para contrarrestar sus acciones comerciales.	4	4	4	4	4	
	La empresa desarrolla estrategias comerciales dependiendo de la oportunidad comercial que se presente.	4	4	4	4	4	
	Respecto a la situación tecnológica y económica la empresa desarrolla planes de para manejar las situaciones adversas que genere riesgos económicos.	4	4	4	4	4	
	Se maneja una base de datos de los clientes tanto locales, nacionales e internacionales y se establecen estrategias para retenerlos.	4	4	4	4	4	
EVALUACIÓN CUALITATIVA POR CRITERIOS (promedio)		4	4	4	4	4	

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

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

Validez de contenido

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
RICHARD LOPEZ COZ	Dr. En Administración	15	Nivel alto

Sello y Firma:



Anexo 7: Consentimiento informado.

Solicito: Autorización para desarrollar trabajo de investigación - tesis.

Señor:

Gerente General de la empresa "The Golden Gourd Import - Export SAC"

Presente.

Yo Rebeca Luz Medina Veli y Melisa Lindo Baldeon , en nuestra calidad de tesista, es de nuestro interés realizar la investigación cuyo título es "Influencia de la gestión empresarial en la competitividad de la empresa The Golden Gourd Import Export S.A.C. Huancayo – 2023" el objetivo de esta petición es solicitar la autorización para llevar a cabo un trabajo de investigación, así mismo comprometiéndonos, que, una vez terminando el proceso de análisis de datos, se entregara un ejemplar a su representada.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su empresa y que se tomaran las medidas necesarias para no interferir con el funcionamiento de las actividades propias de la empresa. De igual manera, se entregará a los colaboradores un consentimiento informado donde se les invita a participar del proyecto y se les explicará en qué consistirá el trabajo de investigación.

Sin otro particular quedamos atentas a su respuesta.

Atentamente,



Bach. MEDINA VELI, Rebeca Luz

DNI: 75959451



Bach. LINDO BALDEON, Melisa

DNI: 75994676



Recibido

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

CARTA N° 0008-2023-THE GOLDEN-GIE.SAC

Srtas.
MEDINA VELLI, Rebeca Luz
LINDO BALDEON, Melisa
Presente.-



Asunto: Consentimiento para la elaboración de tesis.

Referencia: Carta N° 001-2023-MVRL-LBM

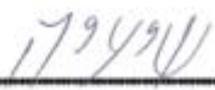


Sirva la presente para expresarle mis cordiales a nombre de la empresa THE GOLDEN GOURD IMPORT EXPORT SAC, y en atención al documento de la referencia, mediante el cual solicitan aceptación de usos de datos de la empresa para la elaboración de su trabajo de investigación - tesis.

Al respecto, tenemos a bien informarle que, realizada la coordinación correspondiente, se aprueba que las: BACH. MEDINA VELLI, Rebeca Luz, con DNI N° 75959451 y la BACH. LINDO BALDEON, Melisa con DNI N° 75994676 para el desarrollo de la tesis: *INFLUENCIA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA THE GOLDEN GOURD IMPORT EXPORT S.A.C. HUANCAYO - 2023*; para lo cual la empresa le brindara las facilidades respectivas. Por lo expuesto se autoriza el desarrollo de dicha investigación y se da por concluida la atención del requerimiento.

Sin otro particular que mencionar, quedo de ustedes.

Atentamente.


VELI VELÁSQUEZ ISAÍAS
GERENTE GENERAL



Anexo 8: Fotos de la aplicación del instrumento





