

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**



TESIS PARA TITULO PROFESIONAL

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPES DEL SECTOR PANADERIA EN EL
DISTRITO DE RUPA RUPA**

**PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**ELABORADO POR
BRAY FIDEL MARRUEROS ALVARADO**

TINGO MARIA-PERU

2021.



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N° 012-2021-EPA- FCEA-UNAS
REUNIÓN VIRTUAL

Siendo las 11:00 horas del día viernes 10 de diciembre de 2021, se reúnen mediante videoconferencia a través de la plataforma Microsoft Teams, los miembros del jurado calificador de tesis designados mediante Resolución Nro. 374-2015-D-FCEA, por lo que se autoriza la ejecución de la tesis con Resolución N° 143/2019-D-FCEA. Mediante estos documentos se acredita el cumplimiento de los requisitos establecidos; por cuanto, el jurado procede a dar inicio a la sustentación de tesis para optar el título de Licenciado en Administración, titulada:

GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR PANADERIA EN EL DISTRITO DE RUPA RUPA.

Presentado por el Bachiller en Ciencias Administrativas **MARRUEROS ALVARADO, Bray Fidel.**

Luego de la sustentación y absueltas las preguntas de rigor en concordancia con el Art. 48 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Agraria de la Selva; se procedió a la respectiva calificación en conformidad con el Art. 53 del mismo reglamento. Siendo el resultado siguiente:

APROBADO POR: UNANIMIDAD

CALIFICATIVO : BUENO

Siendo las 12:15 horas, se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable jurado y su asesor, en señal de conformidad.

Tingo María, 10 de diciembre de 2021.

Dr. Misael Alvarado Paucar
Presidente del Jurado

Lic. Antonio Simeón Núñez
Miembro



Mag. Nebenká Caro Potokar
Miembro

Mag. Walter Mucha Huamán
Asesor

Nota:

Excelente: 19,20
Muy Bueno: 16, 17 y 18
Bueno: 13, 14 y 15
Regular: 11,12
Malo: 0, 10

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante en mi formación profesional. A mis padres por creer y confiar siempre en mí, apoyándome y aconsejándome en mis decisiones de la vida.

A mis docentes y en especial a mi Asesor MS.c. Walter E. Mucha Huamán, por su orientación y consejos y por compartir desinteresadamente sus conocimientos.

A mi tía Clotilde Ruiz Tineo por estar siempre conmigo apoyándome incondicionalmente con su motivación y entusiasmo a superarme cada día más.

AGRADECIMIENTO

- A Dios por guiarme siempre en el camino correcto y por darme la energía y fuerza necesaria para poder llegar al final de mis estudios y mis metas y hacer llegar la presente tesis.
- A mis compañeros de clases y amigos por su apoyo y motivación que constantemente me dieron.
- A mis padres por darme una carrera para el futuro y por confiar en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su apoyo, por todo esto les agradezco de todo corazón.
- Agradecimiento a la Universidad Nacional Agraria de la Selva, a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y muy especial a la Especialidad de Administración por las facilidades brindadas con mi persona.
- Al MS.c. Walter Eduardo Mucha Huamán, por el asesoramiento a lo largo de la tesis, en la que nunca escatimo esfuerzos ni tiempo para corregir y mejorar este trabajo de investigación, por compartir sus conocimientos conmigo e inspirar en mi mucha admiración.

INDICE

RESUMEN.....	01
PALABRAS CLAVES.....	01
ABSTRACT.....	01
KEY WORDS.....	01
INTRODUCCIÓN	02
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	06
1.1. Antecedentes de la investigación.....	06
1.2. Base Teórica.....	10
1.2.1. Origen de la gestión empresarial.....	10
1.2.2. Gestión Empresarial.....	12
1.2.3. Competitividad.....	24
1.3. Definición de Términos básicos.....	47
CAPITULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES	51
2.1. Hipótesis general.....	51
2.2. Hipótesis específicas.....	51
2.3. Matriz de consistencia.....	52
2.4. Operacionalización de variables.....	53
CAPITULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	54
3.1. Tipo de investigación.....	54
3.2. Diseño de la Investigación.....	54
3.3. Población y Muestra	55
3.4. Técnicas de recolección de datos.....	56
3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	57
CAPITULO IV: RESULTADOS	61
4.1. Características de la muestra	61
4.1.1. Análisis de la muestra	58
4.2. Análisis de las variables de investigación.....	63
4.3. Prueba de Hipótesis.....	75
CAPITULO V: DISCUSIÓN	82
CONCLUSIONES.....	88
RECOMENDACIONES.....	89
BIBLIOGRAFÍA/REFERENCIA.....	90
ANEXOS	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de consistencia	53
Tabla 2: Operacionalización de variables	54
Tabla 3: Diseño de investigación	55
Tabla 4: Establecimientos (panaderías) para la muestra.....	57
Tabla 5: Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach.....	59
Tabla 6: Validación del instrumento de medición de variables.....	60
Tabla 7: Edad de los jefes de los establecimientos (panaderías).....	62
Tabla 8: Correlación de gestión empresarial y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.....	77
Tabla 9: Correlación de planeación y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.....	78
Tabla 10: Correlación entre la organización y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.....	79
Tabla 11: Correlación entre la dirección y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.....	80
Tabla 12: Correlación entre el control y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Genero del responsable de las panaderías.....	63
Figura 2: Grado de instrucción.....	64
Figura 3: Variables de investigación realizado a las Mypes del sector panadería.....	65
Figura 4: Dimensiones de la variable independiente gestión empresarial.....	66
Figura 5: Análisis de los indicadores de la dimensión planeación.....	67
Figura 6: Análisis de los indicadores de la dimensión organización.....	68
Figura 7: Análisis de los indicadores de la dimensión dirección.....	69
Figura 8: Análisis de los indicadores de la dimensión control.....	70
Figura 9: Dimensiones de la variable dependiendo: Competitividad	71
Figura 10: Indicadores de la dimensión formalización.....	72
Figura 11: Indicadores de la dimensión financiamiento.....	73
Figura 12: Indicadores de la dimensión asociatividad.....	74
Figura 13: Indicadores de la dimensión exportación	76

REGISTRO DE TESIS CONDUCENTES AL TITULO UNIVERSITARIO

(Resolución N°113-2019-CU-R-UNAS/26MAR2019)

I. DATOS GENERALES DEL PREGRADO

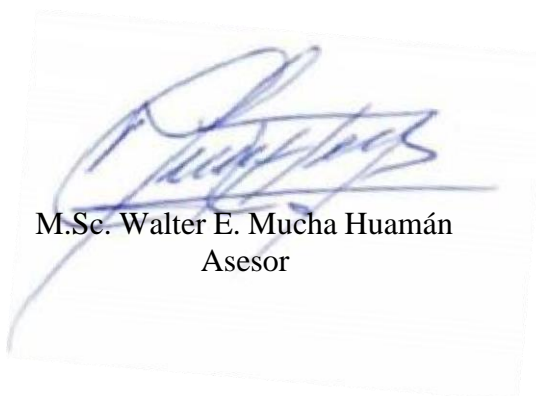
Universidad : Universidad Nacional Agraria de la Selva
Facultad : Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Título de la Tesis : Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa
Autor (a) : Bray Fidel Marrueros Alvarado
Título conducente a : Licenciado en Administración.
Asesor : MS.c. Walter Eduardo Mucha Huamán
Área : Desarrollo económico
Programa de investigación : Ciencias sociales y desarrollo sostenible
Línea de investigación : Competitividad
Eje temático de investigación : Competitividad Empresarial
Lugar de ejecución : Distrito de Rupa Rupa (Tingo. María)
Duración:
Inicio : Agosto del 2018
Término : Octubre del 2021

Presupuesto de financiamiento:

FEDU : S/. --
Propio : S/. 6,270.00
Otros : S/. --



Bray Marrueros Alvarado
Tesisista



M.Sc. Walter E. Mucha Huamán
Asesor

I. RESUMEN

El análisis ha sido llevado a cabo en el Distrito de Rupa Rupa, Provincia de Leoncio Prado y Departamento de Huánuco, con objetivo de establecer la asociación (relación) entre la gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa. El recojo de los datos se hizo utilizando la técnica de la encuesta, para ello se usó el instrumento denominado cuestionario, con escala Likert con 32 ítems, de los cuales 16 ítems fueron de la variable gestión empresarial y 16 ítems de la variable Competitividad. El instrumento se aplicó a (N=n=20) representantes de las panaderías. Metodológicamente el análisis corresponde al tipo de investigación aplicada de grado correlacional, con procedimiento deductivo-inductivo, con diseño transversal. Para el estudio, se usó la estadística descriptiva. De la misma manera, para la contratación de la hipótesis se aplicó la estadística inferencial de Rho de Spearman (r_s). Los resultados permitieron explicar estadísticamente que existe relación significativa entre la Gestión Empresarial y la competitividad de la MYPES del sector panadería con (P-value; $0,00 < 0,05$) y un grado de relación calificado como alta ($r_s = 0,890$), de la misma manera en la hipótesis específica 1, entre competitividad y planeación, existe una correspondencia significativa con (P-value; $0,00 < 0,05$) y un nivel de relación calificado como alta ($r_s = 0,775$), de la misma manera evaluado la hipótesis específica 2, entre competitividad y organización, existe una relación significativa con (P. Valor; $0,00 > 0,05$) y un nivel de relación valorado como alta ($r_s = 0,786$), de la misma forma evaluado la hipótesis específica 3, entre competitividad y control empresarial, se comprobó que existe una correlación significativa con (P. value; $0,00 > 0,05$) y un nivel de relación calificado como moderado ($r_s = 0,632$), y finalmente para la conjetura 4, entre la competitividad y dirección empresarial, hay una interacción significativa con (P. Valor; $0,00 > 0,05$) y un nivel de correlación calificado como alta ($r_s = 0,815$).

Palabras clave: gestión empresarial, competitividad, planeación, organización, control, dirección, formalización, financiamiento, asociatividad, exportaciones.

II. ABSTRACT

The analysis has been carried out in the Rupa Rupa District, Leoncio Prado Province and Huánuco Department, with the objective of establishing the association (relationship) between business management and competitiveness in the mypes of the bakery sector in the Rupa Rupa district. The data was collected using the survey technique, for which the instrument called a questionnaire was used, with a Likert scale with 32 items, of which 16 items were from the business management variable and 16 items from the Competitiveness variable. The instrument was applied to (N = n = 20) representatives of the bakeries. Methodologically, the analysis corresponds to the type of applied research of correlational degree, with a deductive-inductive procedure, with a cross-sectional design. Descriptive statistics were used for the study. In the same way, for the contracting of the hypothesis, Spearman's Rho inferential statistics (r_s) was applied. The results made it possible to statistically explain that there is a significant relationship between Business Management and the competitiveness of the MYPES in the bakery sector with (P-value; $0,00 < 0,05$) and a degree of relationship qualified as high ($r_s = 0,890$), In the same way, in the specific hypothesis 1, between competitiveness and planning, there is a significant correspondence with (P-value; $0,00 < 0,05$) and a relationship level qualified as high ($r_s = 0,775$), in the same way the hypothesis Specify 2, between competitiveness and organization, there is a significant relationship with (P. Value; $0,00 > 0,05$) and a relationship level valued as high ($r_s = 0,786$), in the same way, specific hypothesis 3, between competitiveness and business control, it was found that there is a significant correlation with (P. value; $0,00 > 0,05$) and a relationship level rated as moderate ($r_s = 0,632$), and finally for conjecture 4, between competitiveness and business management, there is a significant interaction with (P. Value; $0,00 > 0,05$) and a correlation level rated as high ($r_s = 0,815$).

Keywords: business management, competitiveness, planning, organization, control, direction, formalization, financing, associativity, exports.

INTRODUCCIÓN

Según Sanchez (como se citó en Poma, 2018), las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia en la economía. De acuerdo con el Ministerio de Trabajo y Promoción, hoy en día aportan un 40% al PBI, y un 80 por ciento la oferta gremial sin disponer del empleo propio que crea; no obstante, el progreso de dichas organizaciones está detenido, fundamentalmente por la carencia de un régimen tributario constante y simplificado que posibilite superar inconvenientes de formalización de estas organizaciones motivando el incremento continuo. (p. 11)

Según Okpara y Wynn (como se citó en Espinoza, 2020), las medidas adoptadas por el régimen presentan dificultades para las MYPES, y plantean una clasificación fundamentada en elecciones que logren conservar un comercio exitoso. Dichas categorías son las siguientes formas: (a) componentes operativos: Son los que permiten analizar los activos de manera balanceada y que adicionan aspectos similares en materia de procesos productivos, stock y publicitaria. (b) componentes estratégicos: quedan los referentes a la competencia de los empresarios para tener un conocimiento extenso, y de esa manera amoldar sus bienes y servicios con el pronóstico de la demanda, promover y a segmentar a los consumidores. (c) componentes administrativos: realizan al diseño organizacional, ítems de atención al comprador; y además se refiere a la fabricación y decisión del personal preparado, el progreso que proveerán las materias primas, la investigación crediticia y la adquisición de activos. (d) componentes externos: transportan conexión con la tecnología, la demanda y sus dificultades con la corrupción a todo nivel. (p. 17).

Sin embargo, según Espinoza (2019), los microempresarios no tienen la posibilidad de ganar en las actividades comerciales, siendo personas tan creativas y con extraordinaria habilidad para resolver inconvenientes, no tienen la posibilidad de

ganar en una MYPES por la inexperiencia de métodos y técnicas de administración, investigación del mercado, de economía y, más que nada, por la carencia de formación. Existen varios individuos con apetitos de triunfar y de iniciar un negocio y no alcanzan por la falta de conocimientos necesarios del comercio y frecuentemente se lanzan como comúnmente se dice a piscina sin agua ya que no conocen realmente del comercio, si inician, realizan deficientes administraciones de su capital, y poco a poco se reduce su inversión hasta que quebrar. Esto les pasa principalmente, debido a que trabajan con su entorno familiar, que de alguna manera por la confianza que tiene se dejan engañar (mal hacen pensando que los vínculos familiares son suficientes y que no hace falta documento ni formalización). De la misma manera, los actores relacionados en el desarrollo y competitividad de la MYPES, trabajan de forma separada, sin concertación de las partes, tampoco piensan en el precio de la capacitación, pues en el Perú no existe un sistema de capacitación para la MYPES; por lo que conlleva a que no haya una institución que regule o establezca las bases que marque la pauta y fije las reglas de juego para que la oferta de capacitación llegue correctamente a la demanda. (pp. 7-8)

De la misma forma que lo apunta Espinoza (2019), planeta que está representado por la capacidad, la globalización de la economía, la innovación tecnológica y el persistente cambio, ha forzado que las empresas, cualquiera que sea su naturaleza, desplieguen cada una de sus potencialidades si desean existir, y más todavía, si procuran incidir y cambiar aquel ambiente complejo. El proceso de innovación del país a comienzos de la década de los 90, creó para que las organizaciones funciones con cambios en su composición y en sus procesos aplicando diferentes niveles de velocidad y magnitud, el cual estaban orientados a mejorar su eficiencia en la prestación de servicios y preparación de sus productos; sin embargo en esta fase de modernización

el cual fue aplicado en gran parte de las organizaciones lo que permitió reestructurar su organización, minimizar al personal y llevar a cabo sistemas informáticos, que le hacían falta los conceptos de integración con una perspectiva de desarrollo de mediano y largo plazo. (p. 1)

Según Ravelo (como se citó en Salazar, 2018) señala que el Perú en los últimos años es considerado como un país de emprendedoras en alusión a las micro y empresas pequeñas, además puede decirse que es el primer país con déficit de organizaciones debido a que el 50% de las MYPES quiebran antes de llegar a su primer año y esto debido a la carencia de herramientas de administración y capacidades gerenciales, que viene debido al aumento en la gran informalidad de sus ocupaciones, improvisaciones, deficiente productividad y competitividad que acaba llevando a la organización al fracaso. (p.42)

De esa manera, la problemática de este fundamental sector panadero, en nuestro distrito de Tingo María, pasa por una incipiente administración empresarial y una baja competitividad de la misma forma que lo señalan los autores, por tal fundamento la presente investigación se hizo en las Mypes del sector panadería ubicado en el Distrito de Rupa Rupa , Provincia de Leoncio Prado, Departamento de Huánuco, que a partir de la perspectiva económico, vienen sufriendo problemas en varios componentes como económicos y financieros, lo que, no les posibilita despegar empresarialmente.

Esta investigación ha sido planteada, dada el valor que tiene ejercer una administración empresarial idónea en la zona panadería, para conseguir una virtud competitiva y de esta forma contribuir económicamente a nuestra metrópoli de Tingo María. Del mismo modo, consideramos que una organización se verá consolidada, una vez que solucione su problema de administración. Los empresarios primordialmente de este sector, deben estar permanentemente actualizados y capacitados en técnicas y

procedimientos de administración industrial, lo cual desafortunadamente no ocurre por una incompetencia.

Dada las situaciones descritas antes, se propuso como interrogante general: ¿De qué forma se relaciona la Gestión Empresarial y la Competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa? , y para lograr responder a esta pregunta, se propuso como objetivo general, Determinar la asociación de la gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa, y como hipótesis general se planteó, si la Gestión Empresarial se correlaciona de manera significativa con la Competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1. Antecedentes Internacionales

(Alonso & Quijano, 2019) Alonso & Quijano (2019) señalan en su trabajo de investigación denominado: “Nivel de competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá, un estudio de sus factores determinantes”. Dicho análisis se desarrolló bajo el enfoque de Competitividad que poseen las pequeñas y medianas organizaciones del sector hotelero de Bogotá, teniendo como conjetura el aumento que ha tenido el área turismo y hotelero en Colombia hace varios años; esto prueba la necesidad de proporcionar insumos a estas organizaciones para aumentar el grado competitivo con que poseen, y del mismo modo, estos logren ayudar con dicho aumento. Por lo anteriormente manifestado, se plantea que la finalidad general de esta investigación es implantar el grado de competitividad de las pequeñas y medianas organizaciones que pertenecen al sector hotelero de Bogotá a partir de la observación de sus elementos, desde detectar los recursos determinantes para la medición del grado de competitividad de las PyMEs del sector hotelero de Bogotá. Los resultados de la investigación indicaron que las pequeñas y medianas organizaciones del sector hotelero de Bogotá cuentan con una competitividad media – alta, 3,84 en una escala de 1 a 5, y que, desde la observación de sus recursos

determinantes, se concluye que tienen que mejorar en aspectos de idealización estratégica y en la innovación de los procesos al interior de las empresas.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

Amoros & Davila (2017) en su trabajo de investigación denominado “La gestión empresarial y la competitividad de las clínicas en la ciudad de Cajamarca”. El estudio expone determinar la interacción de la Gestión Empresarial con la Competitividad de las clínicas de la localidad de Cajamarca. Se formuló una encuesta con 69 interrogantes, teniendo presente las magnitudes de la PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y CONTROL como dimensiones de la variable Gestión Empresarial y las magnitudes funcionalidad gerencial, funcionalidad comercial y logística, funcionalidad financiera, funcionalidad tecnológica e ingenio humano de la variable competitividad; para luego ser aplicada a 26 ayudantes, entre administrativos y gerentes de las clínicas de la localidad de Cajamarca; al final se obtuvo como resultado que existe una relación directa significativa en el grado 0,01 (bilateral) entre la gestión empresarial y la competitividad ($r = 0,645$). Por lo que se afirma que la Gestión Empresarial se relaciona con la Competitividad de las clínicas de la ciudad de Cajamarca, lo que quiere decir que a mayor o mejor gestión empresarial, mayor será el grado de competitividad.

Según Barreto (2018) señala en su estudio titulado “Gestión Empresarial y Competitividad Empresarial de las MYPES textiles del Emporio Comercial de Gamarra, El triunfo, 2018”, dicha investigación planteó como objetivo establecer la interacción de la calidad de administración Empresarial y grado de Competitividad Empresarial, además de la interacción de magnitudes PLANEACION, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y CONTROL con el grado de competitividad. El tipo de estudio de acuerdo a la finalidad es aplicado, con nivel de investigación

descriptiva relacional y diseño NO experimental de corte transversal. La muestra utilizado fue de 375 personas que trabajan en las mypes textiles del Emporio Comercial Gamarra. Para la recolección de información utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento denominado cuestionario, el cual estuvo conformado por 24 interrogantes. En ese sentido, de los resultados conseguidos se determinó que la calidad de Gestión Empresarial se correlaciona de manera positiva. Realizado el contraste a través de la prueba estadística de Spearman (Rho), apreciamos que si existe una asociación significativa entre las variables calidad de Gestión Empresarial y grado de competitividad, donde $p=0,000$ y un grado de significancia de 0,01 con un valor de asociación es de 0,451, ello indica que la correlación es positiva moderada. Dicho estudio llegó a la conclusión que “Calidad de Gestión Empresarial se correlaciona de manera positiva con grado de Competitividad de las MYPES textiles del emporio comercial Gamarra-La Victoria 2018”.

Portilla (2020) en su tesis titulada “Gestión empresarial y competitividad en una MYPE del sector gastronómico, Puente Roca, 2019”. Este estudio se hizo con la intención de determinar la interacción de la GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN UNA MYPES DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN PUENTE PIEDRA EN EL AÑO 2019. Dicha investigación se orientó a un enfoque cuantitativo, del tipo aplicado, nivel relacional y de diseño no experimental de corte transversal, se utilizó una muestra de 66 trabajadores. En dicho estudio se concluyó que la gestión empresarial se correlaciona de manera positiva con la variable Competitividad en una MYPE del sector gastronómico situado en Puente Roca ($r = 0.877$); con el cual se afirma la conjetura general planteada.

Rivera (2020) en su tesis denominado La Gestión empresarial y la competitividad en las MYPES del sector producción-Rubro Vitivinícola de la Provincia de Tacna, año 2019, el objetivo planteado fue determinar la relación de la gestión empresarial con la competitividad. Para este caso se logró hacer la prueba de normalidad mediante el test de Shapiro-Wilk, el cual conllevó a aplicar el estadístico de correlación de Pearson y/o Spearman para implantar el nivel de interacción entre las 2 variables y sus magnitudes. En ese sentido, obtuvieron como resultados, que existe una relación significativa bastante alta ($r = 0,959$; $p. \text{ value} < 0,05$) entre la administración empresarial y la competitividad por igual entre esta última variable y las dimensiones de la variable organización ($Rho = 0.903$; $p < 0.05$), organización ($Rho = 0.750$; $p < 0.05$), dirección ($Rho = 0.739$; $p < 0.05$) y control ($Rho = 0.747$; $p < 0.05$).

1.2. BASE TEORICA

1.2.1. Origen de la gestión empresarial

Quispe (2013) manifiesta que, aunque hasta ahora hay problemas para entablar los principios de la narración de la gestión, ciertos autores asumen el progreso de la misma a los negociantes Sumerios y los Egipcios viejos que formaron parte de las construcciones de las pirámides, o a los procedimientos organizativos del templo y las milicias viejas. No obstante, varias organizaciones pre-industriales, dada su grado pequeño, no se sentían forzadas a afrontar de manera sistemática a las aplicaciones de la gestión. (p.57)

Según Quispe, (2013), a finales del siglo XIX, León Walras, Alfred Marshall y otros economistas introdujeron una nueva capa de dificultad a los principios teóricos de la Gestión. De esta manera, este siglo ha propiciado un gran auge de las

escuelas administrativas que han tomado novedosas orientaciones; en medio de las más destacadas se hallan: Gestión por valores cuyo enfoque es el desarrollo y práctica de valores organizacionales e personales dirigidos hacia la tarea de la organización, y alcanza gran productividad. La administración de conocimiento el cual tiene como objetivo recoger todas las vivencias, experiencias y habilidades del capital humano de la organización, con la finalidad de que estos permanezcan para siempre independientemente de la rotación de los directivos y personal. (p. 58)

Antecedentes de la gestión empresarial

El desarrollo histórico de la gestión empresarial, tiene una espontaneidad de ideas a nivel culturales en oriente y occidente, alcanzando el desarrollo del individuo en cada uno de los sistemas sociales por lo que ha atravesado, (Fernández, 2005), ya que ha evolucionado la toma de decisiones observando sus cuatro funciones claves para el cambio de gestión a nivel empresarial, como lo son; PLANIFICAR, ORGANIZAR, DIRIGIR Y CONTROLAR, por consiguiente una gestión y un individuo dinámica en el mundo empresarial en la emancipación de un emplazamiento y comercio competitivo y fructífero a una escala internacional. (Hernández, 2011, p. 40)

1.2.2. GESTIÓN EMPRESARIAL

Para Castillo (como se cita en Amorós & Dávila, 2017), señala:

La gestión empresarial se fundamenta en la provisión y administración de servicios que permitan el cumplimiento de las metas y objetivos planteados en la empresa, del mismo modo entregar información eficaz para una correcta toma de decisiones, y por último realizar un constante seguimiento de los ingresos, de cuentas por cobrar, existencias y otros (p.21)

Asimismo, Quispe menciona:

“La gestión empresarial conocida además como gestión de organizaciones, es una ciencia social que experimenta la organización de las empresas y la forma como administran los procesos, recursos y resultados de sus respectivas actividades”. (Quispe, 2013, p.59).

Conforme con la Cooperación Suiza en Bolivia (2017), señalan que son los esfuerzos y medidas dirigidos a perfeccionar la productividad y competitividad de las organizaciones. Optimizar la administración de una organización no se trata solo de hacer las cosas mejor; empero para acertar, en este sentido se necesita detectar los componentes que influyen en el triunfo o mejor resultado de la administración. Frente a un panorama universal en el cual el mercado está cambiando, el adelanto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha causado que las organizaciones operen en un entorno cada vez más difícil y con simple acceso a la información. Las organizaciones tienen que encarar el desafío de cambiar y adaptarse a la administración empresarial para sobrevivir exitosamente en un mundo cambiante, competitivo y flexible. (p. 7)

Para Koontz y O'Donnell (como se cito en Gonzales, 2014) menciona

que de acuerdo al enfoque clásico la administración empresarial revisa la composición de la organización y precisa los papeles de los individuos en ella. La principal contribución de este enfoque fue conceptualizar y examinar las labores correctas para empezar y hacer crecer un comercio. (p.10)

Van Horne (como se citó en Gonzales, 2014) menciona:

La gestión de organizaciones no debe entenderse de forma separada de la gestión financiera y menos todavía de la administración económica, de esa manera la administración financiera es un proceso que implica ganancias y costos atribuibles a la ejecución del funcionamiento racional del dinero, y por ende a la productividad (financiera) generada por sí mismo. Posteriormente, la eficiencia y efectividad (esfuerzos y demandas) en el control que se ejerce los recursos financieros para poder hacer grados de funcionamiento aprobadas y satisfactorios. (p. 11)

Según (Dionicio, 2015) menciona que:

Es el negocio de buscar personas (como gerentes organizacionales, gerentes, fabricantes, consultores y especialistas) para optimizar la productividad y por ende la competencia de una firma o negocio (Rubio, 2006). Porque para que un liderazgo en particular sea óptimo y así logre buenos resultados, no solo debe hacer las cosas mejor sino también hacer un mejor trabajo, estas buenas preguntas inciden directamente en el éxito, y esto se puede lograr a través de reuniones de expertos. Para ayudar a identificar problemas. y proponer nuevas alternativas de solución y estrategias, entre otras. (p.13)

1.2.2.1. Dimensiones de Gestión empresarial

a) Planeación

Federico, Loguzzo, & Fedi (2016) señalan que la planeación se basa en establecer las bases que guían la acción futura. El proceso de organización se basa en entablar las metas, el estado futuro a conseguir y los

lineamientos en general de las actividades que tienen que llevarse a cabo para lograrlo. En este sentido, la organización se apoya en entablar las metas que se esperan conseguir y los cursos de acción adecuados para alcanzarlos. (p. 44)

b) Organización

Según García (como se citó en Flores, 2015) es la acción y impacto de ordenar: la manera en que se estructuran los diferentes órganos o parte de un grupo, grupo, complejo, de individuos originarios de un cuerpo humano o conjunto organizado. Es el establecimiento de la composición esencial para racionalizar el sistema de recursos, mediante la determinación de la jerarquía, orden, correlación y agrupación de profesiones, con el fin de realizar y simplificar las actividades del grupo social. (p. 96)

De acuerdo a Federico, Loguzzo, & Fedi (2016) señalan que, en esta situación, nosotros mismos hacemos alusión a la acción de organización organizativa, o sea, un cuerpo social, deliberadamente construido para poder lograr los objetivos. Esta funcionalidad radica en esencia en estructurar la organización para seguir los metas establecidos. En ese sentido tiene relación con la mejor forma de repartir el trabajo y a cómo agrupar las labores de la forma más eficiente, estableciendo de esta forma líneas de autoridad y responsabilidad y asociar personas y recursos con superficies concretas. Dependiendo del grado de la organización al que nos referimos, tenemos la posibilidad de dialogar de diferentes labores de diseño organizacional. Esta actividad se apoya en decidir el grupo de ocupaciones que incluye un definido trabajo, o sea, su contenido. En el grado intermedio,

el diseño incluye la agrupación de unidades en un jefe homogéneo, o sea la agrupación de obras según una racional, ejemplificando, por funcionalidades, por productos, por comprador, área geográfica, entre otros.

(p. 45)

c) **Dirección**

Según Almanza, Calderón, & Vargas (2018), la organización es una sección clave del análisis de la gestión. Hoy en día vivimos en un ámbito industrializado donde los recursos humanos permanecen bastante encaminados al manejo, por lo cual las empresas son un medio primordial de orden y participación permanente de los recursos humanos que tienen que organizarse para poder hacer fines habituales. Para hacer un análisis en las empresas, se necesita conceptualizarlo a partir de la perspectiva de diferentes autores. Las empresas son unidades sociales creadas deliberadamente para poder hacer fines específicos, por esto cuentan con 3 características de recursos: Materiales, técnicos y humanos (Arias, 1990). Las empresas se pueden conceptualizar como el grupo de individuos, puestos de trabajo, sistemas, funcionalidades, oficinas, construcciones y dependencias que conforman un cuerpo humano social o una organización regida por sus propias prácticas, reglas, políticas y prácticas y que poseen un objetivo específico (Bravo, 1985).

Según Henry Fayol (como se citó en Hall, 1981), Plantea que:

Organizar un comercio es concederle todo lo primordial para su desempeño, materias primas, herramientas, capital y personal” (p.19).

Dicho creador reconoce que la organización se puede dividir en 2 partes:

material y humana. Según León (1985), una organización, en el sentido más extenso, es un convenio entre gente para coadyuvar en el desarrollo de una cierta actividad (p. 68). No obstante, Koontz y Weihrich (1997) definen organización como la identificación, categorización de las ocupaciones requeridas, cada una de las ocupaciones elementales para poder hacer las metas, la atribución de un conjunto de ocupaciones a un administrador dotado de poderes, autoridad, delegación, coordinación. (pp. 2-3).

Según Federico, Loguzzo, & Fedi (2016) las funcionalidades previas, planeación y organización, referidas a ocupaciones previas a la acción organizativa. El primero al bosquejo de programas que orienten al ejercicio de las organizaciones, el segundo al diseño organizacional más idónea que logren la consecución de los metas marcados. Mientras se asciende en la composición empresarial, la responsabilidad relativa de la funcionalidad gerencial es más grande, debido a que el gerente es responsable de los resultados conseguidos por los causantes. La administración, como otras funcionalidades mencionadas, además atraviesa toda la composición organizativa, debido a que las funcionalidades de administración son primordiales en todos los niveles. (pp.45-46).

d) Control

Este es otro elemento del proceso administrativo que involucra a todas las acciones realizadas como parte de la investigación para certificar que las actividades reales concuerden con las operaciones planificadas. Este elemento es considerada una tarea fundamental en la gestión empresarial, siendo una de las más importantes para una gestión óptima. Todos los

responsables así como los gerentes en una organización están en la obligación de hacer control, para ser el ejemplo, por lo que tienen que realizar evaluaciones de funcionamiento y ejecutar las medidas correctas que permitan reducir las ineficiencias, por lo cual el control es una sección importante en la administración. Según Derkra College (2020)

El control administrativo se define como aquella situación en la que existe un conocimiento cierto y real de lo que ocurre en la empresa, tanto internamente como en su entorno, y le permite de cierta forma planificar lo que sucederá en el futuro. evaluar, evaluar y mejorar la gestión de la empresa en su conjunto. (Muniz, 2003)

Para Stoner (1996) define de la siguiente manera: “El control administrativo es el proceso que asegura que las actividades reales se ajustan a las actividades planificadas” (p. 610).

Después de esto, Federico, Loguzzo, & Fedi (2016) acotado de pacto con la administración, el propósito del control es comprobar los consecuencias o resultados obtenidos por la acción organizacional y compararlos con los planes establecidos. Los procesos de control tienen como objetivo identificar las desviaciones que existen entre lo planificado y los resultados obtenidos, con la finalidad de identificar las raíces o causas de la desviación y corregir la trayectoria organizacional mediante acciones correctivas, orientándola en dirección a los objetivos planteados. El proceso de planificación está estrechamente vinculado con el proceso de control, porque controlar sin el apoyo de un plan no tendría coherencia, debido a que no tiene parámetros para advertir partida la actividad organizacional como es el cambio de control. (p. 46)

1.2.3. COMPETITIVIDAD

1.2.2.1 Enfoque sistémico de la competitividad

Según Amorós y Dávila (2017), se deriva de los resultados de análisis de organizaciones famosas de 10 territorios líderes en el campo de los asuntos exteriores, Porter (1990) dijo: La competencia es dinámica y en evolución. Las organizaciones del planeta que han logrado una posición unificada a escala global tienen tácticas diferentes en todos los puntos. Las organizaciones adquieren una virtud competitiva a través de comportamientos innovadores, que incluyen nuevas tecnologías así como nuevas formas de operaciones. La creación puede suceder en el diseño de nuevos productos, procesos de fabricación, procedimientos comerciales, capacitación y entrenamiento de los empleados, realizar inversiones en agilidad y conocimiento, aprovechar las nuevas oportunidades y atender un área de mercado que otros han pasado por alto. La información es necesaria en el desarrollo de innovación y optimización, para obtener información que los participantes no investigan ni lo poseen. La innovación requiere elección, además de necesidad e incluso adversidad. (p.1)

1.2.2.2 Teoría de la ventaja Competitiva

Porter (como se citó en Contreras, 2017), publicó su libro *Competitive Strategy* en 1980 mientras era profesor de la Harvard Business School, donde menciona que fue el resultado de 5 largos años de labor en investigación industrial y en ese término representó una fecha clave en la conceptualización y la praxis de industrias y competidores. Asimismo dicho autor, describió la organización competitiva como las operaciones ofensivas o defensivas de un establecimiento para trazar un camino explicable en el interior de una empresa, acciones que respondían

a las cinco fuerzas competitivas que el ejecutor identificó como determinantes de la naturaleza y la zona de influencia de la efectividad para un establecimiento y, por lo tanto, destinado a un importante retorno de la inversión.

Porter identificó 3 estrategias genéricas que podrían estilarse individualmente y trazar un emplazamiento sostenible a largo plazo que superaría a la efectividad en una industria.

El Liderazgo en Costos:

Según Contreras (2017), señala que sostener el precio más bajo frente a los participantes y conseguir un alto volumen de ventas era el tema central de la táctica. De manera que la calidad, el servicio, los descuentos a través de una mayor experiencia, el funcionamiento eficiente de las economías de escala, el estricto control de precios y sobre todo los precios en constante cambio, son los principales impulsores sujetos a una vigilancia constante e intensa. En ese sentido, lograr una posición de precio total bajo a menudo requiere una cooperación comercial relativamente alta (refiriéndose a la cooperación comercial de una organización que interactúa con su mayor competidor) o algún otro tipo de virtud, como la importación de materiales. (p. 3)

La Diferenciación

La segunda estrategia como crear algo para un producto o servicio que se considera único en la industria. La diferenciación se ve como una protección contra la competencia principalmente por la lealtad a la marca, lo que derivar en una menor sensibilidad al precio. La diferenciación implica sacrificar la participación de mercado y hacerlo en actividades de ucho costo como la investigación, el diseño de productos, materiales de alta calidad o un mejor servicio al cliente. Sin embargo, esta contrariedad con una estrategia de liderazgo de bajo costo no se da en todas las

industrias y hay empresas que pueden competir con bajos costos y precios competitivos. (Contreras, 2017, p. 3)

El Enfoque:

La tercera estrategia fue concentrarse en un conjunto determinado (específico) de consumidores, un fragmento de la línea de productos o segmento de mercado geográfico. Esta táctica se basó en la proposición de que la firma podía atender un objetivo estratégico más estrecho de manera más eficaz que los competidores con una amplia cobertura. De ello obtuvieron como resultado, que la organización se ha caracterizado al atender mejor las necesidades de un mercado específico, o al reducir los costos al atender ese mercado. (Contreras, 2017, p. 4)

1.2.2.3 Estrategias para lograr la competitividad

Segun Castro (2010), donde Porter menciona que lograr y conservar una virtud competitiva sobre las demás organizaciones es posible de manera continuo o indirecto con la dirección de cualquier otra compañía. Dicho autor manifiesta que el vínculo de costo descompone una compañía en ocupaciones estratégicamente importantes, con el objeto de comprender la alteración de estos y las fuentes de diferenciación potenciales. Una compañía recibe ventajas competitivas una vez que consigue hacer aquellas ocupaciones estratégicamente relevantes mejor o más económicamente que sus participantes. Todas las ocupaciones podría ser fuente de virtud competitiva, por sí sola o en conjunción con otras ocupaciones, de allí además el valor de los eslabones entre ocupaciones. (p. 257)

Para Ghemawat 1986 y Teece 1990, (como se citó en Castro, 2010) la virtud competitiva se halla en varias de las próximas 4 categorías: 1) la magnitud en un

mercado bien determinado; 2) la mejor introducción a los recursos básicos y/o los clientes; 3) las limitaciones asignadas a la actuación de los competidores; y 4) el beneficio de propiedades idiosincráticas de varios recursos y maneras organizativas. Por esa razón, conceptualizar, edificar y conservar la virtud competitiva se debería armonizar el estudio de la empresa con el progreso y valoración de los recursos que forman parte del interior de las organizaciones. (p. 257)

1.2.2.4 Micro y pequeñas empresas

Origen de la Mype

Según Ávila (como se citó en Salazar, 2018) las Mypes surgieron mediante Negocios pequeños que intentaban emerger, o destacarse en su ámbito económico, estaban formadas por equipos pequeños de trabajadores que estaban comprendidos entre uno a diez para microempresas y de once a cien trabajadores para pequeñas empresas, así como mano de obra independientes, intentando encontrar un papel como empresarios o pero como trabajadores para sobrevivir y salir de pobres. En ese sentido, los MYPES no han podido compensar las necesidades de los recursos humanos y empleadores debido a las prácticas ilícitas e injustas que violan los derechos de los trabajadores. (p. 37)

Definición de MYPE

Según REMYPE (como se citó en Yupanqui, 2020) indica que una micro y pequeña empresa es una unidad económica que incluye a una persona natural o jurídica, bajo cualquier representación en una organización de acuerdo con la ley aplicable, con el fin de desarrollar el comercio para el procesamiento, producción o venta de bienes o prestación de servicios. (p. 39)

1.2.2.5 D. Leg. No 1086, ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente.

En el Título 1, correspondiente a disposiciones en general en su Artículo 1 que explica el Objeto, menciona: El presente Decreto Legislativo tiene por objetivo el progreso de la micro y pequeña empresa para la expansión de su mercado interno y externo, como parte del proceso de promoción del empleo, integración social y formalización de la economía, para la progresiva colocación del empleo en condiciones de dignidad y suficiencia. En el “Artículo 3.- Propiedades de las MYPE: Las MYPE tienen que detallar las siguientes características: Microempresa de uno (1) a 10 trabajadores y ventas anuales hasta un valor mayor de 150 (UIT)”.

Pequeña Organización: de uno hasta 100 trabajadores y ventas anuales hasta un valor mayor de 1,700 UIT. En el caso de crecimiento, el costo mayor de ventas anuales señalado para la pequeña empresa va a ser definido por D. Supremo refrendado por el MEF cada (2) años el cual no va a ser menor al porcentaje acumulada PB/ nominal a lo largo del referido lapso. (Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, 2008)

1.2.2.6 Enfoques agregados en el fomento de la competitividad de las mypes.

Según Vargas & del Castillo (2008) señalan que las pequeñas y microempresas, más que nada las pequeñas, poseen enorme trascendencia en el aumento económico y la incubación de espacios de trabajo benéfico, con diversos beneficios para la riqueza de la zona, la eficiencia grupal del estructura empresarial económica y la sociedad generalmente, como se demostró extensamente en estudios

conducidos internacionalmente. En la situación del Perú, este estudio llega a importantes conclusiones. Sin embargo, la prueba que lleva a sugerir que las ventajas se mantienen en las empresas pequeñas, en particular en esos sectores fabriles, que alcancen un horizontes continuo de capacidad y ganancias en productividad. (p. 60)

1.2.2.7 Desarrollo de las mypes

Según Flores (como se citó en Domingo, 2011), sugiere que se va a estar frente al progreso de las MYPES, una vez que el estado promueva la innovación de la tecnología del sector empresarial de estas organizaciones y el desarrollo del mercado de servicios tecnológicos como recursos de soporte de un sistema nacional de innovación continua. El CONACYT –CONCYTEC- debe fomentar, articular y operativizar la indagación y novedad tecnológica en medio de las Universidades y Centros de Averiguación con esta clase de organizaciones.

El Estado debe incentivar la entrada de modelos en los mercados financieros y capitales, promoviendo la ampliación, solidez y separación de estos mercados. El Estado debe promover la consolidación de los establecimientos microfinancieras bajo la supervisión del Director General de Banca y Seguros. Esto debe ser promovido por el Estado, a través de la Corporación Financiera de Desarrollo COFIDE, promoviendo y articulando plenamente el financiamiento, diversificación, descentralización y ampliar el mercado para la prestación de servicios financieros y mercados de capitales en beneficio de estas organizaciones.

1.2.2.8 Factores de competitividad en el sector panadero

De acuerdo a Sierra, Romero, & Genes, (2019) teniendo como eje primordial a los componentes de competitividad, el desarrollo empresarial, propicia la

utilización e incorporación el desarrollo e unión de los nuevos adelantos en sus progresos productivos y comerciales, esto a partir de un ámbito más competitivo del mercado que logre decidir con precisión los componentes claves en la competitividad de las organizaciones panaderas del territorio, determinando los elementos que definan la función de la compañía para formular tácticas de venta y producción, con la coherencia que les permitan de forma duradera, una postura significativa en el mercado panadero del departamento. (p. 77).

a) Infraestructura

Para Castellanos, et al., (Como se citó en Sierra, Romero y Genes, 2019), la infraestructura para la competitividad del entorno empresarial debe apoyar el mejora del transporte y la creación de organizaciones hacia las cuales la política de la industria apunta a superar las barreras a la competencia, tener responsabilidades verificables derivadas de los programas de innovación relevantes, aumentar la producción a través de la concentración de clusters de producción integrados vertical y horizontalmente para la producción, conversión y venta de entornos del sector panadería. (p.77)

b) Ambiente tecnológico

Para Saavedra (como se citó en Sierra, Romero, & Genes, 2019) los entornos tecnológicos son nuevas tácticas de negocios que buscan satisfacer a los clientes de manera más fácil y efectiva con productos y servicios, para incrementar la productividad de manera sustentable, con capacidad y colaboración entre empresas que negocian con diversas organizaciones e instituciones con su entorno tecnológico, todos en un ambiente muy competitivo definido por la región, el mercado, cliente y en el marco de políticas definidas por empresas públicas y privadas. (p.78)

c) Recurso humano

Según Botero (como se citó en Sierra, Romero, & Genes, 2019) señala que los recursos humanos en cualquier proceso competitivo están vinculados a varios aspectos, como la calidad de las personas, que ha sido durante mucho tiempo el modelo de competitividad y el capital relacional que se puede medir con la longevidad para que este recurso coseche más valor a medida que crece. Teniendo en cuenta el tiempo de relación con los clientes, proveedores y accionistas. Para García y Blasco (2005), en diversas ocasiones, la gestión ha sido un factor clave para volverse competitivo en un entorno social, cultural y económico. (p.79)

d) Recursos técnicos

Según Pedraza y Velázquez (como se citó en Sierra, Romero, & Genes, 2019), comentar que los investigadores de educación superior necesitan considerar otras y más extensas formas de aprovechar los recursos técnicos, financieros, humanos y técnicos de los establecimientos en las que trabajan para que puedan apoyar de manera eficiente a las empresas que los necesitan para mejorar todos y cada uno de los aspectos administrativos. y procesos productivos del entorno empresarial. Las estrategias de recursos técnicos para la competitividad de la economía fluyen hacia la manejo de infraestructura de transporte, con base en métodos de planificación integral basados en ilustraciones técnicos para la toma de decisiones, en los esclarecimiento de lineamientos estratégicos de acomodo y reducción de riesgos ante catástrofes naturales, en el progreso de programas afines con apuestas fructíferas y sectoriales, en la introducción de nuevos y mejores mecanismos de financiamiento para el sector de la panadería. (p.80)

e) Recursos financieros

Pedraza y Velázquez (como se citó en Sierra, Romero, & Genes, 2019) señala que la transferencia de tecnología puede promover no solo el incremento y progreso económico de las organizaciones, sino también la ubicación de su establecimiento y apoyar a las universidades en su reconocimiento académico y científico y en la reproducción de capitales financieros; así como fortificar el vínculo universidad y empresa, facilitando la mercantilización de los resultados de la investigación y su proximidad a la población. (p. 81)

1.2.2.9 Definición competitividad

Porter (como se citó en Arboleda, 2016) destaca que la competitividad de una nación, está definitiva por la capacidad de su manufactura para transformar y aumentar su productividad. Pero la productividad y el crecimiento se ven afectados por la posición de la industria. La naturaleza de las relaciones entre empresas explicará la formación de clusters, relaciones que, a su vez, están ligadas a las cinco fuerzas desplegadas por el propio Porter (1985), conocidas como el “Diamante de la competitividad”, que impulsan la competencia de un sector industrial. Ellos son: competidores en el sector industrial, competidores potenciales, competidores de reemplazo, compradores y proveedores. De esta forma la competencia, en su sentido más amplio, podría denominarse “rivalidad amplificada” (p. 20)

Suñol (2006), a nivel nacional, la idea predominante es que se necesitan aumentos sostenibles de la inversión y la apertura comercial para que las empresas sean más competitivas. Analizar el concepto de competitividad desde el punto de vista de diferentes autores nos permitirá comprobar que el concepto de

competitividad es mucho más exquisito de lo que frecuentemente se piensa y para ello lograr una competitividad genuinamente sustentable en el horizonte de tiempo tiempo, requiere la implementación de numerosas políticas que hayan superado las barreras existentes para lograrlo.

En ese sentido es trascendental percibir el concepto de competitividad en todas sus extensiones, ya que es significativo aborda los inconvenientes que surgen del origen de los componentes obligatorios para que los procesos de desarrollo o al menos el crecimiento de las economías subdesarrolladas en algunos sectores sean sostenibles. Si bien la teoría de la competitividad sistematizada por Michael Porter (1990) no pretendía investigar las situaciones internas de sub desarrollo, lo que nos admite analizar estas condiciones y recomendar estrategias para superarlas. (p.180)

Para Araoz (como se citó en Ubfal, 2004) señala que:

“La competitividad es el resultado del entretrejido de una serie de factores económicos, geográficos, sociales y políticos que conforman la base estructural del desarrollo de una nación.” Araoz (1998). (p.5)

Asimismo, para Perez (2008) señala que: “es la capacidad de una organización de cualquier tipo para desplegar y mantener superioridades comparativas que le permitan complacerse y mantener una posición destacada en el entorno socioeconómico en el que opera”. Las ventajas comparativas son aquellas habilidades, recursos, conocimientos, características, etc. etc... que posee una firma de las que carecen sus competidores y que le permiten obtener retornos mucho más altos que ellos. (párr.2).

Para Beltrán, et al. 2004 (como se citó en Melgarejo, Vera, & Mora, 2013) la competitividad de un país es el nivel con que puede producir en situaciones de libre mercado, Bs y Ss que superan la prueba de los mercados mundiales y, al mismo tiempo, aumentan los ingresos reales de los habitantes. La competitividad a nivel nacional se basa en comportamientos superiores a la productividad. (p. 188). Según Montoya et al. (2010) la competitividad es el componente principal del desarrollo tanto de empresas como de sectores y países. No existe consenso en que no se ha podido establecer una única definición de competitividad, lo que se halla es que este es un concepto integral que involucra a los niveles micro, meta y meso.

1.2.2.10 Dimensiones de competitividad

a) Formalización Empresarial

Según la (Organización Internacional del Trabajo, OIT, 2017) donde afirma que la formalización es un proceso que siguen las organizaciones para ingresar al mercado económico formal, que involucra diversos aspectos como: registro y autorización por parte de los gobiernos nacional, provincial y municipal; acceso a la seguridad social para empleadores y sus empleados; Cumplir con el ordenamiento jurídico aplicable, particularmente en materia tributaria, social y laboral. (párr. 1)

¿Por qué promueve la OIT la formalización de las empresas?

La OIT (2017) menciona que el objetivo final de la iniciativa de formalización de empresas es crear más puestos de trabajo, disminuir la pobreza y desterrar la marginación de los más necesitados a la grave escasez de trabajo decente en la economía informal, incluidas, entre otras, las mujeres, los jóvenes, los inmigrantes y los ancianos. . . , Pueblos Indígenas y Pueblos Indígenas, VIH / SIDA y personas

con discapacidades, gobiernos y personas que viven o afectadas por la sociedad - es la formulación de pequeñas y medianas empresas (PyMEs) estrechamente relacionada con condiciones comerciales favorables, crecimiento económico y mejor trabajo. Lo mismo ocurre con las condiciones y el aumento de los ingresos fiscales forzosos para suministrar Bs y Ss públicos. Las empresas que están formalizadas se favorecen del proceso de formalización ya que reducen la competencia desleal a través de negocios informales: Las empresas que se encuentran en el ámbito formal acceden a créditos financieros, servicios y tecnología para hacer crecer sus negocios y están sujetas a menos sanciones del por parte del gobierno. Asimismo, pueden participar en concursos públicos abiertas o actuar como vendedores (proveedores) o distribuidores de grandes corporaciones. (párr. 23)

b) Acceso al financiamiento

En Poverty Alleviation Innovations (IPA, 2016), explica cómo el acceso a los créditos financieros es fundamental para el progreso de las pymes. En ese sentido estos servicios permiten a los emprendedores renovar, mejorar la eficiencia, ingresar a nuevos mercados y crear más y nuevos empleos. Por lo tanto, la mayoría de las Pymes de los países en progreso no obtienen la financiación que necesitan para lograr su potencial. Financiar a pequeñas empresas en estos países puede ser estricto y costoso para las financieras, lo que genera déficits crediticios de alrededor de \$ 1 billón (IFC, 2011). La brecha crediticia, las instituciones financieras, los gobiernos y los donantes han tenido que invertir en una variedad de programas y políticas diseñadas para proporcionar los fondos que las pequeñas empresas necesitan para crecer e innovar. Sin embargo, la eficacia de estos programas para

eliminar las barreras a la financiación de las PYME no se ha evaluado por completo.
(párr. 1-2)

c) **Asociatividad empresarial**

Según Matthews (2014), la asociación empresarial se refiere a la colaboración de empresa a empresa para mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de los empleados del sector público y proteger los intereses de la industria en el contexto de las políticas gubernamentales.

Condiciones básicas para la asociatividad

Para crear y mantener una asociatividad empresarial, se deben desempeñar las siguientes situaciones:

Confianza: La individualidad y no tener confianza de manera natural, a menudo resultan ser los obstáculos difíciles de superar en los esfuerzos de asociación en ese sentido, en el Perú donde se concreta incluso el convenio de participación y se formaliza, pero se echa abajo en cuanto alguno de los colaboradores negocia fuera sin tener respeto al acuerdo. Lastimosamente, es muy común en la nación que no se exprese claramente un "no". En consecuencia, el colaborador acepta "la mitad" y luego hace la crítica a su propia decisión o el resto. Respecto a la precisión de metas y objetivos: Es muy significativo ser lo más específico posible para definir lo que se perseguirá con esta alianza estratégica. Las cifras son fundamentales: vencimientos, participaciones de cuota de mercado, ventas proyectadas, etc. Por lo tanto, considerando como modelo, los razonamientos de elección de los mercados objetivos deben ser claros y específicos y no deben basarse en percepciones o información parcial que pueda distorsionar los fallos.

Compromiso: una vez que el contrato está en vigor, es imperativo que todas las partes involucradas asuman los compromisos acordados independientemente de los

cambios en el entorno. Salvo en cuestión de fuerza mayor, como guerra o catástrofes naturales, las partes deben interiorizar al cien por ciento la importancia de la obligación asumida.

Definición de roles: Cuando se trabaja en equipo y se comprende que todos orientan en la misma trayectoria, es importante que los compromisos de cada integrante estén completamente definidos: fabricación agrícola, provisión y selección, proceso industrial, mercadeo interno y exportación.

Condiciones de membresía: La alianza puede estar conformada por un grupo y no se acepta a ningún miembro subsiguientemente, otra forma es que el perfil de cada nuevo miembro, el cual se define con precisión e indica cada una de las circunstancias a efectuar.

Liderazgo de gestión: El que asume la gestión de la alianza estratégica debe estar capacitado profesionalmente y tener una vasta práctica en estas actividades, preferiblemente en nuestro país - al menos en parte - Esta tarea no es asignada por el responsable de la alianza, por lazos familiares u otros criterios no preferentemente técnicos o profesionales, nunca funcionan bien los domicilios rotativos.

“Penalidades y Sanciones: Es necesario ser específico al definir los contextos de incumplimiento por parte de cualquiera de las partes, preverlas y determinar de antemano de qué manera serán sancionadas. En ese sentido se realiza el estudio de trazabilidad y se establece que el fabricante A fue quien suministró el lote con errores. Por lo que todos son mutuamente responsables de la pérdida. Tales situaciones deben ser anticipadas y las penas adecuadas determinadas en cada caso.

Contrato integral: Lo anterior, con los apéndices obligatorios, debe incorporarse en un tratado que tenga en cuenta todos los términos del acuerdo, incluida su validez y resolución de disputas”. (pp.4-5)

Ventajas de la asociatividad empresarial

Según Mathews (2014) expresa que siempre existirá el siguiente dilema: opero solo o trato de aliarme con otros, para elegir el segundo camino hay que estar decididamente convencido de las ventajas que esa alianza trae para la organización son:

Complementación de capacidades: Los colaboradores en la alianza esencialmente no son los mismos, por lo general poseen diferentes fortalezas y habilidades por lo tanto logran complementarse y reforzarse entre sí, para que una alianza posea sentido, la lógica debe ser que $1+1$ es mayor que 2. Economías de escala: Por ejemplo, los insumos se pueden comprar colectivamente, lo que conduce a costos más bajos, lo que representa una ventaja notable para todos los participantes.

Poder de negociación: No hay duda de que se refuerza la capacidad de negociación con proveedores (materias primas, recursos operativos), proveedores de servicios (ejemplo, clientes y finanzas, precios, condiciones de pago, plazos, etc.).

Oportunidad de marca: Implica posicionar una marca en una nación y aun más todavía en los mercados mundiales suele estar asociado a elevados costes. Se requieren inversiones en el mix de promoción: publicidad, promociones de negocios, venta de manera personal y relaciones mutuamente beneficiosas entre organizaciones del estado. Estos costos pueden ser compartidos entre los individuos de la alianza, lo que les permite posicionar su propia marca que hace el negocio más sustentable.

Menos intermediarios: Si bien en muchos casos hay intermediarios que son difíciles de eliminar de la cadena, siempre hay la posibilidad de eludir uno o más eslabones apoyados por una alianza estratégica. (p. 6)

Modelos de asociatividad

De acuerdo con Mathews (2014) existen otras tipologías o modelos de asociatividad empresarial.

- 1. Franquicia:** con la creciente internacionalización de los mercados, ya no es de sorprender conseguir a un centro comercial o negocio en Perú y percatar que tienen una conformación, un entorno, mercaderías y marcas que son similares a nosotros los cuales también se puede localizar en países como Colombia, España o Taiwán. La franquicia se sustenta en ese principio y se ha convertido en una mega tendencia a escala internacional. Así, por franquicia se entiende como un prototipo de comercio, mediante el cual una organización que ha tenido prosperidad en un puesto determinada – “franquiciador”- otorga a otro - franquiciador - el derecho a emplear su marca y el know-how de su comercio o negocio frente a un pago original más uno porcentaje de transferencias de regalías.
- 2. Consorcios:** si uno más uno es más que 2: La asociación se define como la composición de elementos que, como consecuencia, nos brindan más que la simple adición de estos, en las actividades comerciales este concepto se convierte en estrategias de extensión de competitividad correspondientes a las asociaciones.
- 3. Joint Venture, como una alternativa para crecer:** la iniciación comercial y la progresiva competencia resultante, obliga a las compañías a repensar su negocio y reinventarse habitualmente. Algunas se esfuerzan por desarrollarse más y crecer paso a paso de acuerdo con sus posibilidades individuales, otras están abiertas a actividades más estratégicas consideradas como alianzas.
- 4. Subcontratación, oportunidad para MYPE:** si desarticulamos un computador Hewlett Packard (HP), hay la posibilidad de encontrar que fue diseñada en Canadá, que otro fragmento fue fabricado en Taiwán, otra en Singapur,

ensamblada y comprada en México. De eso se trata la subcontratación u outsourcing: encontrar el experto para cada espacio de la organización y así perfeccionar el producto o servicio final brindado. En otras palabras, el outsourcing es el proceso económico por la cual la empresa asigna resueltamente recursos a una empresa externa a través de un contrato y, en algunos casos, incluso para sobrevivir, para realizar determinadas tareas que no forman parte de las competencias básicas de la organización. (pp. 8-13)

d) Exportación

De acuerdo con Garcia & Avila (2010) donde define:

Como la comercialización de bienes elaborados en un territorio para residentes de otro Hill (2007), de esa manera sea visto por los empresarios como una promesa de aumentar las oportunidades y sus ingresos mediante el descubrimiento de mercados externos y probabilidad de participar en más de una industria. (p.5)

Según Montes (2015) define de la siguiente manera:

Las exportaciones son todos bienes y servicios vendidos a un país en territorio extranjero para su uso. Unidos con las importaciones, constituyen una herramienta esencial de las cuentas nacionales. (párr. 1)

Galindo & Viridiana (2015), señalan que las exportaciones son la comercialización, intercambio u obsequio de productos y servicios de los habitantes de un territorio a no residentes; es un traspaso de propiedad entre pobladores de distintos territorios. El vendedor (*residente*) es denominado exportador y el cliente (no residente) importador. El cálculo de las envíos o exportaciones se contabiliza

por medio de la comercialización de Bs elaborados en el territorio residente más la comercialización de productos que formaron parte de cualquier proceso benéfico desarrollado por residentes, así como los Ss de transporte y seguros que hacen los residentes en las actividades comerciales de importación (INEGI, 2011, p.2)

De acuerdo con la Sociedad Nacional de Industrias (SIN, 2018) las exportaciones entre los meses de (enero y junio) del 2018 de productos de panadería, pastelería, galletería y otros semejantes se incrementaron y que a esa fecha sumaron US\$ 39,1 millones, cifras similares que fueron registradas en el mismo periodo del año 2017.

El registro añade que la oferta exportadora de la industria panadera que se dedicada a la preparación de productos de esa línea, concentran el 90% de la cantidad total exportado, dentro de esos productos tradicionales se hallan galletas saladas, dulces y aromatizadas, que son producidos por importantes organizaciones y que tienen una posición importante en el mercado exterior.

1.3 Definición de términos básicos.

1. Administrar

Se refiere al ejercicio de un control, comando de algo específico. En el campo económico, la gestión se refiere a la organización, dirección y control de todos los que pertenecen a una organización, con el fin de lograr los objetivos propuestos. Esta diligencia puede ser dirigida por una persona o grupo de personas que serán responsables de conservar el orden de una empresa, pequeña empresa e incluso una nación. (Conceptodefinicion.de, Redacción, 2021, párr. 1)

2. Ambiente de control

Este componente aborda cuestiones relacionadas con el control interno, gobierno corporativo, sistemas de gestión y auditoría interna y externa, centrándose en el alcance de cada entidad. Control interno operacional. (SIB, 2021)

3. Competitividad

Se entiende por competitividad a la capacidad de un individuo o persona para desarrollar ventajas competitivas a través de en relación con sus competidores. De esa manera obtienen una posición destacada en su entorno. (Roldán, 2016)

4. Desarrollo

Es el crecimiento, aumento, reforzamiento, avance, o evolución de algo. En este aspecto se designa la acción y efecto de desarrollar o desarrollarse. Dicho concepto hace referencia a un proceso en desenvolvimiento, ya sea, que se trate de un asunto de orden físico, moral o intelectual, por lo cual puede aplicar a una tarea, a una persona, a una sociedad, a un país o cualquier otra cosa. (Significados.com,2021,párr.1)

5. Dirección

Es la acción y efecto de dirigir, llevar algo a un lugar determinado, guiar, dirigir operaciones a un fin, gobernar, suministrar reglas, sugerir. Este concepto procede de la palabra latina directio. (Pérez & Gardey, 2021)

6. Efectividad

Es la capacidad de conseguir el efecto deseado. Por tanto, quien es eficaz obtiene el efecto deseado. Por ejemplo: “LeBron James fue muy efectivo en el juego anoche: hizo veinte tiros y acertó dieciocho”, “El ejército ha incorporado nueva tecnología para aumentar la efectividad de sus misiles”, “El sistema penitenciario de nuestro país es ineficiente porque no conduce a la reinserción social de los

delincuentes”. (Pérez Porto & Gardey, 2021)

7. Gestión empresarial

Se refiere a los esfuerzos y acciones que orientan a mejorar la productividad y la competitividad de los negocios. La optimización en la gestión de una empresa no pretende sólo hacer las cosas mejor; sino hacerlas correctas. En ese sentido, es necesario identificar los factores que influyen en el éxito de la gestión. (Condori, 2017)

8. Micro y pequeña empresa (MyPE)

Una microempresa es una pequeña empresa, su definición varía de un país a otro, aunque, en general, se puede decir que una microempresa tiene un máximo de diez empleados y una facturación limitada. Asimismo, el propietario de la microempresa tiende a trabajar allí. (Pérez & Merino, 2021)

9. Organización

Es un sistema orientado a lograr ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden a su vez, consistir en otros subsistemas relacionados, que realizan funciones específicas. Es decir, una organización es un grupo social desarrollado por individuos, tareas y gestión que interactúan dentro de una organización sistemática para lograr sus objetivos. (Pérez & Merino, 2008).

10. Planeación

La planificación o planeación es una acción relacionada con la planificación. Este verbo, por su parte, consiste en desarrollar un plan. Pérez & Gardey (2012).

11. Competitividad

Según el diccionario Oxford de Economía, la competitividad, es la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios. (Romo & Abdel 2005, p. 200).

12. Exportación

Exportación se refiere a la actividad comercial mediante la cual un producto o servicio se vende en el exterior, es decir, en uno o más territorios; tal exportación es más bien una actividad comercial legal, que un territorio realiza con otro, que tiene como objetivo precisamente, ya sea utilizar, o consumir, cualquier producto o servicio creado en el otro país. (Castro, 2020, p. 7)

13. Panadería

El lugar donde se produce y / o comercializa el pan se llama panadería. El término también designa la profesión de la persona involucrada en el desarrollo de este producto. (Pérez & Gardey, 2020)

14. Pyme

La legislación peruana define las PYME (pequeñas y microempresas), como: "... la unidad económica que consiste en una persona física o jurídica, en una forma de organización o gestión de las empresas previstas por la legislación vigente, cuyo objetivo es desarrollar extracción, procesamiento, producción, comercialización de bienes o suministro de servicios (...)" (Arbulú & Otoyá, 2007)

CAPITULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.1. HIPÓTESIS GENERAL

La gestión empresarial, se relaciona significativamente con la competitividad en las mypes del sector panadería en el di Distrito de Rupa Rupa.

2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- “La planeación se relaciona de manera significativa con la competitividad en las mypes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa”
- “La organización se correlaciona de manera significativa con la competitividad en las mypes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa”
- “La dirección se correlaciona de manera significativa con la competitividad en las mypes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa”
- “El control se relaciona de manera significativa con la competitividad en las mypes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa”

2.3. Matriz de consistencia.

Tabla 1

Matriz de consistencia: “Gestión Empresarial y competitividad en las Pymes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	Metodología
General	General	General	Independiente	VI	VI	
¿De qué manera se relaciona la gestión empresarial y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa?	Determinar la relación de gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.	La gestión empresarial se relaciona de manera significativa con la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.	Gestión empresarial (X)	Planeación	Planificación de metas	Tipo de investigación: aplicada, descriptiva correlacional. Diseño No experimental transeccional o transversal. Población y muestra: La población en estudio estará conformada por 20 panaderías.
					Planificación de objetivos	
					Planificación de estrategias	
				Organización	Planificación de planes	
					Organización de su estructura	
					Organización del uso de recursos materiales	
				Control	Organización con principios universales	
					Organización de los recursos humanos	
					Control de operaciones.	
				Dirección	Control programado y medidas eficaces	
					Control de las acciones y adquisiciones	
					Acciones, mecanismos y el autocontrol	
					Actividades de motivación del personal	
Actividades de desarrollo de comunicación.						
Actividades de Liderazgo.						
Actividades de dirección por objetivos						
Problemas Secundarios	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Dependiente	V.D	VD	
¿De qué manera se relaciona la planeación y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa?	Determinar la relación de la planeación y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.	La planeación se relaciona significativamente con la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa	Competitividad de la Mypes(Y)	Formalización empresarial	Beneficios	Técnica de recolección de datos: Encuesta. Instrumento: Cuestionario con la escala tipo Likert Para la confiabilidad del instrumento se utilizó el alfa de Cronbach procesado en el software SPSS V.23 y Excel. Para la prueba de hipótesis se aplicó el Rho Spearman
¿De qué manera se relaciona la organización y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa?	Determinar la relación de la organización y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.	La organización se relaciona significativamente con la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.			Ventaja	
¿De qué manera se relaciona la dirección y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa?	Determinar la relación de la dirección y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.	La dirección se relaciona significativamente con la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.		Acceso al financiamiento	Atributos	
					Fuente de financiamiento	
¿De qué manera se relaciona el control y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa?	Determinar la relación que existe entre el control y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.	El control se relaciona significativamente con la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.	Asociatividad empresarial	Ámbito		
				Tipo de financiamiento		
				Requisito		
				Beneficio		
				Modelo		
				Causa y fracaso		
				Factor de éxito		
				Beneficio		
				Componente de exportación		
				Estrategia de desarrollo de mercado		
				Ventaja de la exportación		
				Modalidad de exportación		

2.4. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables, dimensiones

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSION	METODOLOGÍA	ITEMS
GESTIÓN EMPRESARIAL (X)	La gestión empresarial es el conjunto de actividades empresariales que realiza una persona especializada, que además debe tener la capacidad de organizar, controlar y liderar un grupo de personas, con el fin de alcanzar los objetivos que la organización busca. (Ntx Pro, 2019)	Planificación	Cuestionario	1,2
		Organización	(Escala de Likert)	3,4
		Dirección		5,6
		Control		7,8,9
COMPETITIVIDAD (Y)	La competitividad es la capacidad de una empresa o un país para lograr rentabilidad en el mercado en relación con sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad) y la productividad con otros proveedores del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país (Anzil, 2008)	Formalización empresarial	Cuestionario	10,11,12
		Acceso al financiamiento	(Escala de Likert)	13,14
		Asociatividad empresarial		15
		Exportaciones		16

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo y nivel de investigación

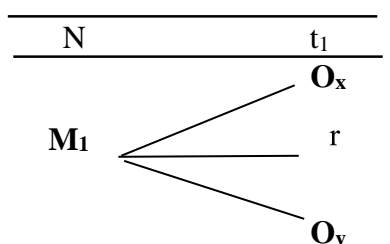
Según las particularidades y su naturaleza del análisis, dicho estudio es considerada como tipo de investigación aplicada. Tomando como referencia la naturaleza de las variables, esta fue una investigación es de nivel correlacional; por cuanto se explica “la relación de la gestión empresarial y la competitividad en las MYPES del sector panadería”

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación que se realiza, es sin la manipulación de manera deliberada a las variables. Es decir, son investigaciones o estudios en los cuales no sufren alteraciones de manera intencional en la variable independiente que son objeto de estudio para el efecto sobre otras variables. Por lo tanto, lo que se hace en la investigación NO experimental, es observar los fenómenos tal como se presentan en su estado natural. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 184)

Tabla 3

Diseño del estudio de investigación



Nota: La tabla muestra el diseño de la investigación.

Leyenda:

M1 = Muestra (panaderías de Rupa Rupa)

Ox = Gestión empresarial.

Oy = Competitividad en as mypes

r = Relación

3.3 Población y Muestra**3.3.1. Población**

La población o universo se define como un conjunto de componentes que se desean estudiar. La población en una investigación, se define arbitrariamente en función a sus propiedades particulares. (Hernández, 2001, p.127). En ese contexto, la población para el estudio, estuvo conformada los dueños o propietarios de la MYPES del rubro panaderías que suman 20 establecimientos. Dicha información fue proporcionada por la cámara de comercio de la Provincia de Leoncio Prado.

3.3.2. Muestra

Al ser pequeño la población, se consideró como la muestra, a las 20 MYPES del sector panadería, que fueron proporcionados por la cámara de comercio de la ciudad de Tingo María, Leoncio Prado, Huánuco, que representan el 100% de la población que fue estudiada, por lo que la muestra fue denominado muestra censal.

3.4 Técnicas de recolección de datos

La técnica utilizada para recoger los datos sobre las variables de GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD DE MYPES EN EL SECTOR DE LA PANADERÍA, fue la encuesta con los procedimientos relacionados. La recolección de datos se realizó en cada una de las panaderías del distrito de Rupa Rupa. En ese sentido se capacitó a los entrevistadores y se coordinó con los dueños de cada negocio para

solicitar el permiso, luego se entregaron los cuestionarios, y se dieron las instrucciones para completarlos y finalmente se verificó la calidad de las respuestas.

La encuesta tenía una escala de calificación que iba desde nunca (1) hasta siempre (5)

3.5. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.5.1. Estadística descriptiva

Para dicho estudio, se utilizó la estadística descriptiva; el objetivo fue recolectar y analizar un conjunto de datos (por ejemplo, el sexo, el año de estudio, si posee un emprendimiento, etc.) de la muestra con el propósito de representar a las variadas y sus características de ese grupo. Por consiguiente, se estableció el conteo de frecuencia e histogramas para la construcción de tablas y gráficos para un análisis más enriquecedor.

3.5.2. Estadística Inferencial

Hernández, Fernandez & Baptista (1997) señalan, que hay 2 tipos de estudio que se pueden ejecutar: Pruebas paramétricas y no paramétricas cada tipo tiene sus propias características y supuestos de apoyo, y la elección del investigador de qué tipo de análisis realizar depende de estos supuestos.

Asi mismo, se aplico la estadistica inferencial con la finalidad de demostrar las relaciones entre la variable independiente e dependiente.

Segun Sampieri, Collado, y Lucio (2010) indican que, para analizar la relacion entre la variable X, Y se puede desarrollar a traves del factor de correlación Rho de Spearman para datos no normarles en un nivel ordinal y el factor de correspondencia de Pearson para los normales y por intervalos o de razón. En base a ello, en la investigacion se utilizo la estadistica inferencial no parametrica, mediante la prueba

de CORRELACIÓN RHO DE SPEARMAN (r_s) para establecer la correspondencia de las variables dependiente e independiente. Asimismo, se utilizó el Alfa de Cronbach para el análisis de confiabilidad del instrumento.

fórmula de Rho de Spearman:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - 1}$$

3.5.3. Procedimientos.

Fiabilidad del cuestionario

La confianza de un instrumento de medición, hace referencia al grado en que su aplicabilidad reiterada a la misma persona u objeto, provoca los mismos resultados. Para hallar la confiabilidad del instrumento para la presente tesis, se analizó midiendo el índice de seguridad interna a través el estadístico ALFA DE CRONBACH.

Tabla 5

Alfa de Cronbach: Coeficiente para medir fiabilidad

Variables	Alfa de Cronbach	Ítems	n
Gestión Empresarial	0.893	16	10
Competitividad	0.787	16	10

Nota: La tabla muestra los coeficientes de fiabilidad analizado a través del Alfa de Cronbach. Noviembre del 2019.

El Alfa de Cronbach, se determinó tomando como una muestra piloto de 10 encuestados para determinar el nivel de consistencia interna, en ese sentido los resultados arrojaron una calificación como bueno (Gestión empresarial > 0.81; Competitividad > 0.78); ya que fue mayor a (0.80)

considerado para investigaciones de carácter social.

Validez del instrumento

Antes de recoger los datos, se ejecutó la validez del cuestionario mediante la técnica de JUICIO DE EXPERTOS, conformado por 3 docentes de la especialidad. En este sentido, la valoración emitidos por los referidos profesionales, arrojó una media global de 89,30. En este sentido podemos decir que los ítems propuestos, tuvieron consistencia en las variables que fueron objeto de estudio. Tabla 6.

Tabla 6.

Validación del Instrumento de Medición de Variables por juicio de expertos

ITEM	Criterios de evaluación	PUNTAJES DE LOS EXPERTOS		
		1	2	3
1	Los ítems están redactados de forma clara	90	90	70
2	Los ítems permiten evaluar conductas	95	85	75
3	Las preguntas presentan consistencia con el Marco Teórico	95	95	85
4	Existe relación en la composición de preguntas, indicadores, dimensiones y variables.	95	90	90
5	El número de preguntas es suficiente por cada indicador	90	95	95
6	El instrumento es útil para el método propuesto	95	95	75
7	La clasificación de preguntas tiene una sucesión lógica	95	85	95
Promedio parcial		93.6	90.7	83.6
Promedio Total		89.3		

Nota: La tabla muestra la matriz de valoración de indicadores del instrumento.

Procedimiento de la diligencia de la encuesta

- **Diligencia del instrumento:** El instrumento se empleó utilizando la técnica de la encuesta a todos los directores y/o encargados de las mypes del sector panadería que se encontraba al momento de la encuesta en las fechas programadas que fueron los días: lunes 18, martes 19 y miércoles 20 de noviembre del año 2019.
- **Tabulación de datos.** Se utilizó Microsoft Excel, con lo cual se elaboró una base de datos recolectada, cuya escala de puntaje fue con un intervalo de uno a cinco (1-5), lo que configuró la base de datos para su tratamiento.
- **Prueba estadística:** El estudio se realizó mediante el Software SPSS v.25, en la que se ingresaron todos los datos a procesar, con el fin de cumplir con las hipótesis formuladas, para lo cual se utilizó la prueba estadística no paramétrica del Rho Spearman.
- **Redacción de la tesis:** Para el desarrollo de redacción del informe final de tesis, se ha examinado en primer lugar, la guía del trabajo de investigación propuesto y aprobado por la Escuela Profesional de Administración (EPA) de la Universidad Nacional Agraria de la Selva (UNAS) 2019, en concordancia con el protocolo APA.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

4.1. Características de la muestra

El estudio se llevó a cabo en el Distrito de Rupa Rupa (ciudad de Tingo María). En el cual se trabajó con el total de la muestra que fue ($N=n=20$) denominada muestra censal y que representa el número de encuestados que fueron considerados para el análisis de edad, género y grado de instrucción.

4.1.1. Análisis de la muestra

En la tabla 7 se puede observar que el mayor porcentaje se encuentra entre las edades que son mayores a los 51 años, lo que representa el 50%, seguidos de las edades de 36 a 45 años, lo que representa el 25%. El menor porcentaje se encuentra entre las edades de 46 años a 50 años, lo que representan el 5% del total.

Tabla 7

Edad de los jefes de los establecimientos (panaderías)

Años	Frecuencia	Porcentaje
26 a 35	4	20.0
36 a 45	5	25.0
46 a 50	1	5.0
51 a más	10	50.0
TOTAL	20	100

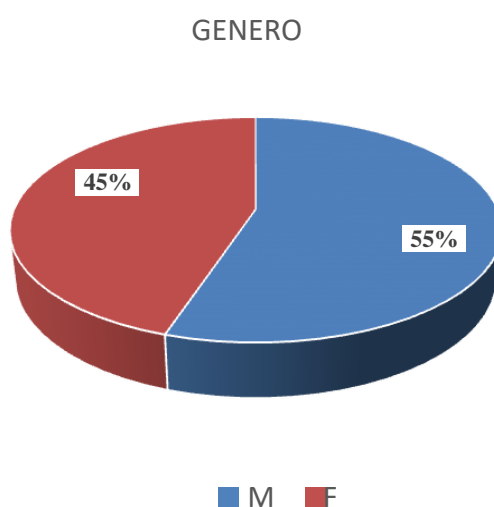
Fuente: Encuesta realizada en las MYPES del sector panadería, noviembre del 2019.

4.1.2. Análisis de la muestra según género

Del estudio realizado, conseguimos que el 55% de los encuestados son del sexo masculino y un 45% corresponden a el sexo femenino, lo que demuestra también que las mujeres tienen un espacio importante en la conducción de las pymes de este sector panadería, tal como se muestra en la figura 1.

Figura 1

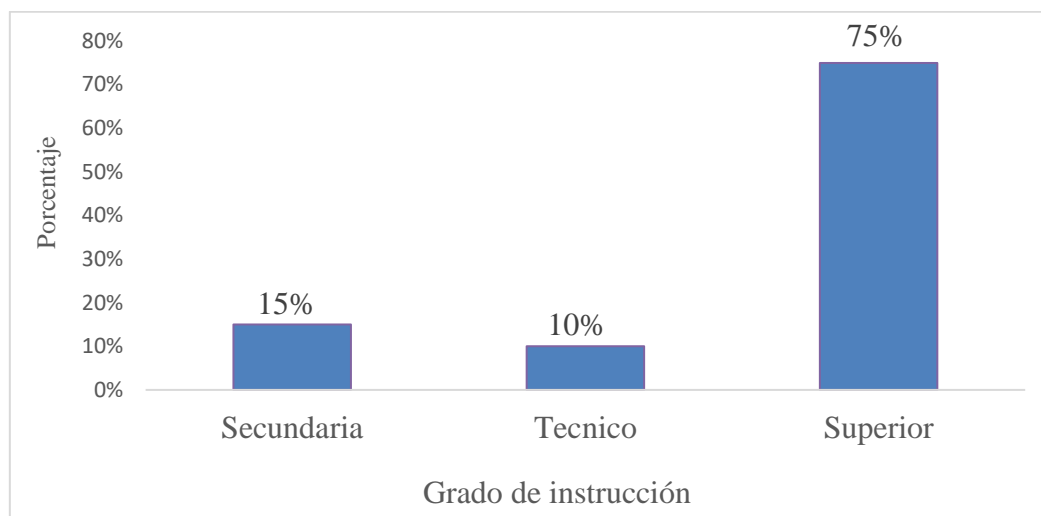
Genero del responsable de las panaderías



Fuente: Encuesta realizada en las Mypes del sector panadería, noviembre del 2,019.

4.1.3. Análisis de la muestra según grado de instrucción

De acuerdo al análisis, el 75% de los que respondieron, tienen estudios superiores, mientras que el 15% de los mismos respondieron que solo tienen estudios secundarios y un 10% contestaron que alcanzaron estudios técnicos. Lo que demuestra que la mayoría de los responsables de las panaderías, tienen estudios superiores, lo cual les permite tener conocimiento y tomar las mejores decisiones que vayan en favor de la organización, como se muestra en la figura 2.

Figura 2*Grado de instrucción (n=20)*

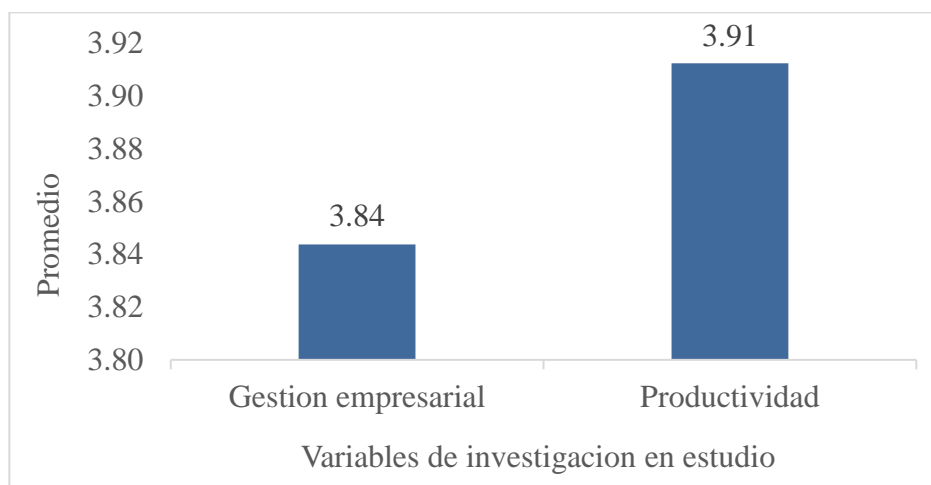
Nota: La figura muestra el grado de instrucción. Fuente: Encuesta realizada en las Mypes del sector panadería de la Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

4.2. ANALISIS DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

En la figura 3, podemos observar que la competitividad, obtuvo un promedio de ($X= 3.91$), lo cual se considera que dicha variable es la más valorada entre los encuestados, admitiendo que los directivos consideran que la formalización empresarial, el acceso al financiamiento, la asociatividad empresarial y las exportaciones, son más importantes para ser competitivos, por otro lado se refleja una menor calificación de la gestión empresarial que en promedio fue: ($X= 3.84$), esto demuestra que la “planeación, organización, dirección y el control”, son componentes que según la evaluación de los indicadores, consideran que se da casi siempre también.

Figura 3

Variables de investigación realizado a las Mypes del sector panadería



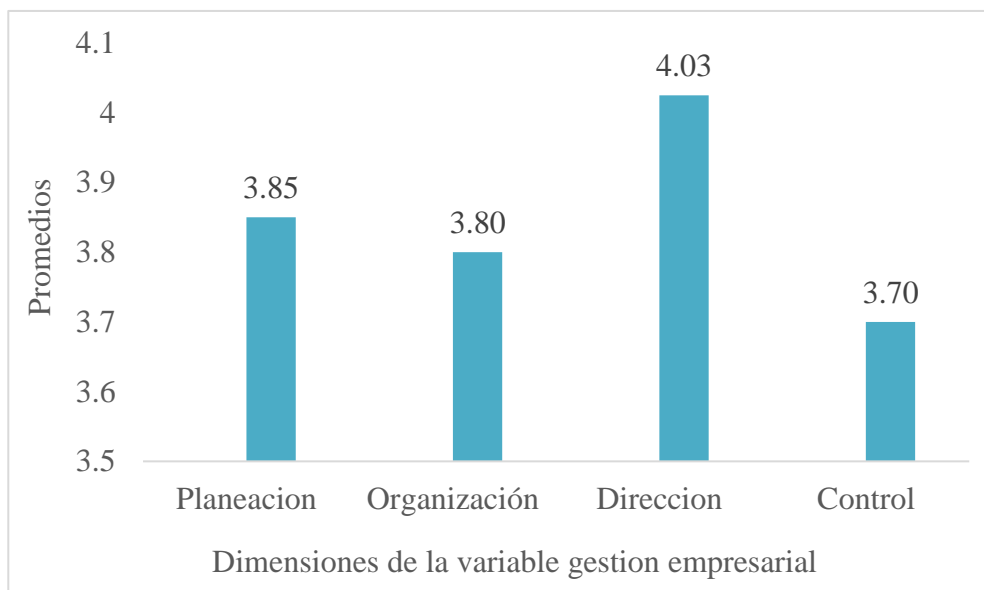
Fuente: Encuesta en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

4.2.1. Estudio de las Dimensiones de la Variable Independiente: Gestión Empresarial

En la figura 4 podemos observar que de las cuatro dimensiones evaluadas por los directivos y administradores de las mypes del sector panadería, el que tuvo mayor valoración fue la dimensión dirección con un promedio de ($X=4.03$), seguido de la dimensión planeación que obtuvo un promedio de 3.85, mientras que el componente organización obtuvo un promedio de 3.80 y finalmente la dimensión control fue calificado con un promedio menor de 3.70 de 5 puntos. Como se puede apreciar, los encuestados respondieron que casi siempre utilizan las TICs para el desarrollo de sus comunicaciones, casi siempre están motivando a sus trabajadores y con un liderazgo que les permite alcanzar sus objetivos casi siempre.

Figura 4

Dimensiones de la variable independiente gestión empresarial



Fuente: Encuesta de las MYPES del sector panadería de la Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

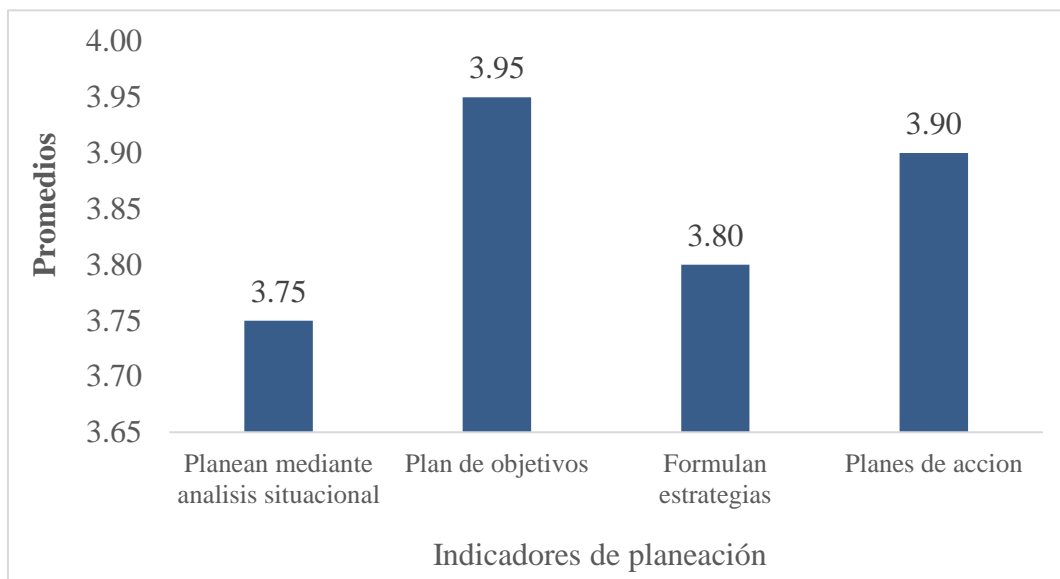
4.2.2 Evaluación de indicadores de la dimensión Planeación: Gestión Empresarial

(V.I)

Para esta dimensión de considero cuatro enunciados, de la cuales los que tuvieron una mejor calificación fueron las preguntas: Si planean los objetivos establecidos por la empresa con un promedio de $X=3.95$ y si la panadería cuenta con técnicas de acción para sus actividades, con un promedio de $X=3.90$, esto quiere decir que los encuestados realizan una planeación de sus objetivos establecidas en la organización y afirma que cuentan con un plan de acción, las cuales consideraron que lo hacen siempre y casi siempre. Asimismo, cuando se les pregunto si la empresa formula estrategias para la ejecución de un plan, los encuestados valoraron en tercer lugar con una calificación promedio de $X=3.80$. Mientras que el que tuvo una menor valoración fue la pregunta si realizan una planificación mediante un análisis situacional con un promedio de $X=3.75$, considerando que lo realizan casi siempre, pero con un menor porcentaje.

Figura 5

Análisis de los indicadores que corresponden a de la dimensión planeación



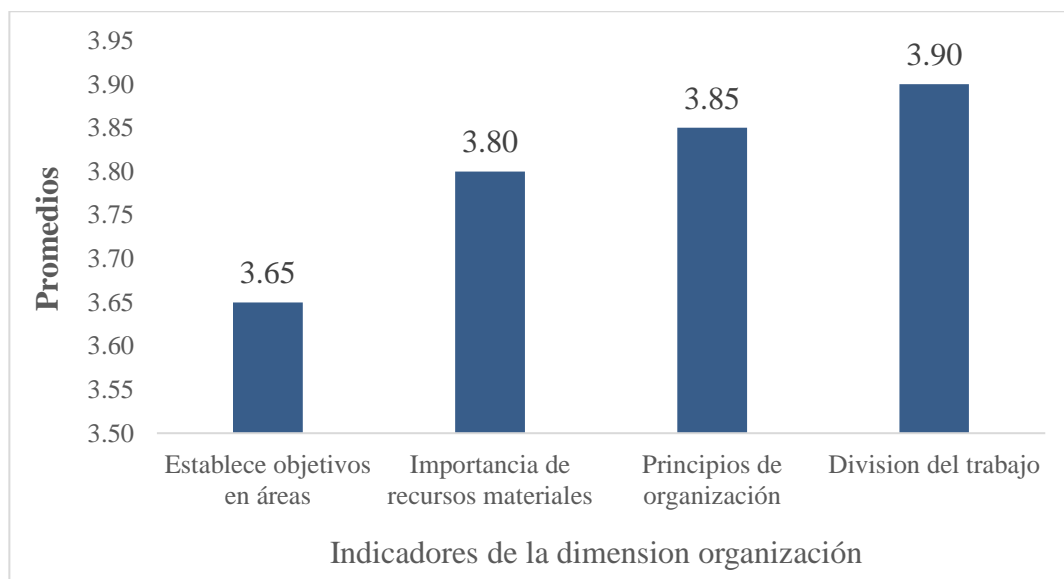
Fuente: Encuesta en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

4.2.3 Análisis de indicadores de la dimensión Organización: Gestión empresarial

En esta dimensión se formuló cuatro indicadores de los cuales el que tuvo una valoración mayor fue la pregunta formulada de la siguiente manera: Establecen una organización funcional que adopta la compañía para división del trabajo, al respecto, alcanzo una calificación de $X=3.90$, seguido de la pregunta, si en la panadería se practican los principios universales que desarrolla toda organización, dicha interrogante alcanzo un promedio de $X=3.85$, asimismo los encuestados respondieron que establecen la importancia del uso de los recursos materiales en la gestión empresarial con una valoración de 3.80. Por otro lado, con un promedio considerado como el más bajo, fue la pregunta, si las panaderías establecen objetivos concretos organizacionales en las diferentes áreas, en la cual, dicho indicador fue valorado con una calificación promedio de $X=3.65$. Tal como se puede ver en la figura 6.

Figura 6

Análisis y evaluación de los indicadores de la dimensión Organización



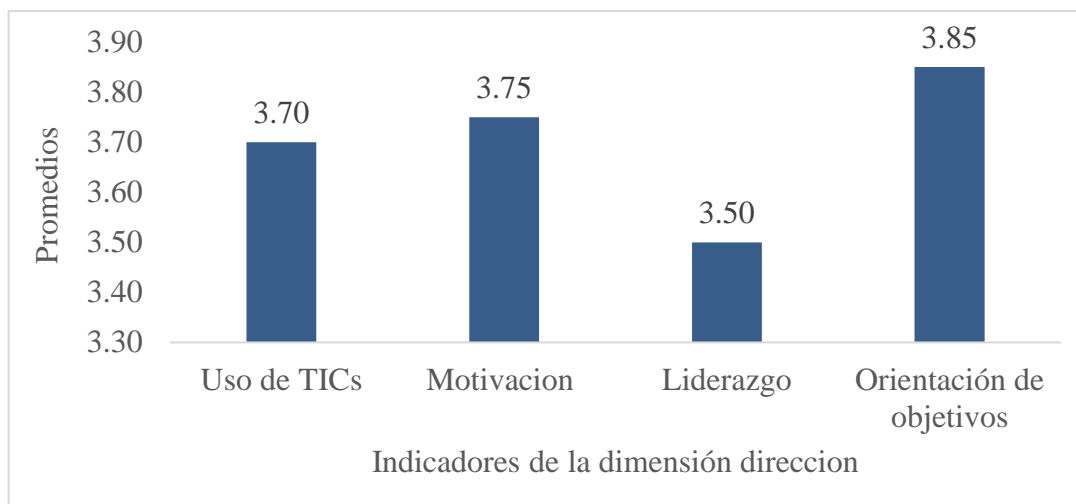
Fuente: Encuesta en las Mypes del sector panadería en la Ciudad Tingo María, noviembre del año 2,019.

4.2.4 Análisis de los indicadores de la dimensión Dirección: Gestión empresarial (V.I)

En la figura 6 se puede ver que, de los cuatro indicadores planteados para esta dimensión, el que obtuvo mayor valoración fue la siguiente pregunta: La empresa establece una orientación para los objetivos, pregunta que alcanzo una calificación promedio de $X=3.85$, seguido de la pregunta: Utilizan la estimulación para obtener progresos en la producción, dicho indicador alcanzo un puntaje promedio de $X=3.75$. Asimismo, los encuestados valoraron en promedio de $X=3.70$, al uso de las TICs en el progreso de las comunicaciones en su negocio y finalmente el indicador que es menos valorado por los encuestados es: Utilizan un liderazgo adecuado para dirigir al personal. Dicho indicador fue valorado en promedio de $X=3.5$.

Figura 7

Análisis de indicadores de la dimensión Dirección



Fuente: Encuesta realizada en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

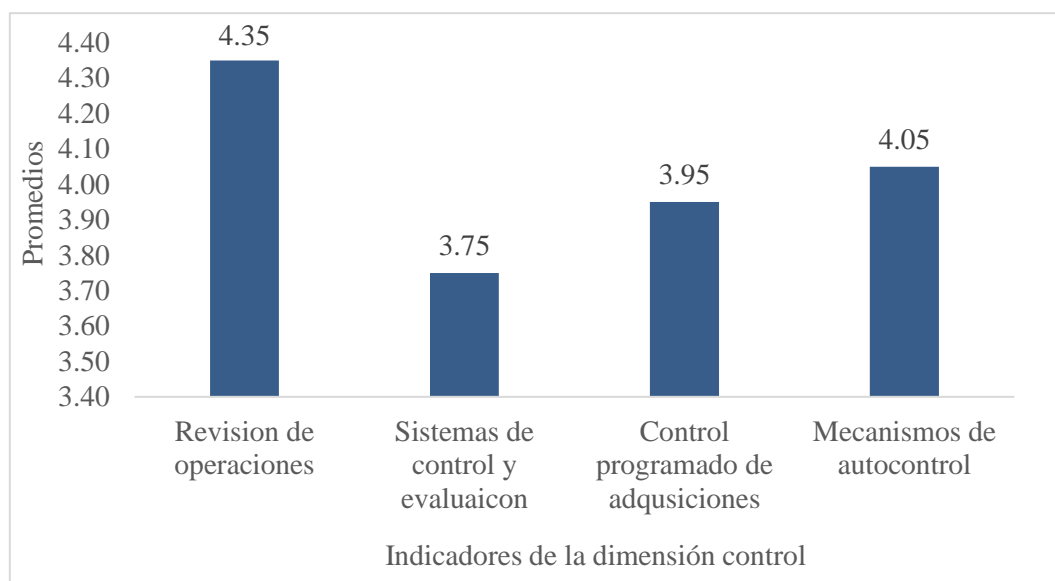
4.2.5 Análisis de indicadores de la dimensión control: Gestión empresarial

(V.I.)

Realizado el análisis de los indicadores de esta dimensión, en la figura 8 observamos que el indicador que mejor fue valorado es si la empresa realiza una revisión eficiente de sus operaciones, indicador que fue calificado con un promedio de $X=4.35$, seguido del indicador que fue formulado de la siguiente manera: El negocio cuenta con componentes y prácticas que faciliten el adiestramiento del auto control, al respecto los encuestados valoraron en promedio de $X=4.05$. Lo que significa que los encuestados valoran más a estos dos indicadores (Revisión de operaciones y mecanismos de autocontrol). Asimismo, la pregunta que fue calificado con un valor menor fue la siguiente: Establecen sistemas de control y evaluación eficaces, dicho resultado alcanzo un promedio de $X=3.75$, suponiendo que dicho mecanismo está siendo cambiado o implementado por el autocontrol, de manera que cada trabajador pueda tomar mejores decisiones laborales.

Figura 8

Análisis de indicadores de la dimensión Control



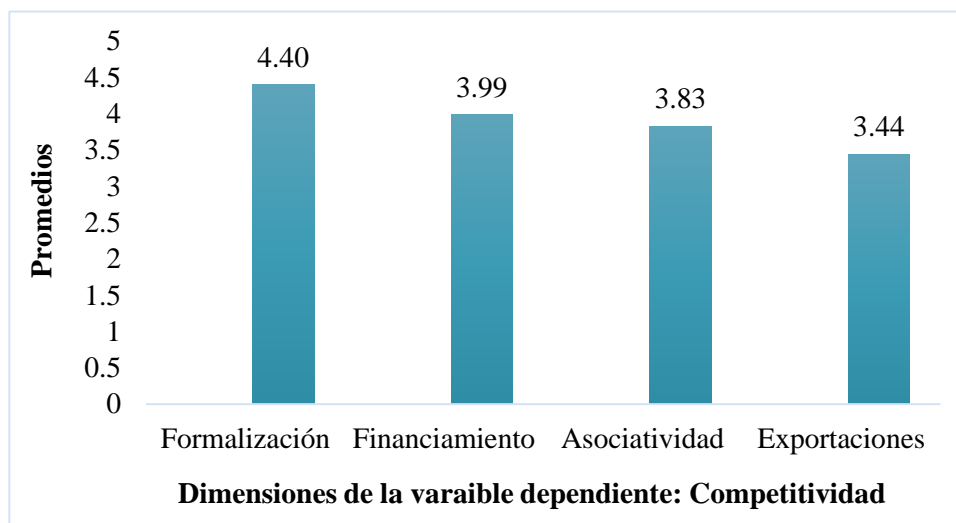
Fuente: Encuesta realizada en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

4.2.6 Análisis de las dimensiones de Competitividad (V.I.)

Según el trabajo de campo, en la figura 9 podemos observar que de las cuatro dimensiones evaluadas por los encuestados las mypes del sector panadería, el que tuvo mayor valoración fue la dimensión formalización con un promedio de ($X=4.40$), por otro lado la dimensión financiamiento logró un promedio de $X=3.99$, mientras que el componente asociatividad logró un media de $X=3.83$ y finalmente la dimensión exportación fue calificado con un promedio menor de 3.44. Como se puede apreciar, los encuestados valoraron más a la dimensión formalización de manera que les pueda permitir operar legalmente en el mercado y de esa manera acceder al financiamiento para poder asociarse y alcanzar ventajas competitivas en el mercado local, nacional e internacional.

Figura 9

Dimensiones de la variable dependiente: Competitividad



Fuente: Encuesta en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

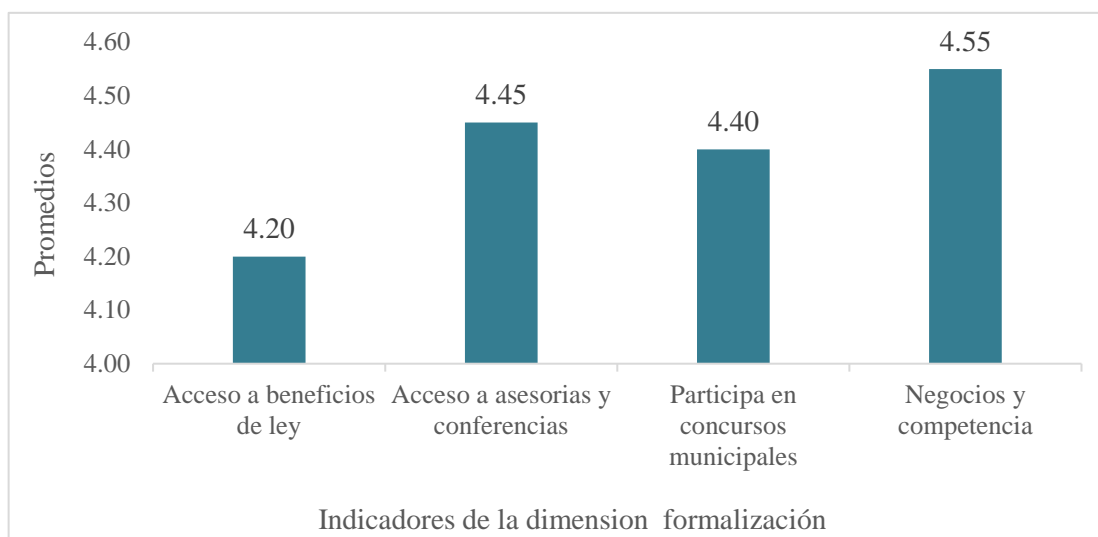
4.2.7 Evaluación de los indicadores de la dimensión Formalización

Para el análisis de esta dimensión, se formuló cuatro interrogantes, de las cuales la mejor calificación que obtuvo fue el indicador siguiente: El estar formalizado permite establecer negocios con nuevos mercados y luchar en el mercado nacional e internacional, al respecto la pregunta fue la más valorado con un promedio de $X=4.55$, seguido de la pregunta: Por otro lado la formalización de una sociedad les permite tener oportunidades de asesorías y conferencias, dicho indicador fue calificado con un promedio de $X=4.45$, mientras que la formalización empresarial les permite ser parte en concursos y licitaciones municipales, pregunta que fue valorado con un promedio de $X=4.40$ y finalmente cuando se le pregunta a los encuestados sobre la formalización del negocio, si acceden ser parte de los beneficios de la Ley MYPE, los mismos que valoraron con una calificación relativamente más baja que los otros ($X=4.20$). Como se puede evidenciar la

formalización le permite tener mucho más apertura y beneficios en un mundo muy competitivo.

Figura 10

Indicadores de la dimensión formalización

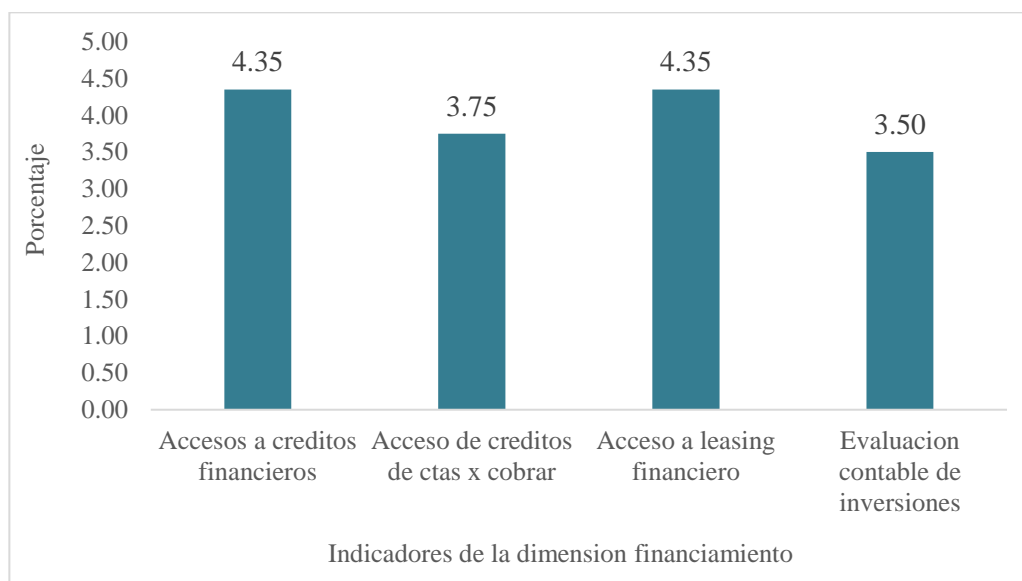


Fuente: Encuesta en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

4.2.8 Análisis de Indicadores de la Dimensión Financiamiento: Competitividad

(V.D)

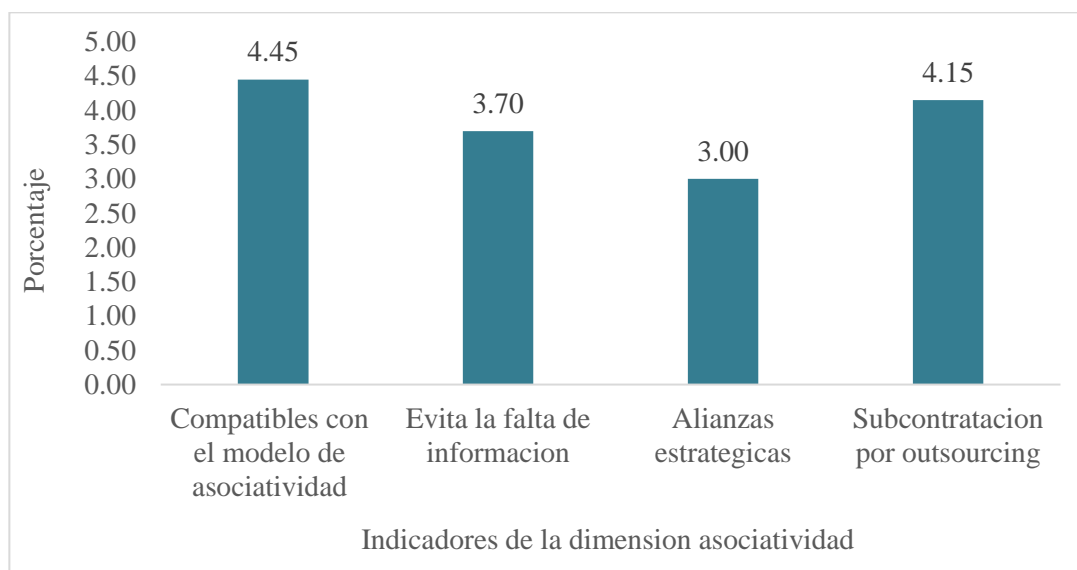
Se consideró a cuatro indicadores, de las cuales dos de ellas alcanzaron un promedio de ($X=4.35$) respectivamente, considerados como los más valorados, dichas preguntas fueron: Si les permiten tener acceso a créditos en el sistema bancario formal y al leasing financiero (Arrendamiento). Por otro lado, a la pregunta: Les permite obtener créditos de cuentas x cobrar, dicho indicador fue valorado con un promedio de ($X=3.75$), mientras el indicador menor valorado por los encuestados fue lo siguiente: Admite realizar valoraciones de sus efectos contables para conocer el beneficio de sus inversiones, al respecto dicho indicador fue calificado con un promedio de ($X=3.50$). Tal como se muestra en la figura 10.

Figura 11*Indicadores de la dimensión financiamiento*

Fuente: Encuesta en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2019.

4.2.9 Análisis de indicadores de la dimensión Asociatividad: Competitividad

En este análisis fueron considerados 4 preguntas (indicadores), de los cuales la mejor valorado fue el indicador: Les admite ser relacionados con el modelo de asociatividad de redes que fomentan un mayor progreso de la organización, al respecto alcanzo un promedio de ($X=4.45$), seguido de la pregunta si les permiten la subcontratación por outsourcing mediante la asociatividad empresarial, dicho indicador fue valorado con un promedio ($X=4.15$), asimismo cuando se les pregunto “si la falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción”, pregunta que fue calificado con un valor promedio de ($X=3.70$). Y por último a la pregunta formulada: “Si acceden al beneficio que brinda la asociatividad comercial en las alianzas estratégicas para el ingreso a nuevos mercados”, dicho indicador fue calificado con un promedio de ($X=3.00$), considerado el valor más bajo de los cuatro.

Figura 12*Indicadores de la dimensión asociatividad*

Fuente: Encuesta en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2,019.

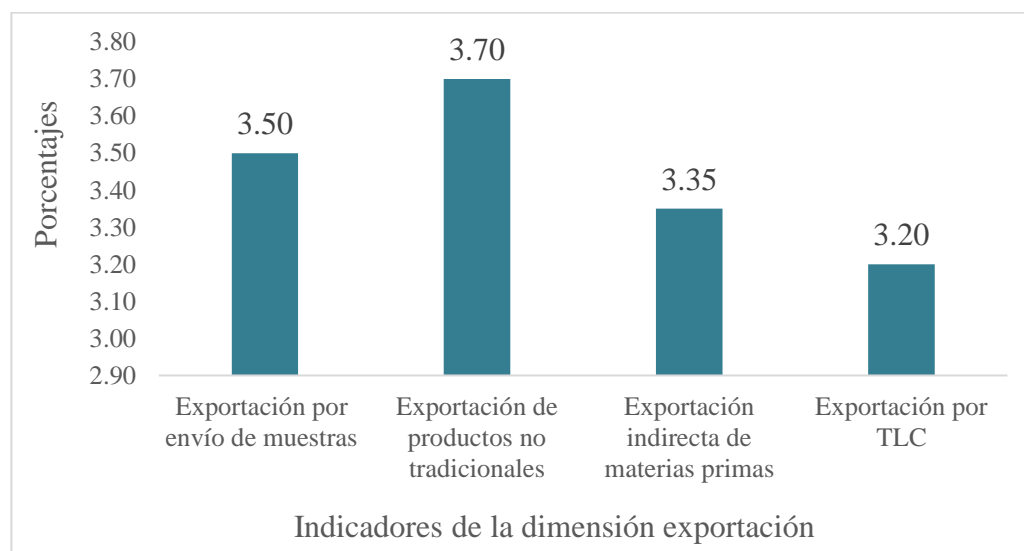
4.2.10 Análisis de Indicadores de la Dimensión Exportación: Competitividad (V.D.)

Para esta dimensión se ha considerado cuatro indicadores, el indicador que alcanzo una mayor valoración fue: Si le permiten exportación de productos no tradicionales, al respecto dicha pregunta fue valorado con un promedio de ($X=3.70$), lo cual se presume que hay posibilidades de exportar productos no tradicionales casi siempre, pero las mypes de este sector, no tienen acceden a mercados internacionales debido a que no realizan o trabajan con componentes de exportación, así como definir su producto (competitivo), conocer su producto y negocio, calidad-precio, ventajas competitivas en sus producto, volúmenes, costo, contratos y seguros, especificaciones, sin embargo, si lograrían hacerlo, la mayor ventaja seria las nuevas oportunidades comerciales y la apertura a ese mercado.

Mientras que el indicador, si les permiten la exportación por envío de muestras a los consumidores, fue calificado con un promedio ($X=3.50$). Asimismo, cuando se les pregunta: Si le permite exportación indirecta de materias primas, esta pregunta fue valorado por los encuestados con un promedio de ($X=3.35$). Finalmente, sobre la pregunta, si le accede ser parte de la exportación por TLC, alcanzo una calificación promedio de ($X=3.20$).

Figura 13

Indicadores de la dimensión exportación



Fuente: Encuesta en las Mypes del sector panadería: Ciudad Tingo María, noviembre del 2019.

4.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para el contraste de la hipótesis, se utilizó el estadístico de correlación no paramétrico denominado Rho de Spearman (r_s), con un nivel de significancia de alfa del 5% ($\alpha= 0,05$). La correlación de este estadístico, va de menos (-1) hasta más uno (+1); donde (-1), indica que hay una relación inversa, y el (1) indica que hay una relación directa. Asimismo, el valor cero (0) muestra que hay relación

nula. Por lo tanto, la fórmula para el coeficiente de relación de Rho Spearman (r_s), se muestra matemáticamente de la siguiente manera:

Donde:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - 1}$$

r = Factor de relación de Rho Spearman

n = Número de elementos observados

d = Diferencia de clases para cada par de observaciones

Para el contraste de las hipótesis nula y alternativa, se utilizó una inferencia a partir de la decisión teniendo en consideración:

- No rechazar H_0 si la significancia bilateral (p-valor) $> \alpha$
- Rechazar H_0 si la significancia bilateral (p-valor) $\leq \alpha$

Evaluando a un nivel de significancia ($\alpha = 0,05$) la toma de decisión se basó en los valores del P. Value.

4.3.1 Prueba de la Hipótesis General

A) Planteamiento de la Hipótesis General

H₀: La gestión empresarial **No** se relaciona significativamente con la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa

H_a: La Gestión Empresarial **SI** se correlaciona significativamente con la Competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.

Tabla 8

Correlación de las variables gestión empresarial competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa

Rho de Spearman		Gestión Empresarial	Competitividad
Gestión Empresarial	Coef. de relación	1.000	0,890**
	Sig. (bil.)		0.000
	N	20	20
Competitividad	Coef. de relación	0,890**	1.000
	Significancia (bil.)	0.000	
	N	20	20

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

Grado de correlación. (rs) A partir del análisis de las pruebas estadísticas, se puede aseverar que la gestión empresarial se correlaciona de manera significativa con la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa, con un nivel de relación evaluado como alto (r.s. = 0,890).

Significación bila. (p. value). Debido a que el (P. Value < α), (0.00 < 0,05), se afirma que existe una correlación significativa entre las variables, gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector de panadería en el Distrito de Rupa Rupa.

Decisión. Dado que P. Value es inferior que el parámetro alfa (P. Value < α), (0.00 < 0.05), rechazamos la hipótesis nula (Ho) y aceptamos la hipótesis alterna (H1), lo que significa que la Gestión Empresarial SI está correlacionada significativamente con la Competitividad del sector de panadería mypes en el distrito de Rupa Rupa.

4.3.2 Hipótesis Específicas

Planteamiento de la Hipótesis Especifica 1

Ho: La planeación No se correlaciona significativamente con la competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa

Ha: La planeación SI se correlaciona de manera significativa con la Competitividad en las MYPES del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa

Tabla 9

Correlación de la planeación y la competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa

Rho de Spearman		Competitividad	Planeación
Competitividad	Coefficiente de relación	1,000	0,775**
	Sig. (bil.)		0,000
	N	20	20
Planeación	Coefic. de relación	0,775**	1.000
	Signif. (bil.)	0,000	
	N	20	20

** . La relación es signif. en el nivel 0.01 (bilateral).

Grado de correlación. (rs). Del análisis de la prueba estadística se puede aseverar que la Planeación se correlaciona de manera significativa con la Competitividad en las MYPES del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa, a un nivel de relación valorada como alta ($r_s = 0,775$).

Significancia bilateral. Debido a que el (P. Value $< \alpha$), ($0,00 < 0,05$), se puede aseverar que existe correlación significativa entre la Planeación y Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa.

Decisión. Como el P. Valor es inferior que el alfa (α) (P. Valor $< \alpha$), ($0,00 < 0,05$), por lo que refutamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alterna (H_1), lo que significa que la planeación si se correlaciona de manera significativa con la competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.

Planteamiento de la hipótesis específica dos (2)

Ho: La organización No se correlaciona significativamente con la competitividad en las MYPES del rubro panadería en el distrito de Rupa Rupa

Ha: La organización SI se correlaciona significativamente con la Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa

Tabla 10

Correlación entre la dimensión organización y la variable competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa

Rho de Spearman		Competitividad	Organización
Competitividad	Coefficiente de relación	1,000	0,786**
	Signif. (bil.)		0,000
	N	20	20
Organización	Coefficiente de relación	0,786**	1,000
	Signific. (bil.)	0,000	
	N	20	20

** . La correlación es signif. en el nivel 0.01 (bilateral).

Grado de correlación. (rs). Del análisis de las pruebas estadísticas se puede aseverar que existe una correlación significativa entre la Organización y la Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el distrito de Rupa Rupa, con un nivel de correlación denominado como positiva alta ($r.s. = 0,786$).

Significancia bilateral: Debido a que ($P. Value < \alpha$), ($0,00 < 0,05$), se puede afirmar la organización y la Competitividad en las MYPES del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa, se correlacionan significativa.

Decisión: Dado que el P. Value es inferior al parámetro alfa ($P. Value < \alpha$), ($0,00 < 0,05$), rechazamos la hipótesis nula (H_0) y admitimos la Hipótesis

alternante (H_1), lo que significa que la Organización SI se correlaciona de manera significativa con la competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa

Planteamiento de la hipótesis específica 3

H₀: La dirección No se correlaciona significativamente con la competitividad en las mypes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa

H_a: La dirección SI se correlaciona de manera significativa con la Competitividad en las MYPES del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa

Tabla 11

Prueba de hipótesis entre la dirección y la competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa

Rho de Spearman		Competitividad	Dirección
Competitividad	Coefic. de relación	1,000	0,815**
	Signif. (bilat.)		0,000
	N	20	20
Dirección	Coefic. de relación	0,815**	1,000
	Signific. (bilat.)	0,000	
	N	20	20

** . La correlación es signific en el nivel 0.01 (bilateral).

Grado de correlación. (rs). Del estudio de la prueba estadística se puede afirmar que la Dirección se correlaciona significativamente con la Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa, con un nivel de relación calificada como positiva alta ($r.s. = 0,815$).

Significancia bilateral: Debido a que el ($P. Value < \alpha$), ($0,00 < 0,05$), se puede aseverar que la dirección empresarial y la Competitividad en las mypes del

sector panadería en el distrito de Rupa Rupa, se correlación significativamente.

Decisión: Visto que el P. Value es inferior a alfa (P. Value < α), (0,00 < 0,05), entonces rechazamos la hipótesis nula (H_0) y reconocemos la Hipótesis Alternativa (H_1), lo que significa que la Dirección empresarial SI se correlaciona de manera significativa con la competitividad de las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa.

Planteamiento de la hipótesis específica 4

H_0 : El Control No se correlaciona significativamente con la competitividad de las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa

H_a : El Control SI se correlaciona significativamente con la Competitividad de las MYPES del rubro panadería en el distrito de Rupa Rupa

Tabla 12

Correlación entre el control y la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa

Rho de Spearman		Competitividad	Control empresarial
Competitividad	Coef. de relación	1,000	0,632**
	Signif. (bilat.)		0,003
	N	20	20
Control empresarial	Coef. de relación	0,632**	1,000
	Signif. (bilat.)	0,003	
	N	20	20

** . La relación es signific. en el nivel 0.01 (bilat.).

Grado de correlación. (r.s.). Del estudio de la prueba estadística se puede aseverar que el control empresarial se correlaciona de manera significativa con la Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa, alcanzando un grado de relación evaluada como positiva moderada ($r_s = 0,632$).

Significancia bilateral: Debido a que el (P. Value $< \alpha$), ($0,00 < 0,05$), se puede afirmar que hay relación significativa entre el control empresarial y la Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa.

Decisión: Debido a que el P. Value es inferior que el parámetro alfa (P. Valor $< \alpha$), ($0,00 < 0,05$), rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la Hipótesis Alternativa (H_1), lo que demuestra que el Control empresarial SI se correlaciona con la competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa, de manera significativa.

CAPITULO V

DISCUSIÓN

Al establecer la correlación de la Gestión Empresarial y la Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa, se encontró que el (P. Valor $< \alpha$), ($0.00 < 0.05$) a través de la prueba no paramétrica **Rho de Spearman**, lo que afirma que hay una correlación entre ambas variables. Esto quiere decir que la gestión empresarial: planificación, organización, dirección y control que sumen las mypes del sector panadería, tienden a relacionarse con la competitividad, es decir que las dimensiones que hacen uso ese importante sector, favorecerían el buen desempeño y por ende una mejor competitividad de las mismas. Frente a lo señalado, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis Alternante (H_1), lo que significa que la Gestión Empresarial SI se correlaciona de manera significativa con la competitividad en las mypes del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa, con un grado de relación calificada como alta ($r.s.=0,890$). Estos resultados son corroborados por Amoros & Davila (2017) quien en su investigación “La gestión empresarial y la competitividad de las clínicas en la ciudad de Cajamarca”, encontraron resultado que aseveran que hay una relación directa con una significancia bilateral en el nivel 0.01, entre la Gestión Empresarial y la Competitividad ($r = 0.645$). En ese sentido, se puede afirmar que la Gestión Empresarial está relacionado con la Competitividad de las clínicas de la Ciudad de Cajamarca, lo que quiere decir que a mejor Gestión Empresarial, el nivel de competitividad será mayor.

Asimismo, dichos resultados también son corroborados por Barreto (2018), donde en su estudio denominado: Gestión Empresarial y Competitividad Empresarial de las Mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018, determino que existe una correlación de manera significativa entre las variables Calidad de Gestión Empresarial y el nivel de competitividad, con un grado de significancia bilateral de 0,01 y un valor de correlación es de 0,451, según lo prueba el estadístico Rho Spearman (r.s.), lo cual indica que la correlación es positiva moderada.

Por otro lado, Portilla (2020) en su tesis titulada, Gestión empresarial y competitividad en una MYPE del sector gastronómico, Puente Piedra, 2019. Concluyó, que la gestión empresarial se relaciona de manera positiva con la competitividad en una Mype del sector gastronómico ubicado en el Distrito de Puente Piedra ($r = 0.877$); con el cual se da validez a la hipótesis general, por lo que son congruentes con nuestros resultados encontrados en la investigación desarrollada en la mypes del sector panadería de la ciudad de Tingo María.

Según Rivera (2020) en su tesis, la gestión empresarial y la competitividad en las MYPES del sector producción-Rubro Vitivinícola de la Provincia de Tacna, año 2,019, encontró como resultados, que si existe una correlación significativa entre la gestión empresarial y la competitividad, calificada como muy alta ($r = 0,959$; $p < 0,05$), de la misma manera entre esta última variable y las dimensiones planificación ($Rho = 0.903$; $p < 0.05$), organización ($Rho = 0.750$; $p < 0.05$), dirección ($Rho = 0.739$; $p < 0.05$) y control ($Rho = 0.747$; $p < 0.05$).

En ese sentido, visto lo anterior y analizado esto resultados, confirmamos que mientras que las pymes del sector panadería hacen un uso eficiente y eficaz de la gestión empresarial, mejor será el desempeño y la competitividad empresarial. Por otro lado, formulado el objetivo específico uno, referido a determinar la correlación entre la

planeación y la competitividad en las MYPES del rubro panadería en el distrito de Rupa Rupa, se encontró que el (P. Valor $< \alpha$), ($0.00 < 0.05$) bajo la prueba no paramétrica Rho de Spearman (r.s.), lo destaca que hay una relación entre la variable Competitividad y la dimensión Planificación Empresarial. Esto quiere decir que la planificación es su componente muy importante el desarrollo y que guíen la acción futura de la empresa, lo que contribuye a la competitividad de la mypes del sector panadería. Frente a lo señalado, refutamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternante (H_1), lo que significa que la planificación SI se correlaciona de manera significativa con la Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el distrito de Rupa Rupa, con un nivel de relación valorada como alta (r.s. = 0,755). Estos resultados son corroborados por Federico, Héctor & Javier (2016), donde mencionan que la planeación radica en establecer las bases que guíen la acción futura.

El proceso de planificación consiste en determinar los objetivos, la situación futura a alcanzar y las orientaciones generales de las acciones que deben llevarse a cabo para lograrlo. En ese contexto, planificar reside en establecer los objetivos que se desea alcanzar y las trayectorias de acción apropiados para lograrlos. En tal sentido y luego de haber hecho los análisis anteriormente podemos confirmar que mientras mejor utilizan esta dimensión de la planificación estarán garantizando un futuro promisorio de las mismas.

Asimismo, formulado el objetivo específico dos, referente a establecer la correlación de la organización y la Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa, se encontró que el (P. Valor $< \alpha$), ($0.00 < 0.05$) a través de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, lo que asevera que existe una relación entre la variable competitividad y la dimensión organización. Esto quiere decir que una mala organización dentro de la organización, es una falla que se presenta como una barrera

en el progreso y crecimiento de las MYPES, influyendo significativamente en el logro de la competitividad. Frente a lo señalado, refutamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la Hipótesis Alternante (H_1), lo que significa que la organización SI se correlaciona de manera significativa con la competitividad en las MYPES del rubro panadería en el distrito de Rupa Rupa, con un nivel de relación considerado como alta ($r.s. = 0,755$). Estos resultados son corroborados por García (2012) donde menciona que Organizar es el acto de ordenar u organizar de tal manera que se constituyan grupos bien organizados, es el establecimiento de una estructura fundamental para la eficiente sistematización de los recursos racionales, el establecimiento de jerarquías y correlaciones, que es también la agrupación de grupos que son activados con el único propósito de poder simplificarlos. En ese sentido, organizar consiste en instaurar los objetivos que se espera lograr y los trabajos adecuados para lograrlo. Por lo tanto, luego de haber hecho los análisis anteriormente podemos confirmar que mientras mejor utilizan esta dimensión de organización se garantizara una estructura eficaz de trabajo lo que a la larga se transformara en un aporte en la competitividad empresarial. Por otro lado, formulado el objetivo específico tres, referido a, establecer o determinar la correlación de la dirección y la competitividad en las MYPES del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa, se encontró que el (P. Valor $< \alpha$), ($0.00 < 0.05$) utilizando la prueba no paramétrica Rho de Spearman, lo que asevera que existe una relación de la variable competitividad y la dimensión dirección. Esto quiere decir que una mala dirección comprometerá los destinos de las empresas, influyendo significativamente en el logro de la competitividad. Frente a lo señalado, refutamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la Hipótesis Alternante (H_1), lo que significa que la dirección se correlaciona significativamente con la competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa, con un nivel de relación considerada como alta ($r.s.= 0,815$). Estos resultados son

corroborados por Federico, Hécto & Javier (2016) donde menciona que las funciones anteriores, planes y organización, refiriéndose a las actividades antes de la acción de la organización. El primero es diseñar programas que orienten las acciones de la organización, el segundo es diseñar la organización más adecuada para perseguir las metas establecidas. La función de dirección se refiere a la forma en que la condición de esta entidad social se orienta hacia la consecución de las metas establecidas, es decir, la capacidad para realizar una acción potencial representada por una organización o empresa. En ese sentido, la dirección involucra decidir y orientar los esfuerzos humanos en post de las metas establecidas. En este sentido, para dirigir con éxito, hay que planear, organizar y controlar ya sea un proceso, un producto o personas. En tal sentido y luego de haber hecho los análisis anteriormente podemos confirmar, que mientras mejor se dirige una empresa con liderazgo, habilidades y una motivación interna que trazar y garantizara una competitividad empresarial. Finalmente formulado el objetivo específico número cuatro, referido a, determinar la relación del control con la competitividad en las MYPES del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa, se encontró que el (P. Valor $< \alpha$), ($0.00 < 0.05$) a través de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, de manera que se afirma que existe correlación entre la variable competitividad y la dimensión control. Esto quiere decir que el control anterior, concurrente y posterior, evitaban los riesgos y cuidaran los activos e intereses de la empresa. Frente a lo señalado, refutamos la hipótesis Nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternante (H_1), lo que significa que el control se relaciona significativamente con la competitividad en las MYPES del rubro panadería en el distrito de Rupa Rupa, con un nivel de relación considerada como moderada ($r_s = 0,632$). Estos resultados son corroborados por Pérez & Carballo (2013) donde señalan que el control es la función que para la obtención de los objetivos, además de los planes señalados con anterioridad

en la fase de la planeación. Siendo este la última etapa del proceso del control. En este sentido, bajo lo descrito anteriormente, señalamos que un buen control garantiza la continuidad de la organización empresarial.

CONCLUSIONES

1. La Gestión empresarial y la Competitividad en las Mypes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa, se correlaciona de manera significativa, con alcanzando un nivel de relación considerado como alta (r.s.= 0,890)
2. La Planeación se relaciona de manera significativa con la competitividad en las MYPES del rubro panadería en el Distrito de Rupa Rupa, con un nivel de relación considerado como alta (r.s. = 0,775), con grado de confianza del 95%.
3. Dado los resultados conseguidos, se determinó, que la organización se correlaciona de manera significativa con la variable Competitividad en las mypes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa, con un nivel de asociación calificada como positiva alta (r.s. = 0,786).
4. El control obtuvo una relación significativamente con la variable Competitividad en las MYPES del rubro panadería en el distrito de Rupa Rupa, en un nivel de asociación calificada como moderada (r.s. = 0,632).
5. La Dirección se correlaciona significativamente con la competitividad en las MYPES del sector panadería en el distrito de Rupa Rupa de manera significativa, con un grado de relación calificada como positiva alta (r.s. = 0,815).

RECOMENDACIONES

1. Mayor identificación y compromiso de todo el personal directivo y operativo del sector de manera que pueda mejorarse la productividad y la competitividad.
2. Capacitar continuamente al personal operativo y administrativo de las Mypes de este importante sector panadero en el Distrito de Rupa Rupa (Tingo María), con un enfoque en innovación empresarial, en temas de estructura organizacional, planeamiento estratégico ya que la mayoría ellos lo hacen empíricamente a la corta puede funcionar, pero no garantiza un desarrollo sostenible.
3. En un mundo competitivo y moderno, la mejora constante de la mypes es una obligación, ante esa realidad, a todas más Mypes del sector panadería del Distrito de Rupa Rupa, se recomienda la adquisición de equipos tecnológico modernos como maquinarias automatizadas, el cual contribuiría en la mejora de la productividad y reducir los costos operacionales brindando mayor eficiencia en toda la cadena productiva
4. Un Mayor impacto en las medidas de control de calidad, nivel de insumos, proceso productivo y producto final para asegurar la calidad del servicio conducente a la satisfacción del cliente, reducido para remediar cierto grado de insatisfacción de los clientes.

REFERENCIAS.

- Alberola, J. (16 de setiembre de 2019). *Web de Psicología*. Qué es el autocontrol: Definición y técnicas: <https://www.psicologia-online.com/que-es-el-autocontrol-definicion-y-tecnicas-4710.html>
- Alonso, L. (2003): *“Técnico en Gestión”*. Tomo 1. Ed. Cultural S.A. Madrid España.
- Blandez, M. (2014). *Proceso Administrativo*. La loma Tlalnepantla, México: UNID.
- Barrios, O (2008). *Gestión empresarial*.
- Alonso, S., & Quijano, C. (2019). *Gestion y competitividad empresarial en el desarrollo de microempresas hoteleras en la ciudda de Trujillo*. Universidad Santo Tomas. Primer claustro universitario de colombia, Facultad de Ingenieria Industrial, Bogota D.C. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17440/2019susanalonso1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amorós, J., & Dávila, K. (2017). *La Gestion Empresarial y la Competitividad de la clinicas en la ciudad de Cajamarca. Tesis para el Grado Académico de Maestro en Administración Estratégica de Negocios con Mención en Gestión Empresarial*. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca. <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/393/13.%20TESIS%20AMOROS%20Y%20D%c3%81VILA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Almanza, R., Calderón, P., & Vargas, J. (2018). *Teorias clasicas de las organizaciones y el Gung Ho. Revista Científica "Visión de Futuro", vol. 22 (núm. 1)*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357959311001>
- Alonso, S., & Quijano, C. (2019). *Gestion y competitividad empresarial en el desarrollo de microempresas hoteleras en la ciudda de Trujillo*. Universidad Santo Tomas. Primer claustro universitario de colombia, Facultad de Ingenieria Industrial,

Bogota

D.C.

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17440/2019susanalonso1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anzil, F. (2008). *Competitividad*. Obtenido de Definición de Competitividad:

<https://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>

Arboleda, H. (2016). Competitividad: Concepto y Evolución Histórica. *Revista de Economía & Administración*, Vol.3 No.2., 20.

<https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/21/15>

Arbulú, J., & Otoya, J. (2007). *La PYME en el Perú*. Cendoc.esan:

<http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-journals/PAD/7/arbulu.pdf>

Barreto, A. (2018). Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración*. Universidad Cesar Vallejo, Lima.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19391/Barreto_CA_V.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castro, E. (2010). *Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas*.

<https://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7073/6758>

Castro, W. (2020). *Manual de promoción de exportaciones*. Ministerio de comercio e industrias:

https://www.mici.gob.pa/uploads/media_ficheros/2020/02/2/comercio-exterior/exportaciones/documentos/manual-de-promocion-de-exportaciones.pdf

College Derkra. (28 de enero de 2020). *El control como fase del proceso administrativo*.

Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/el-control-como-fase-del-proceso->

administrativo/

Conceptodefinicion.de, Redacción. (11 de noviembre de 2021). *Administrar*. Obtenido de Definicion de administrar: <https://conceptodefinicion.de/administrar/>

Condori, E. (2017). *Guía de gestión empresarial*. Comision de episcopal de educacion: <https://formaciontecnicabolivia.org/sites/default/files/publicaciones/guiadegestioambientalweb.pdf>

Congreso de la Republica. (2008, 28 de junio). *Decreto legislativo*. Diario oficial el Peruano. <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/DecretosLegislativos/01086.pdf>

Contreras, E. (19 de julio de 2017). *La ventaja competitiva de Michael Porter (Universidad Ricardo Palma)*. Centro de Innovacion y Creatividad Empresarial: <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>

Cooperación Suiza en Bolivia. (23 de octubre de 2017). *Guía de gestión empresarial. Formación técnica profesional*: <https://formaciontecnicabolivia.org/sites/default/files/publicaciones/guiadegestioambientalweb.pdf>

Cerna, C., & Suarez, R. (2016). *Gestion y competitividad empresarial en el desarrollo de microempresas hoteleras en la ciudad de Trujillo*. Universidad Catolica de Trujillo, Trujillo. <http://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/263/3/GestionycompetitividadempresarialeneldesarrollodemicroempresashotelerasdelaciudaddeTrujillo.pdf>

Dionicio, E. (2015). *Modelo de Gestion empresarial aplicado al sector agroindustrial (Tesis de grado, Universidad Nacional Hermilio Valdizan)*. Repositorio Institucional. <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/3589>

Domingo Hernández, C. (24 de junio de 2011). *Impacto de la gestión empresarial en las*

MyPEs (PyMEs) del Perú. Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/impacto-de-la-gestion-empresarial-en-las-mypes-pymes-del-peru/>

Espinoza, A. (2020). *Factores que determinan el crecimiento de la micro y pequeña empresa en la industria del calzado – Trujillo 2019*. Repositorio institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53434/Espinoza_EAF-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Espinoza, W. (2019). *Formalización y su incidencia en la competitividad de las Mypes - rubro panaderías de Tingo María - Leoncio prado – Huánuco – 2019*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19331/COMPETITIVIDAD_MYPE_ESPINOZA_%20CH%c3%81VEZ_%20WAGNER%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fayol, H. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial*. México D.F, México: mexicana
 Federico M, Héctor Aníbal y Javier L. (2016) *Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones* 2a. ed. 1a. REIMP. - Florencio Varela: Universidad Nacional Arturo Jauretche, 2016.

Federico, M., Loguzzo, H., & Fedi, J. (2016). *Introduccion a la gestion y administracion en las organiaciones*. Biblioteca.UNAJ: <https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>

Flores, B., y Rodrigo F. (2008). *Competitividad de la MYPES*

Flores, S. (2004) *Gestión Financiera: Teoría y Práctica*. Lima. CECOF Asesores. Gallego y Fernández (2006): “*Proyecto empresarial*”. Ed. Thomson. España.

Flores, S. (2015). *Proceso administrativo y gestion empresarial Coproabas, Ginotega (Tesis de Maestria, Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua)*. coursehero:

<https://www.coursehero.com/file/p76qam3/1012-Organizaci%C3%B3n-Seg%C3%BAn-Garcia-2012-Acci%C3%B3n-y-efecto-de-organizar-u-organizarse/>

Galindo, M., & Viridiana, R. (2015). *Exportaciones*. Estudios economicos: https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184

García, A. (2011) “*Gestión de la Calidad*”, Comité de Calidad ONSEC. Instituto Centroamericano De Administración Pública Área De Gerencia Social Icap / Age.

García, B., & Avila, D. (2010). *Vision hacia la cultura de exportaciones de los empresarios de las Pymes del estado de Hidalgo y su impacto en el desarrollo Regional*. [investigacion/icea: https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_EcoReg/Blanca_Garcia/exportacion.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_EcoReg/Blanca_Garcia/exportacion.pdf)

García, T (2012). *Diccionario Enciclopédico Larousse*. México D.F, México: Larousse.

Gestión. (04 de Setiembre de 2013). *Empresa*. Importancia del crédito para las mypes del país: <https://gestion.pe/impresia/importancia-credito-mypes-pais-47231-noticia/#:~:text=EL%20CR%C3%89DITO%20ES%20IMPORTANTE%20en,creando%20valor%20en%20la%20econom%C3%ADa>.

Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el marco de la Ley n° 28015 en el distrito de La Victoria - año 2013 [Titulo para contador publico, Universidad San Martin de Porras]*. Repositorio institucional, Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/1117>

Gonzales, L (2014). “*Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de la victoria - año 2013 [Tesis para optar el título profesional de contador público]*”.

- Herrera, B. (2011). *Análisis estructural de las mypes y pymes*. Revista de la Facultad de Ciencias Contables Vol. 18 N.º 35 pp. 69-89 (2011) UNMSM, Lima, Perú ISSN: 1560-9103 (versión impresa) / ISSN: 1609-8196 [versión electrónica].
- Hernández, H. (2011). *La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas*. Documento PDF: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3875234.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGRAW-HILL. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Innovations for Poverty Action-IPA). (2016). *Acceso al Financiamiento para las Pequeñas y Medianas Empresas*. poverty-action.org: https://www.poverty-action.org/sites/default/files/publications/Spanish_0.pdf
- Johnson Gerry y Scholes, Kevan. (1999) *Dirección Estratégica*. Madrid: Prentice May International Ltd.
- Koontz y O'Donnell (1990). *Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas*, México, Editorial Ingramex S.A.
- Lisboa, R. (2019). *rockcontent*. Outsourcing: ¿qué es y por qué es importante en la era digital?: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-outsourcing/>
- Maza, J. (2014), Informe final del proyecto de investigación titulado "Ventajas Competitivas en el Desarrollo de las Pymes Agroindustriales" Universidad Nacional del Callao. <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/906/121.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Mathews, J. (2014). *Asociatividad empresarial*. AGENDA 2014. PROPUESTAS PARA MEJORAR: Universidad del Pacifico: Centro de investigacion: <http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>
- Medeiros, V., Gonçalves, L., & Camargos, E. (2019). *La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo*. Documento PDF: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45005/1/RVE129_Medeiros.pdf
- Melgarejo, Z., Vera, M., & Mora, E. (julio de 2013). La competitividad de la Mipyme y el desarrollo Regional. Estudio del caso Colombiano. *Tendencias, Vol. XIV* (No. 2), 184-215. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932013000200184#B3
- Montes, J. (2015). *Exportaciones*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2017). *La formalización de las empresas*. Ilo.org: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf
- Pérez, J. y Carballo, V. (2013) *Control de gestión empresarial*. Madrid, España: Esic
- Pelayo, C. M., (2011). *La competitividad*. <http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2020). *Definición de panadería*. Definicion.de: <https://definicion.de/panaderia/>
- Perez, V. (setiembre de 2008). *Competitividad Empresarial: un nuevo concepto*. deGerencia.com: https://degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto/

- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (11 de noviembre de 2021). *Definición de dirección*. Definición.de: <https://definicion.de/direccion/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (11 de noviembre de 2021). *Definición de Microempresa*. Definición.De: <https://definicion.de/micro-empresa/>
- Peru21. (2018). *Industria panadera creció 4.1% en la primera mitad del 2018*. Economía: <https://peru21.pe/economia/industria-panadera-crecio-4-1-primer-semester-nndc-425975-noticia/>
- Porter, M (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Mac Millan Press. New York.
- Poma, J. (2018). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las pequeñas y micro empresas del sector comercio, rubro panadería en la ciudad de Tingo María, Provincia de Leoncio Prado, periodo 2017*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote. [Tesis para optar el título de Contador Público]: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6334/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_CAPACITACION_POMA_ARRIETA_JOSE_LUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Portilla, S. (2020). *Gestión empresarial y competitividad en una MYPE del sector gastronómico, Puente Piedra, 2019 [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional, Cajamarca, Peru. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/53654>
- Quispe, L. (2013). *La Gestión Empresarial y el Impacto en el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, gestionado a través del Convenio Binacional ALBA-TCP, entre el Estado Plurinacional de Bolivia y la República Bolivariana de Venezuela, en las gestiones 2006-2012. [Título para Licenciatura]*. Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/3844/T->

1445.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Revista Venezolana de Gerencia. (2018). *Administración de recursos humanos: factor estratégico de productividad empresarial en pymes de Barranquilla*.

redalyc.org/journal: <https://www.redalyc.org/journal/290/29056115008/html/>

Rivera, A. (2020). *La gestión empresarial y la competitividad en las Mypes del sector producción -Rubro Vitivinícola de la Provincia de Tacna, año 2019 [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]*. Repositorio institucional.

http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/4149/295_2020_rivera_mamani_a_espg_maestria_en_gestion_empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ruiz, J. (2015). Factores que inciden en la competitividad de las Mypes de la región Callao. *Informe final de proyecto de investigación*. Universidad del Callao, Lima Callao.

<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/1038/241.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Romo, D., & Abdel, G. (2005). Sobre el concepto de Competitividad. *revistas.bancomext.gob.mx*, VOL. 55(NÚM. 3), 200.

http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/76/1/David_Romo.pdf

Roldán, P. N. (2 de diciembre de 2016). *Competitividad*. Recuperado el 11 de noviembre de 2021, de Economipedia.com:

<https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

Ruiz, N (2015) “*Factores que inciden en la competitividad de las mypes de la región callao*”. *La presente investigación tuvo como objeto identificar los factores de competitividad de las MYPES de la región Callao*”.

- Ruiz, J. (2015). Factores que inciden en la competitividad de las Mypes de la region Callao. *Informe final de proyecto de investigaciòn*. Universidad del Callao, Lima Callao.
<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/1038/241.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, J. (2013). *Indicadores de gestión empresarial: De la estrategia a los resultados*.
- Salazar, K. (2018). *Caracterizacion del financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio del Peru: Caso empesa de transportes de carga via Lomaz E.I.R.L. -Casma 2017 [Tesis de Titulo de Contador publico]*. Repositorio institucional.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6097/FINANCIAMIENTO_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_SALAZAR_SEPERAK_KEVEN_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sierra, J., Romero, B., & Genes, J. (2019). *Innovación tecnológica para la competitividad: caso sector panadero del departamento de La Guajira [Version PDF]*. Gente Nueva.
<https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/xmlui/bitstream/handle/uniguajira/294/24.%20Innovaci%C3%B3n%20teconl%C3%B3gica%20sector%20panadero%20web-.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SIB. (11 de noviembre de 2021). *Ambiente de control*. sib.gob.gt:
<https://www.sib.gob.gt/web/sib/sbr/enfoque/control>
- Significados.com. (11 de noviembre de 2021). *Significado de desarrollo*. Desarrollo:
<https://www.significados.com/desarrollo/>
- Simancas, R., Silvera, A. d., Garces, L., & Hernandez, H. (2018). Administración de recursos humanos: factor estratégico de productividad empresarial en pymes de

- Barranquilla. *Revista Venezolana de Gerencia*. redalyc.org/journal:
<https://www.redalyc.org/journal/290/29056115008/html/>
- Sociedad Nacional de Industrias (SNI). (s.f.). *Industria panadera creció 4.1% en el primer semestre del 2018*.
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, vol. XXXI(núm. 2), 179-198. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Stevens, R. (2019). *Rankia*. ¿Qué son las cuentas por cobrar y cuál es su importancia?: <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3631525-que-son-cuentas-por-cobrar-cual-importancia>
- Tahona, L. (2017). *La Tahona*. Revista la tahona.com:
<https://www.revistalatahona.com/2017/08/exportaciones-panaderia-pasteleria-industrial-superan-20/>
- Ubfal, D. (2004). *El concepto de Competitividad: Medicion y aplicacion al caso Argentino*. <http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2016/03/CENES15.pdf>
- Ucha, F. (mayo de 2011). *Definición ABC*. economía y gestión empresarial:<https://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>
- Ugaz, D. (2015) “*Gestión empresarial y competitividad de las mypes en el mercado de lima durante el año 2017* [Tesis para optar el Título Profesional de contador público].
- Vargas, B., & del Castillo, C. (junio de 2008). Competitividad sostenible de la pequeña empresa: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, vol. 13(núm. 24), pp. 59-80.

<https://www.redalyc.org/pdf/3607/360733604004.pdf>

Vilcas, O. (2018). *Estrategias para aumentar la participación en el mercado de insumos para panificación y pastelería de una empresa privada [Tesis para optar el grado de maestro en Administración]*. Universidad Nacional Agraria la Molina, Lima.
<http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3509/vilcas-bernia-osca-alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Villar, P. (13 de agosto de 2021). *Lo que pidieron los gremios de mypes peruanas al Gobierno de Castillo en primera reunión*. Bloomberg Línea:
<https://www.bloomberglinea.com.pe/2021/08/11/lo-que-pidieron-los-gremios-de-mypes-peruanas-al-gobierno-de-castillo-en-primera-reunion-testimonios/>

Yupanqui, E. (2020). *Gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao de la Provincia de Satipo, 2019 [Tesis de grado de Maestría]*.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18471/GESTI%C3%93N_DE_LA_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_RESPONSABILIDAD%20_YUPANQUI_ACEVEDO_EDIC_MARLENE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Anexo 1.

Instrumento de recolección de datos.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA
SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



ENCUESTA ANÓNIMA

INSTRUCCIONES:

Nos dirigimos usted para expresarle nuestro cordial saludo, el presente cuestionario servirá para recaudar información detallada sobre “**Gestión Empresarial y competitividad en las Pymes del sector panadería en el Distrito de Rupa Rupa**”. Le invitamos a responder cada una de las características descritas en los siguientes enunciados. Por favor lea cuidadosamente cada una de las alternativas y elija la respuesta que cree conveniente y marque con un aspa (x).

Complete con lapicero y marque con una x dentro del recuadro.

- **Edad:** a) 18 – 25 b) 26 - 35 c) 36 - 45 d) 46 -50 e) 51 - mas
- **Sexo:** a) (M) b) (F)

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

N ^a	VARIABLE IND: GESTIÓN EMPRESARIAL	ESCALA				
		1	2	3	4	5
	PLANEACIÓN DE LA GESTION					
1	¿Realizan la planificación mediante un análisis situacional?					
2	¿Planean los objetivos establecidos por la empresa?					
3	¿La empresa formulan estrategias para la ejecución de un plan?					
4	¿La panadería cuenta con planes de acción para sus operaciones?					
	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL					
5	¿La panadería establece objetivos concretos organizacionales en las diferentes áreas?					
6	¿Establecen la importancia del uso de los recursos materiales en la gestión empresarial?					
7	¿En la panadería se practican los principios universales que desarrolla toda organización?					
8	¿Se establecen una estructura funcional que adopta la empresa para división del trabajo?					
	CONTROL EMPRESARIAL					
9	¿La empresa realiza una revisión eficiente de sus operaciones?					
10	¿Establecen sistemas de control y evaluación eficaces?					
11	¿Realiza el control programado de adquisiciones?					
12	¿La empresa cuenta con los mecanismos y prácticas que faciliten el ejercicio del autocontrol?					
	DIRECCIÓN EMPRESARIAL					
13	¿Emplean las TICs en el desarrollo de la comunicación en la organización?					
14	¿Utilizan la motivación para obtener mejoras en la producción?					
15	¿Utilizan un liderazgo adecuado para dirigir al personal?					

16	¿La empresa establece una orientación para los objetivos?					
VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD						
FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL						
17	¿La formalización de la empresa accede a los beneficios de la Ley MYPE?					
18	¿La formalización de la empresa accede asesorías y conferencias laborales?					
19	¿La formalización de la empresa permite participar en concursos y/o licitaciones municipales?					
20	¿La formalidad permite realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional?					
ACCESO AL FINANCIAMIENTO						
21	¿Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal?					
22	¿Permite acceder a créditos de cuentas x cobrar?					
23	¿Les permite acceder a leasing financiero? (Arrendamiento)					
24	¿Permite realizar evaluaciones de sus resultados contables para conocer el rendimiento de sus inversiones?					
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL						
25	¿Permite ser compatibles con el modelo de asociatividad de redes que fomenta un mayor desarrollo de la empresa?					
26	¿Evita la falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción?					
27	¿Permite el beneficio que brinda la asociatividad empresarial en el Joint Venture (Alianzas estratégicas) para el ingreso a nuevos mercados?					
28	¿Permite la subcontratación por outsourcing mediante la asociatividad empresarial?					
EXPORTACIONES						
29	¿Le permite la exportación por envío de muestras a los clientes?					
30	¿Le permite exportación de productos no tradicionales?					
31	¿Le permite exportación indirecta de materias primas?					
32	¿Le permite ser parte de la exportación por TLC?					

Anexo 2. Fichas de validación por juicio de expertos

Experto 1



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Anexo 1.

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DOCUMENTAL
(JUICIO DE EXPERTO)**

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario
NOMBRE DEL EXPERTO : Dr. *Flavio David Ancón Berrospi*
EXPECIALIDAD DEL EXPERTO : Licenciado en Administración

TABLA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO

Nº	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENO			MUY BUENO				PTJE.	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95		100
1	Los ítems son claros y está redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio															X						
2	Los ítems ayudan a describir conductas																X					
3	Los ítems presentan consistencia con el marco teórico																		X			
4	Los ítems tienen coherencia con la estructura de dimensiones e indicadores																			X		
5	La cantidad de ítems es suficiente para cada indicador																				X	
6	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica															X						
7	El instrumento es útil para a la investigación propuesta																				X	
PUNTAJE PROMEDIO																					83,6%	

OPINION GLOBAL:

El instrumento aplica para el desarrollo de la investigación. *si aplica. y en lo relacionado a la Gestión empresarial ordenar la secuencia del proceso admtivo. (Podico).*

David
FIRMA DEL EXPERTO

DNI	TELEFONO	E-MAIL
23001412	962645628	davidanwbq@hotmail.com

Experto 2



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Anexo 1.
FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DOCUMENTAL
(JUICIO DE EXPERTO)

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario
NOMBRE DEL EXPERTO : Dr. M.sc. Adm. Carlos A. Silva Ríos
EXPECIALIDAD DEL EXPERTO : Licenciado en Administración

TABLA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO

Nº	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENO				MUY BUENO				PTJE.
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1	Los ítems son claros y está redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio																		x		90	
2	Los ítems ayudan a describir conductas																		x		85	
3	Los ítems presentan consistencia con el marco teórico																			x	95	
4	Los ítems tienen coherencia con la estructura de dimensiones e indicadores																		x		90	
5	La cantidad de ítems es suficiente para cada indicador																			x	95	
6	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica																			x	95	
7	El instrumento es útil para a la investigación propuesta																		x		85	
PUNTAJE PROMEDIO																				90.71		

OPINION GLOBAL:

El instrumento aplica para el desarrollo de la investigación.

los ítems guardan correspondencia con lo que se quiere alcanzar o lograr

Carlos A. Silva Ríos
FIRMA DEL EXPERTO

DNI	TELEFONO	E-MAIL
23062284	999442121	carlos.silva@unas.edu

Experto 3



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Anexo 1.

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DOCUMENTAL
 (JUICIO DE EXPERTO)**

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario
 NOMBRE DEL EXPERTO : Dr. MIGUEL ANGULO CÁRDENAS
 ESPECIALIDAD DEL EXPERTO : Licenciado en Administración

TABLA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO

Nº	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DEFICIENTE				BAJO				REGULAR				BUENO				MUY BUENO				PTJE.
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1	Los ítems son claros y está redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio																		X			
2	Los ítems ayudan a describir conductas																			X		
3	Los ítems presentan consistencia con el marco teórico																			X		
4	Los ítems tienen coherencia con la estructura de dimensiones e indicadores																			X		
5	La cantidad de ítems es suficiente para cada indicador																		X			
6	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica																			X		
7	El instrumento es útil para a la investigación propuesta																			X		
PUNTAJE PROMEDIO																					94%	

OPINION GLOBAL:

El instrumento aplica para el desarrollo de la investigación.

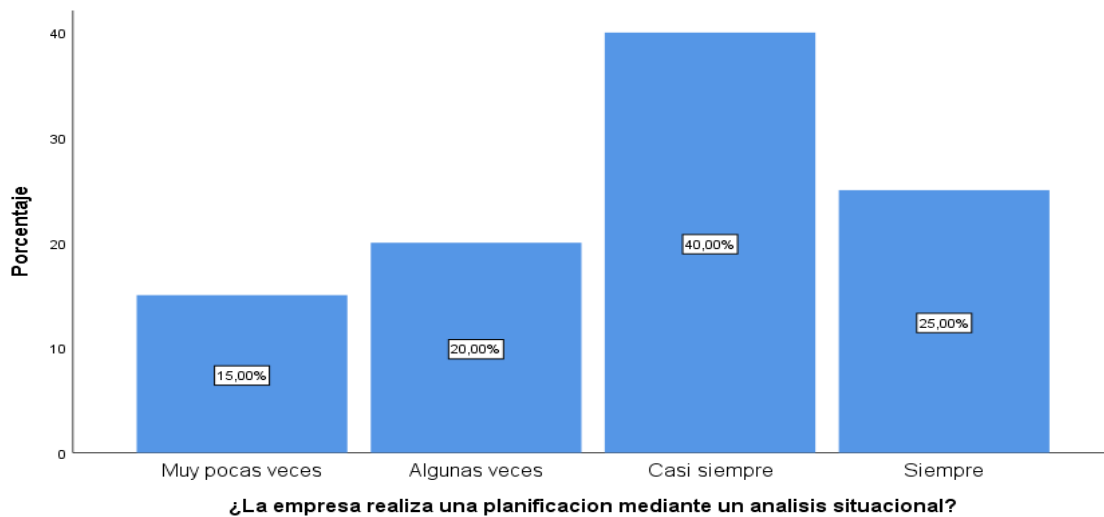
Miguel Angulo Cárdenas
 Dr. Miguel Angulo Cárdenas
 FIRMA DEL EXPERTO

DNI	TELEFONO	E-MAIL
22964188	962679194	miguelangulo23@hotmail.com

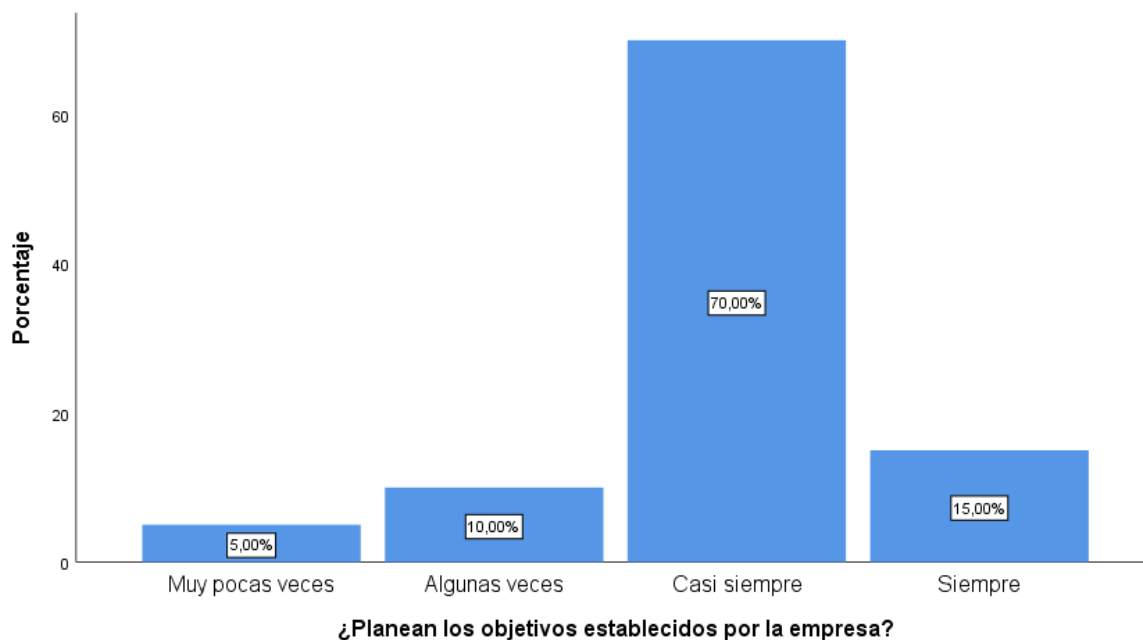
Anexo 3

Figuras de los indicadores de la Variable independiente: Gestión empresarial

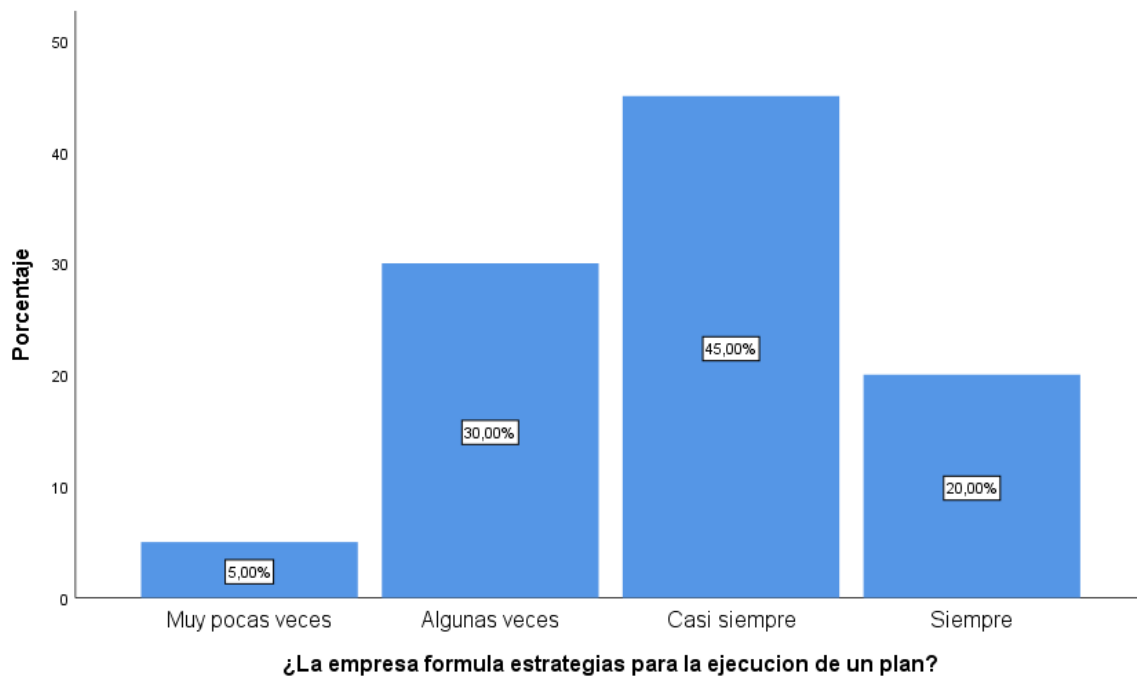
¿La empresa realiza una planificación mediante un análisis situacional? (n=20)



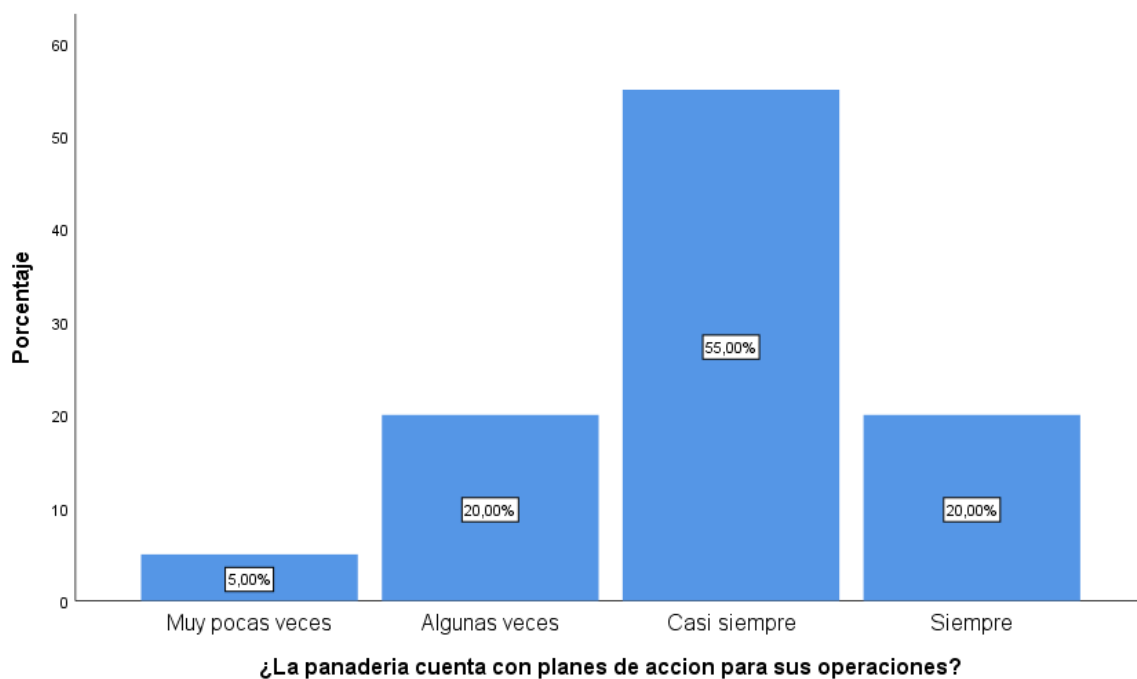
¿Planean los objetivos establecidos por la empresa?



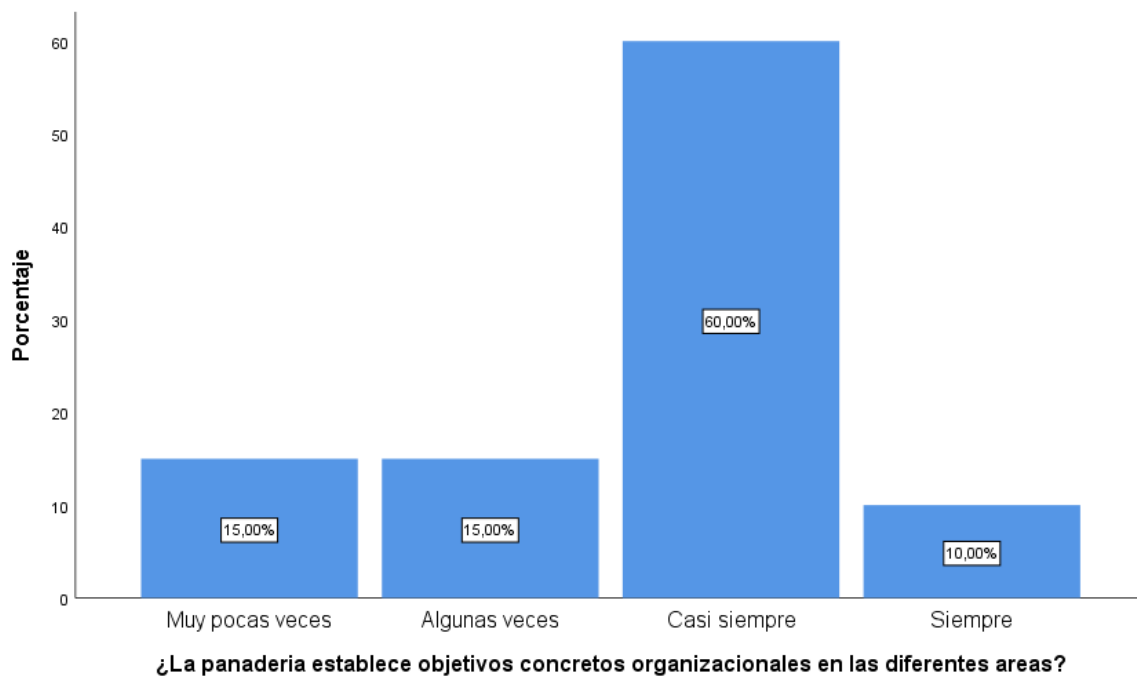
¿La empresa formula estrategias para la ejecución de un plan?



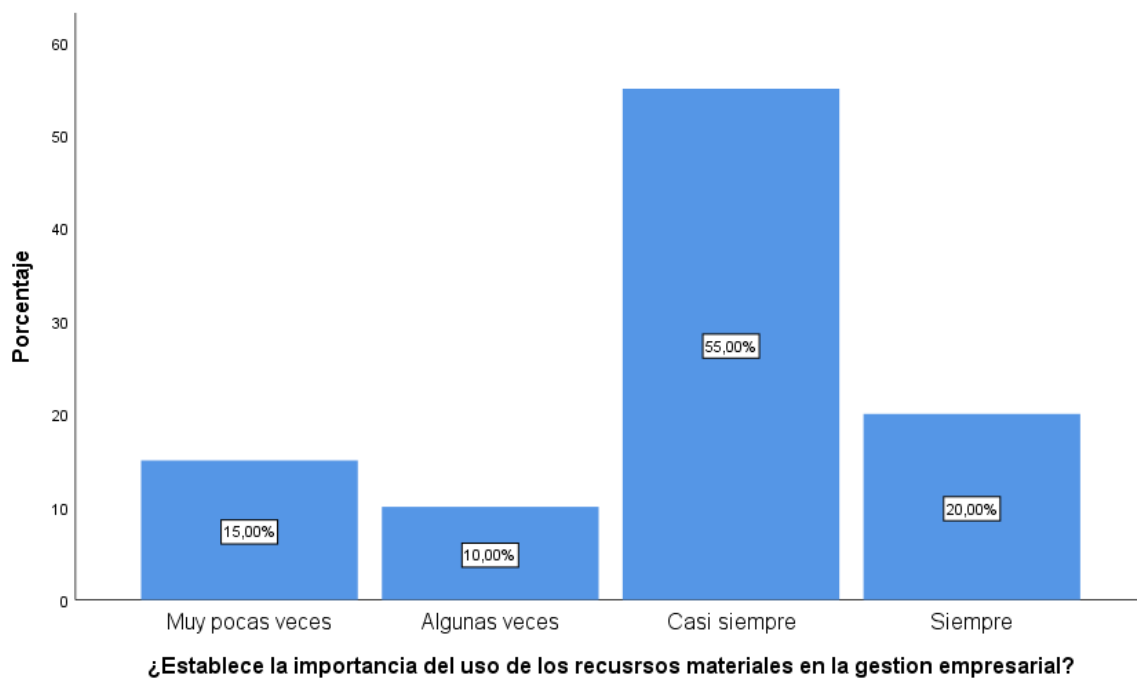
¿La panadería cuenta con planes de acción para sus operaciones?



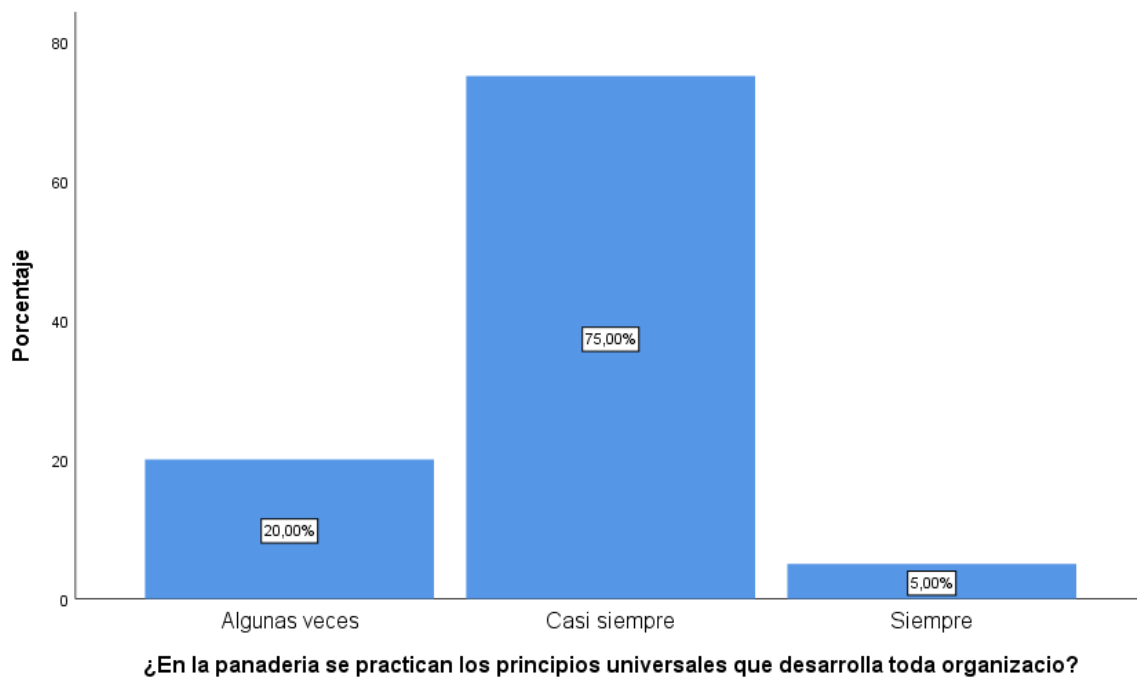
¿La panadería establece objetivos concretos en las diferentes áreas?



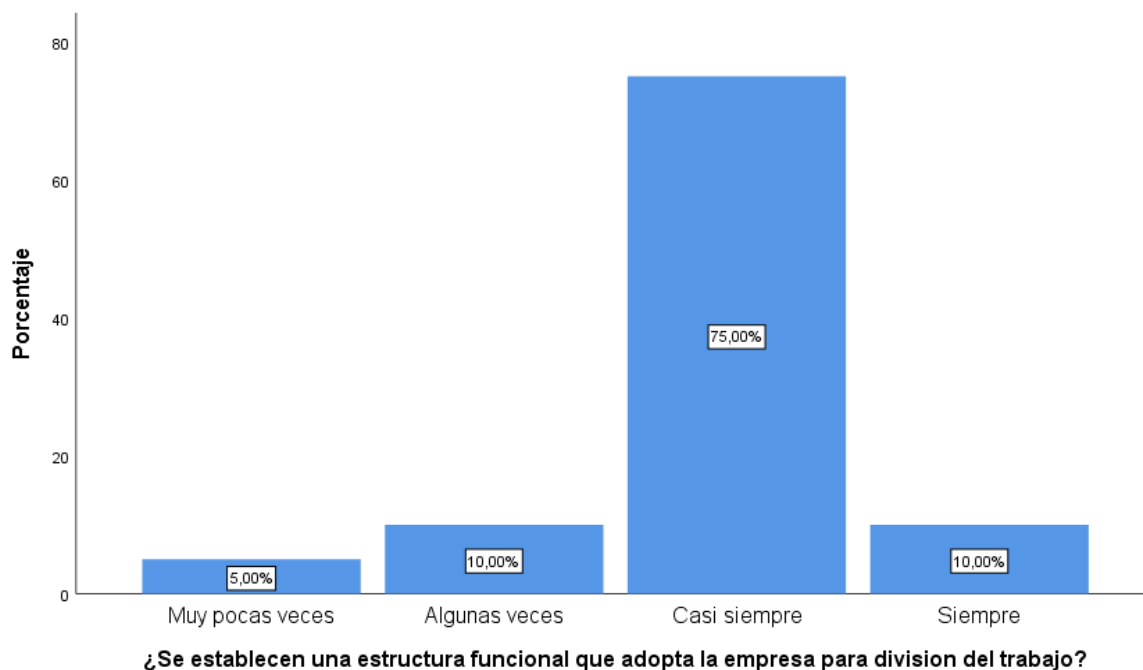
¿Establece la importancia del uso de los recursos materiales en la gestión empresarial?



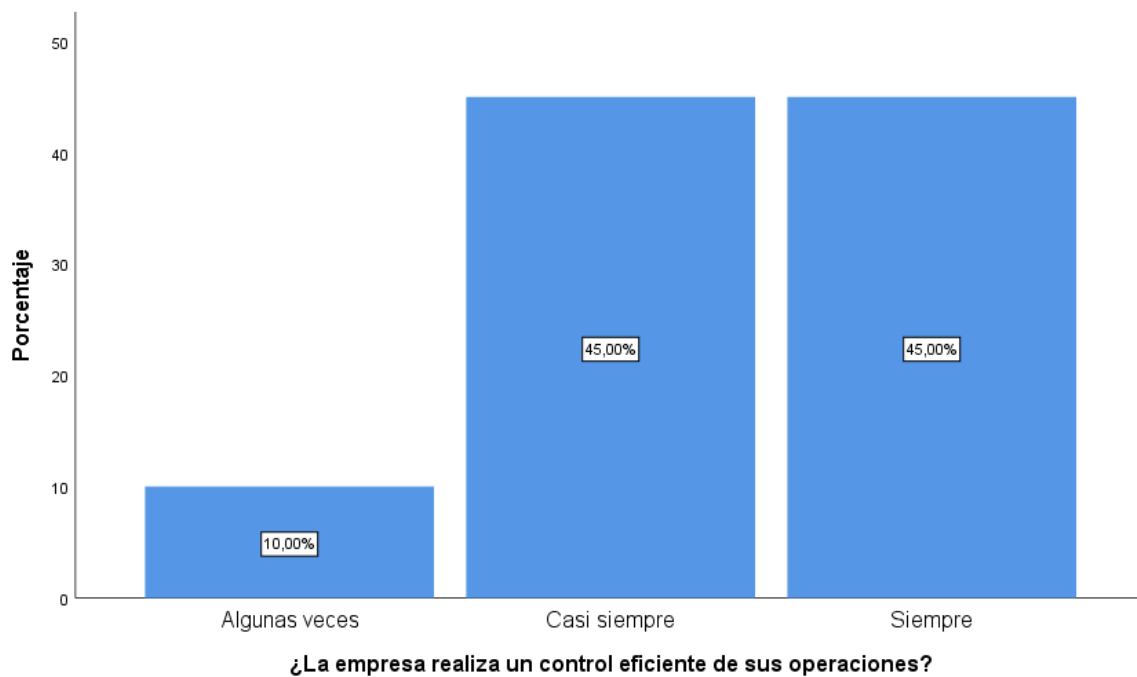
¿En la panadería se practican los principios universales de toda organización?



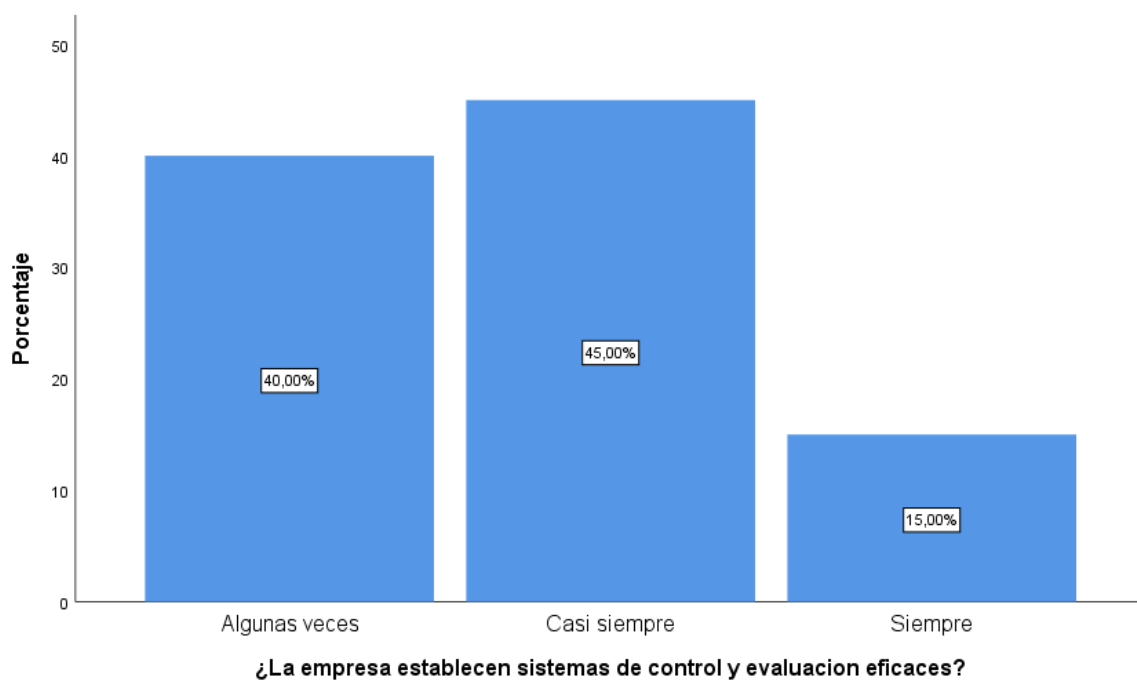
¿Se establecen una estructura funcional para la división del trabajo?



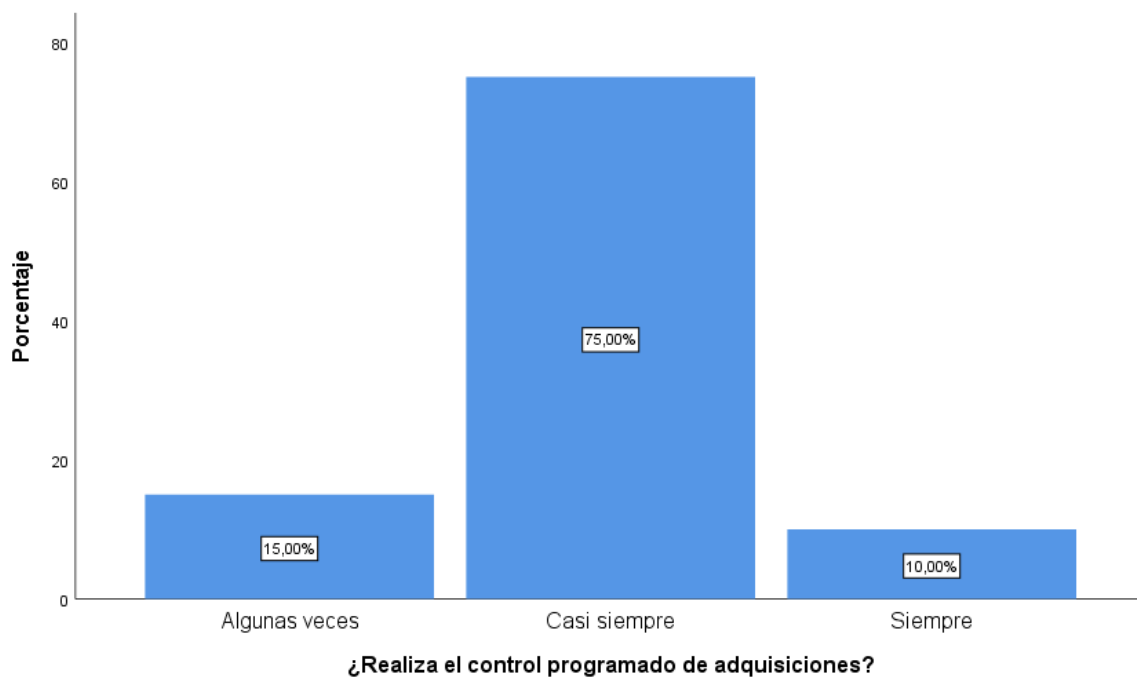
¿La empresa realiza un control eficiente de sus operaciones?



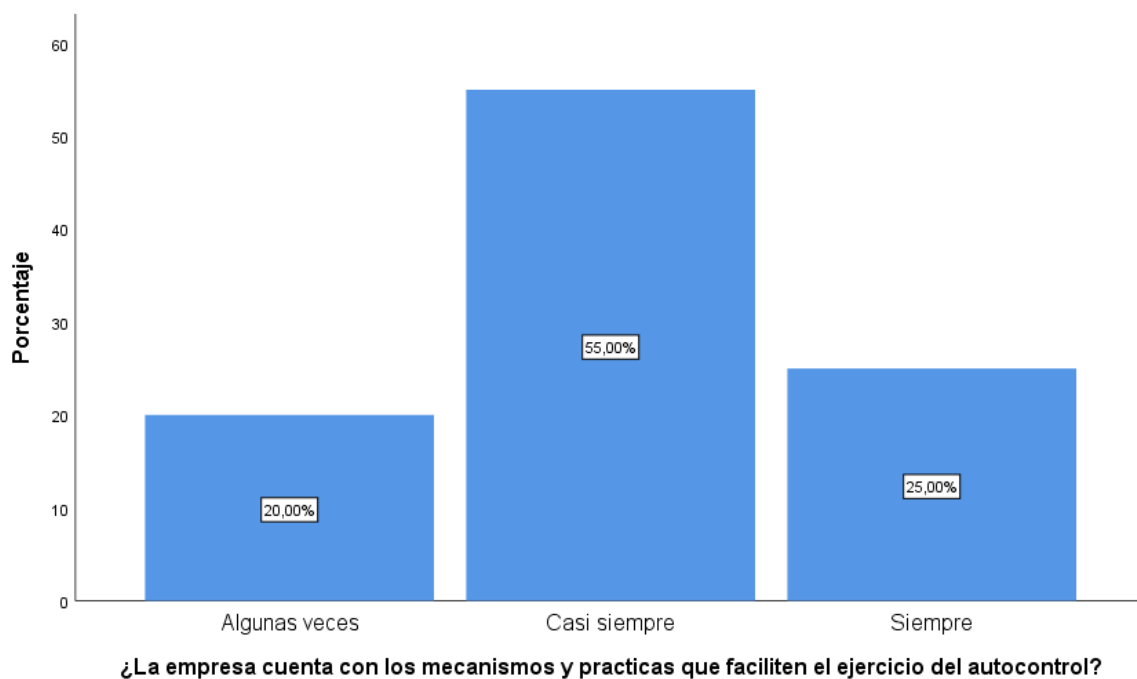
¿La empresa establecen sistemas de control y evaluación eficaces?



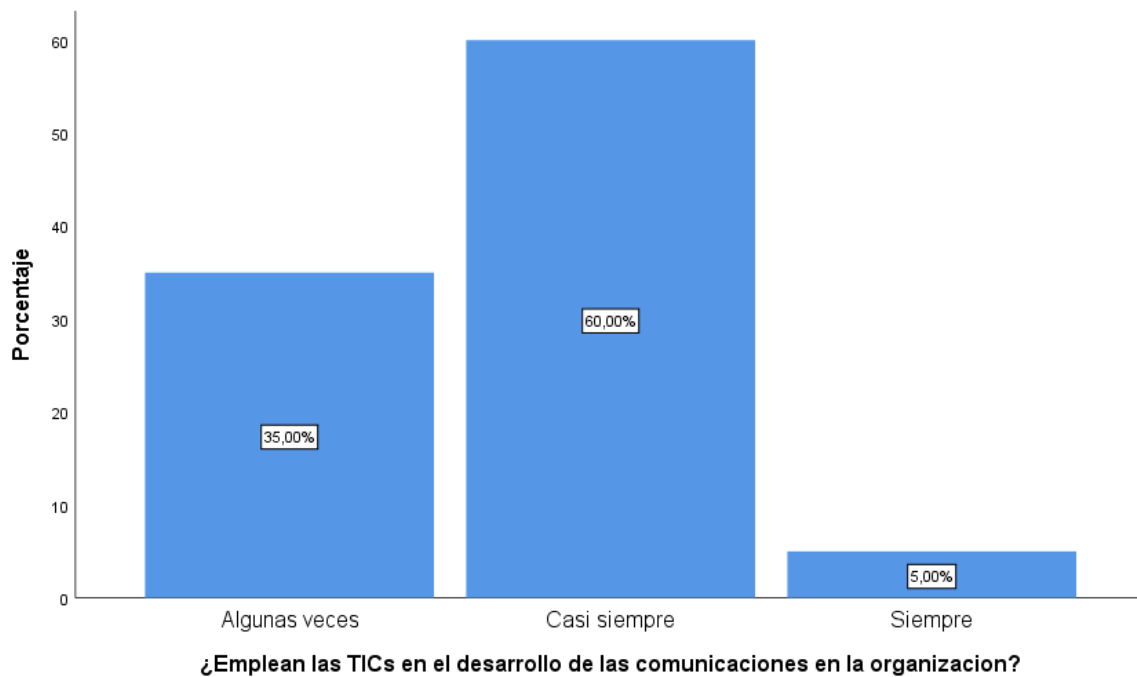
¿Realiza el control programado de adquisiciones?



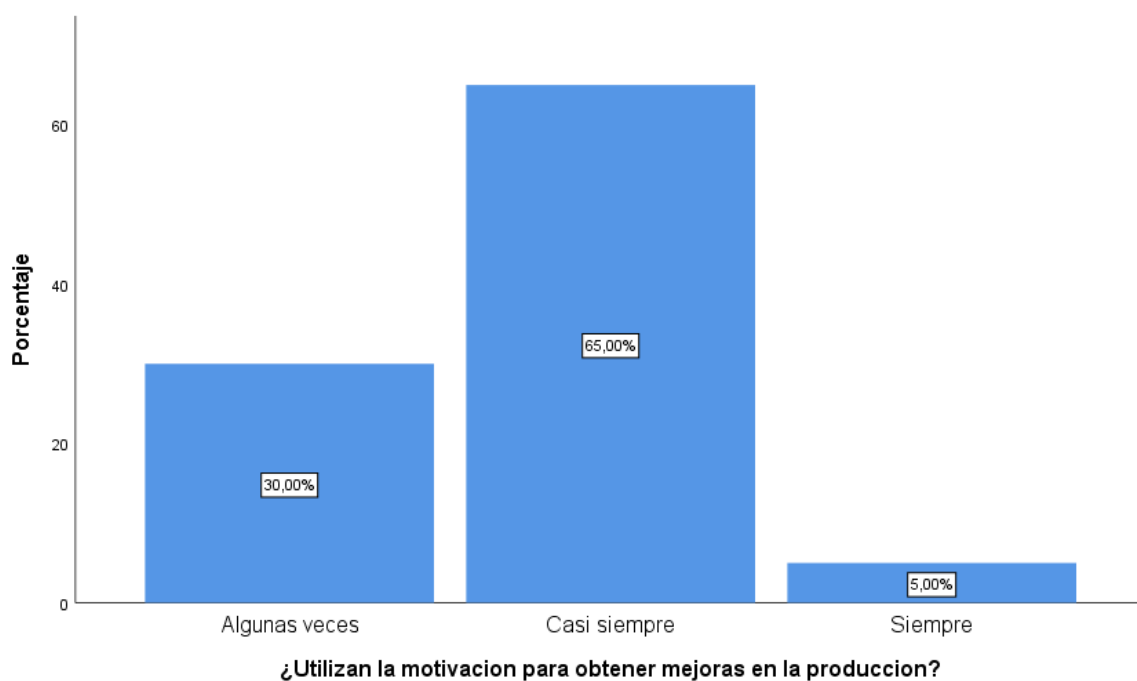
¿La empresa cuenta con los mecanismos y prácticas que faciliten el ejercicio del autocontrol?



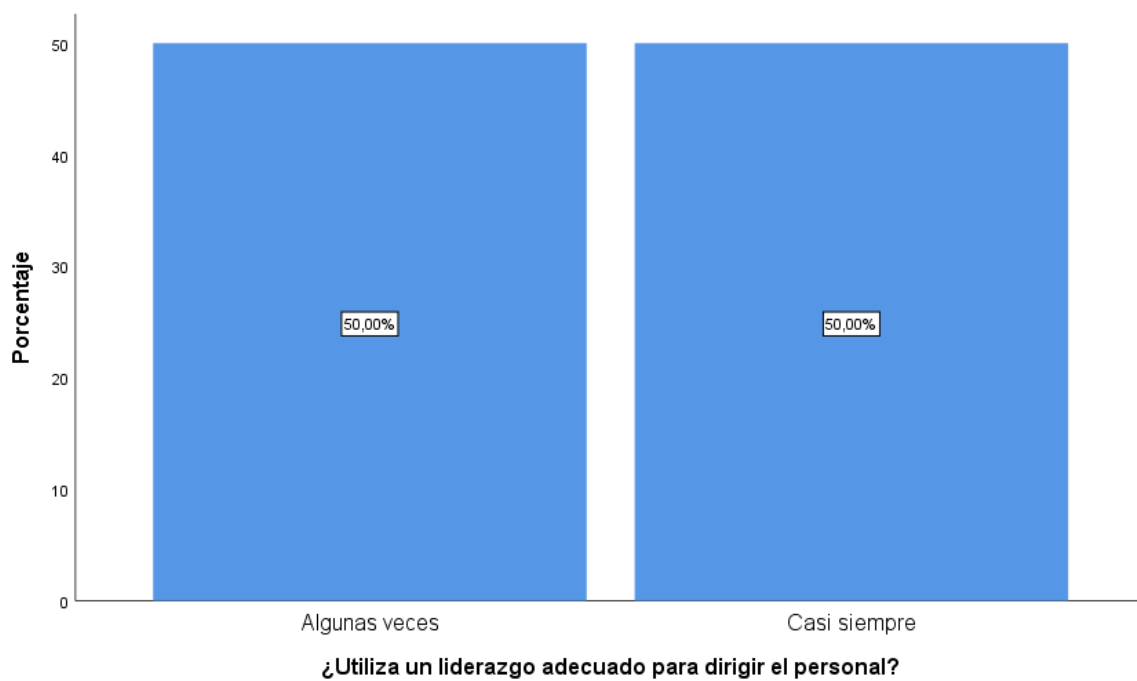
¿Emplean las TICs en el desarrollo de las comunicaciones en la organización?



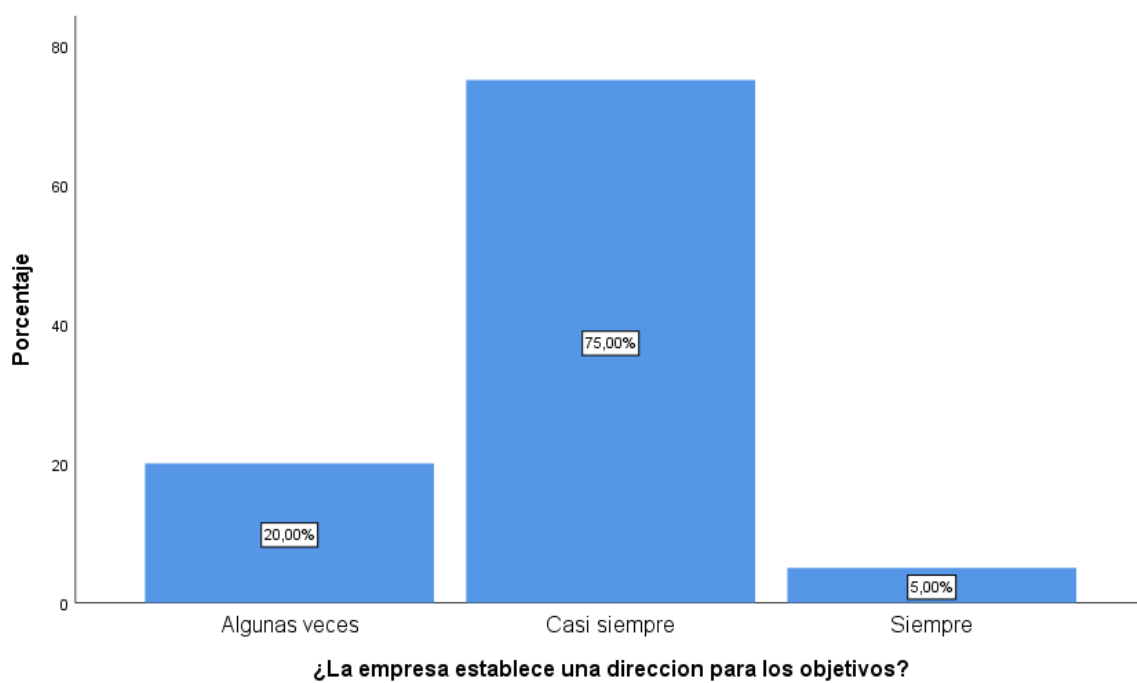
¿Utilizan la motivación para obtener mejoras en la producción?



¿Utiliza un liderazgo adecuado para dirigir el personal?



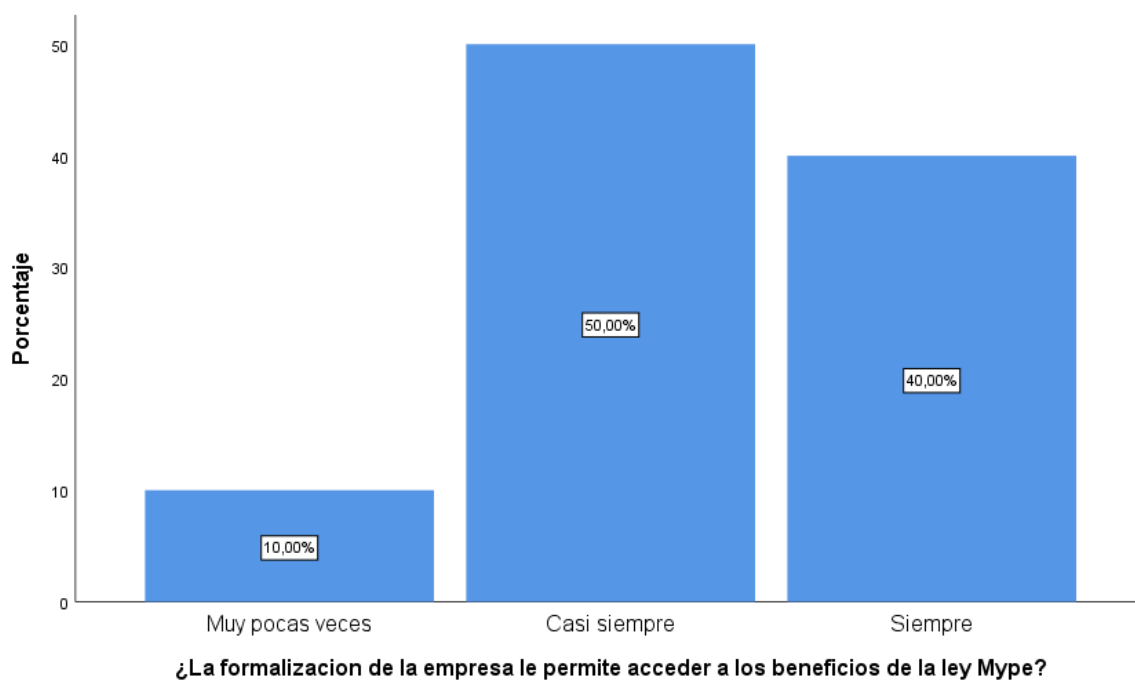
¿La empresa establece una dirección para los objetivos?



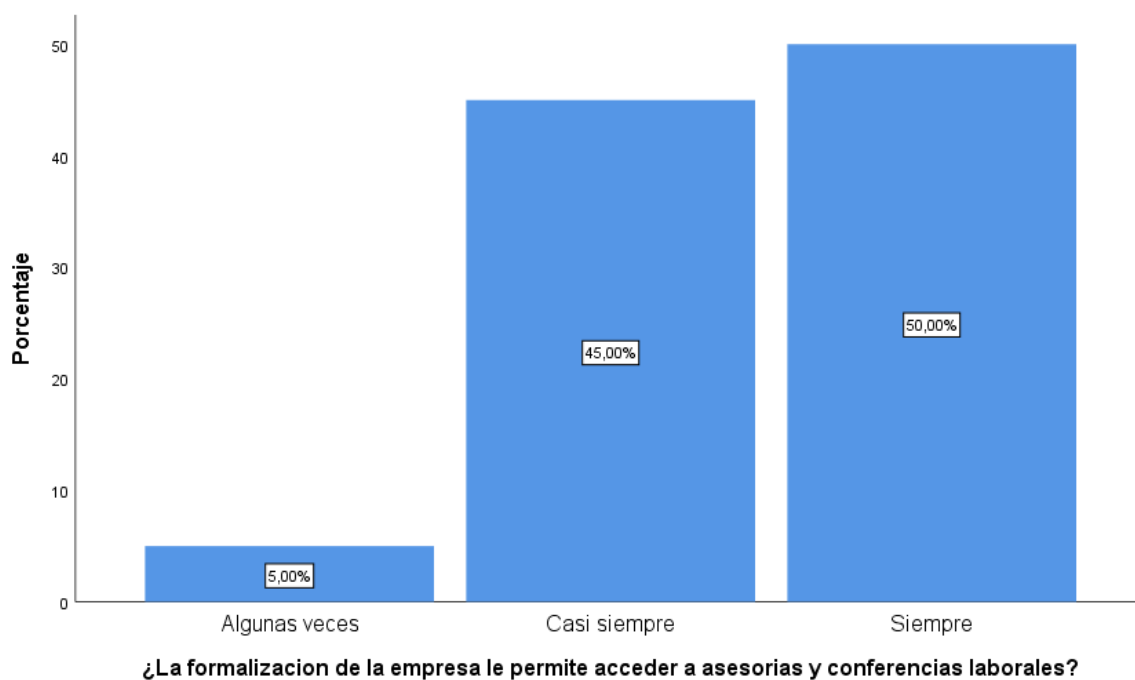
FIGURAS DE LOS INDICADORES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE:

COMPETITIVIDAD

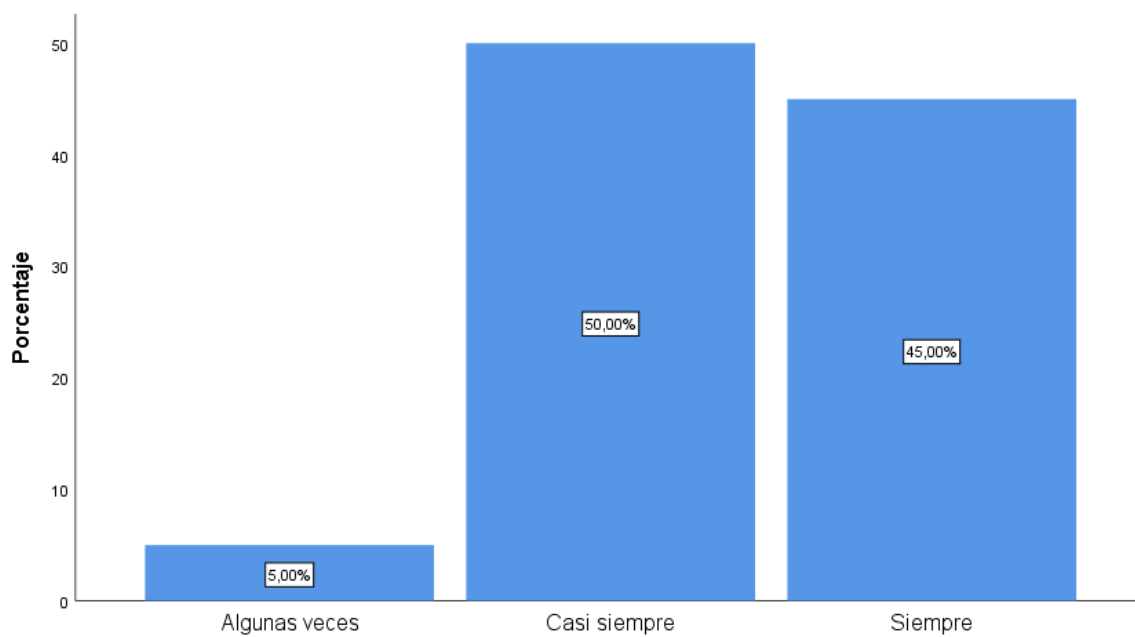
¿La formalización de la empresa le permite acceder a los beneficios de la ley Mypes?



¿La formalización de la empresa le permite acceder a asesorías y conferencias laborales?

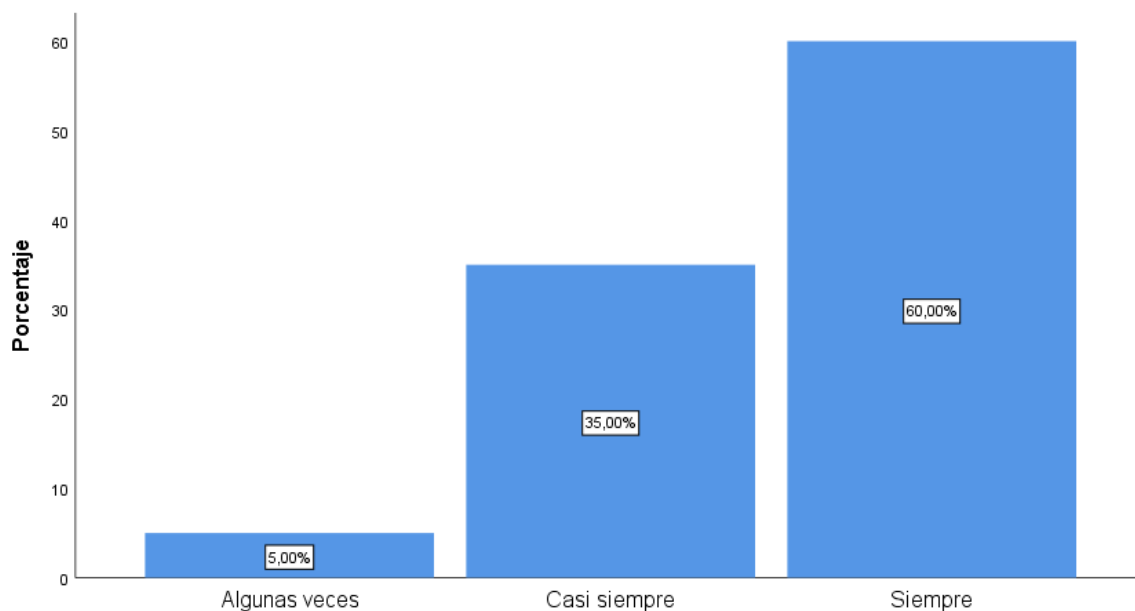


¿La formalización de la empresa le permite participar en concursos y/o licitaciones municipales?



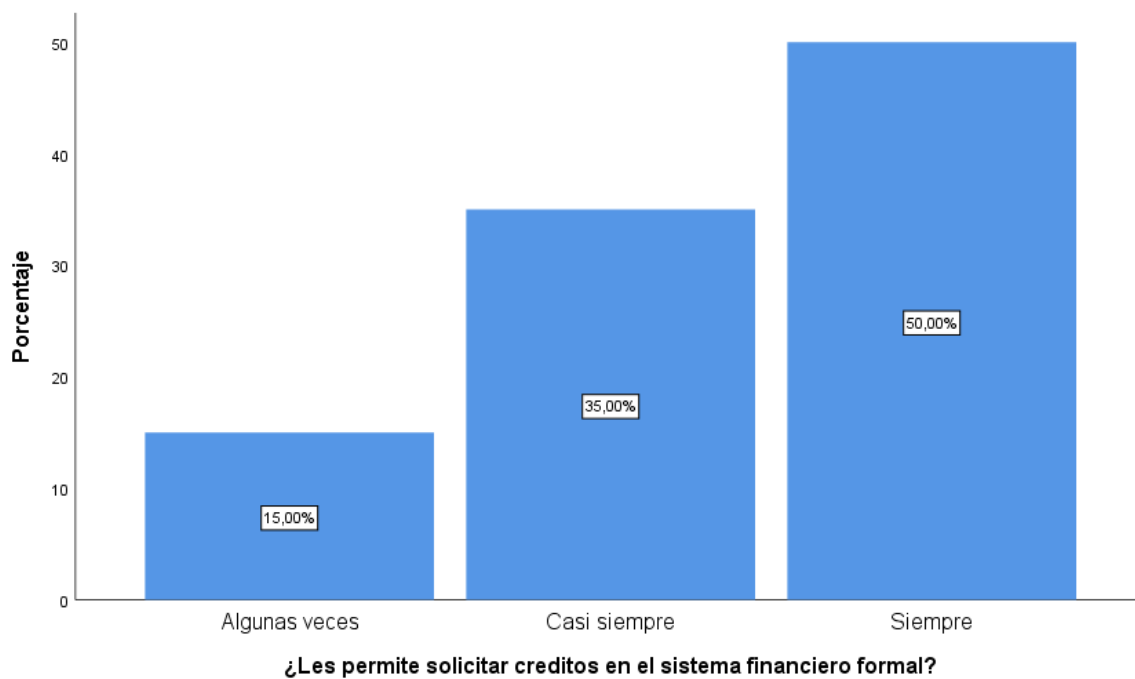
¿La formalización de la empresa le permite participar en concursos y/o licitaciones municipales?

¿La formalización le permite realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional?

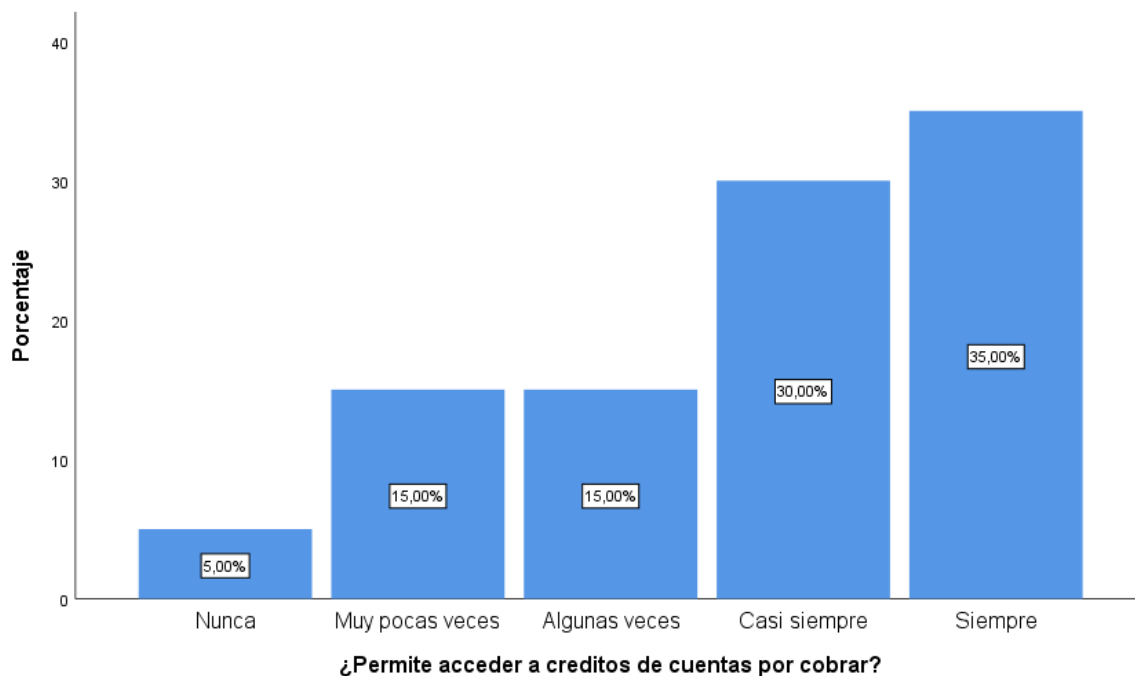


¿La formalización le permite realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional?

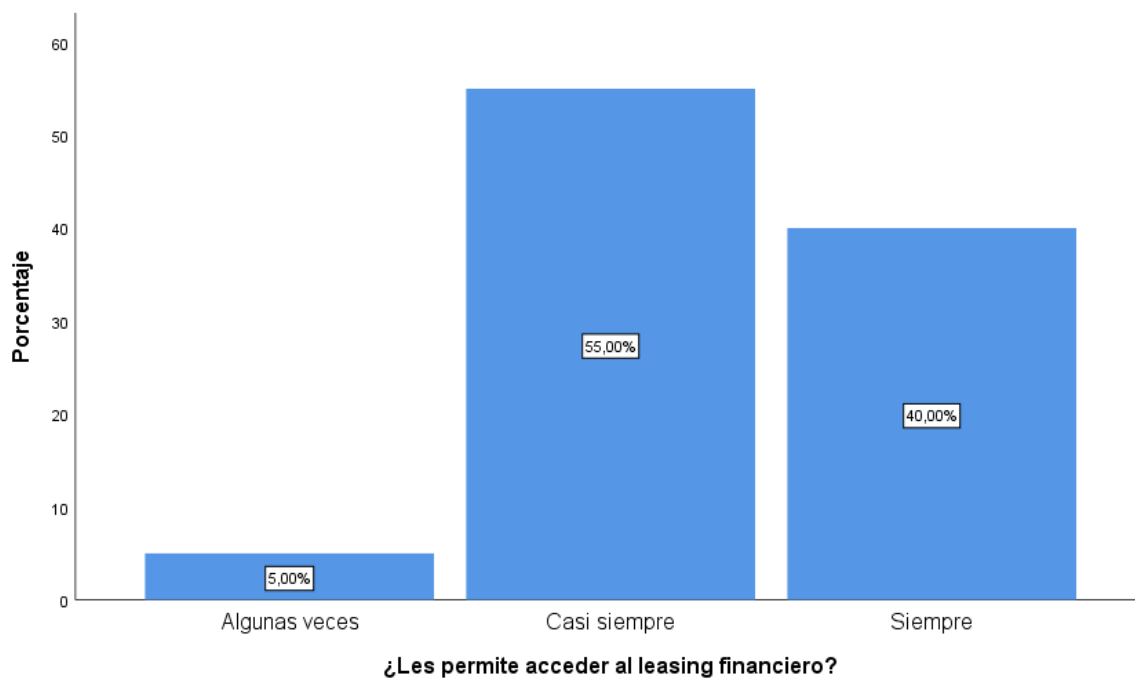
¿Les permite solicitar créditos en el sistema financiero formal?



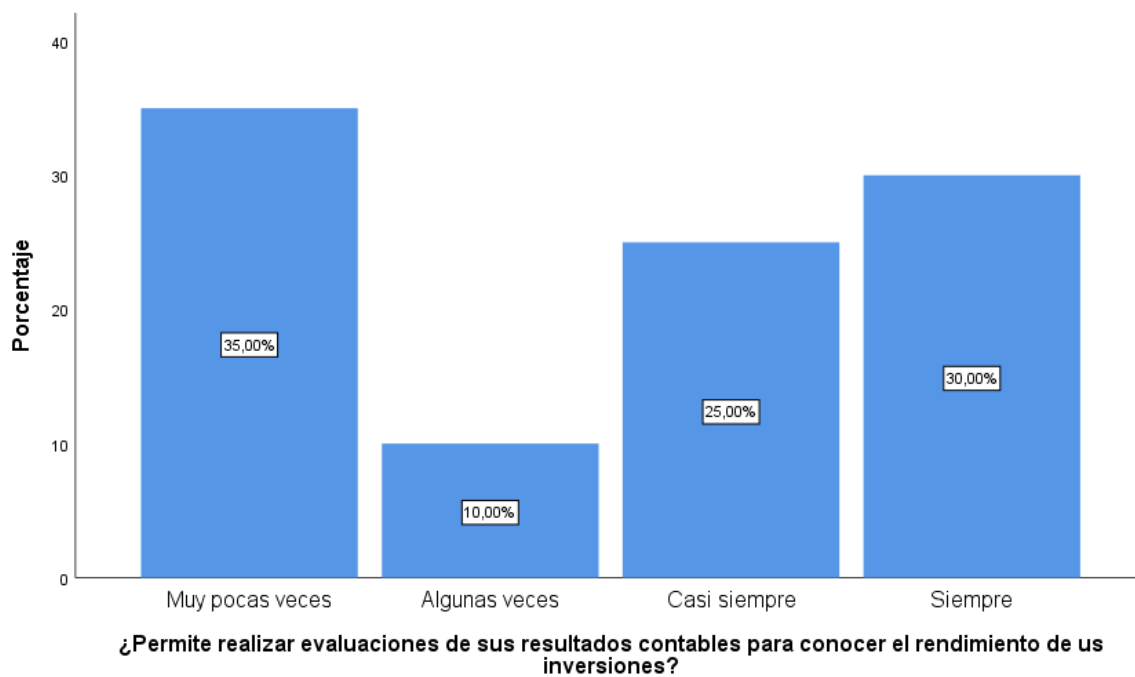
¿Permite acceder a créditos de cuentas por cobrar?



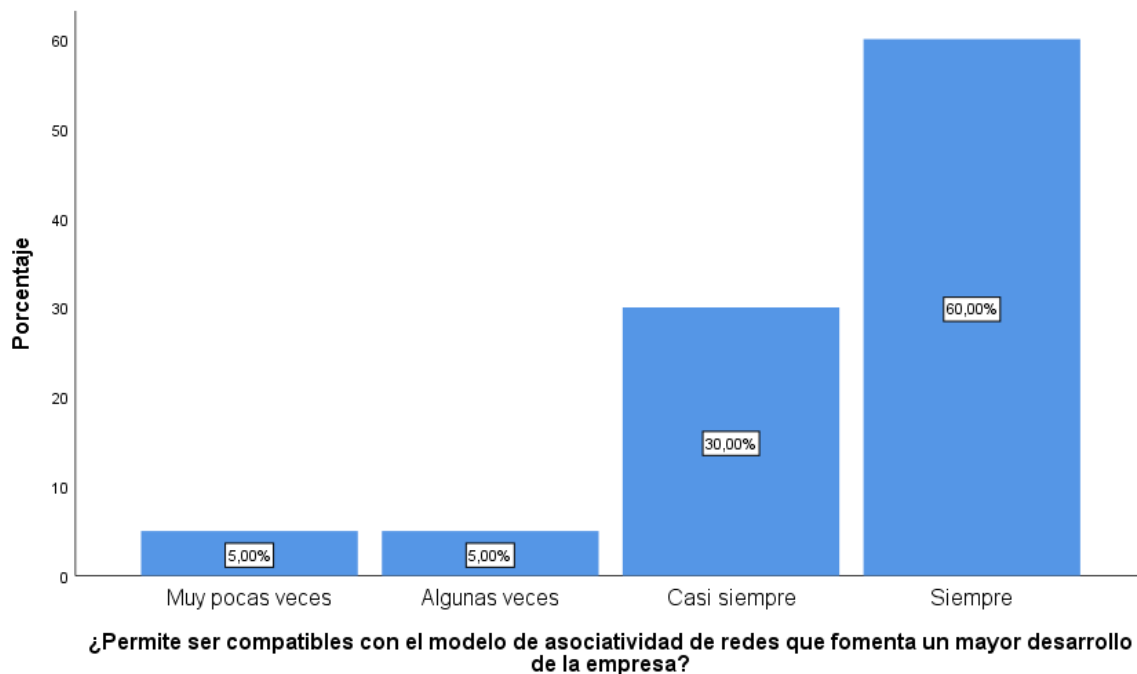
¿Les permite acceder al leasing financiero?



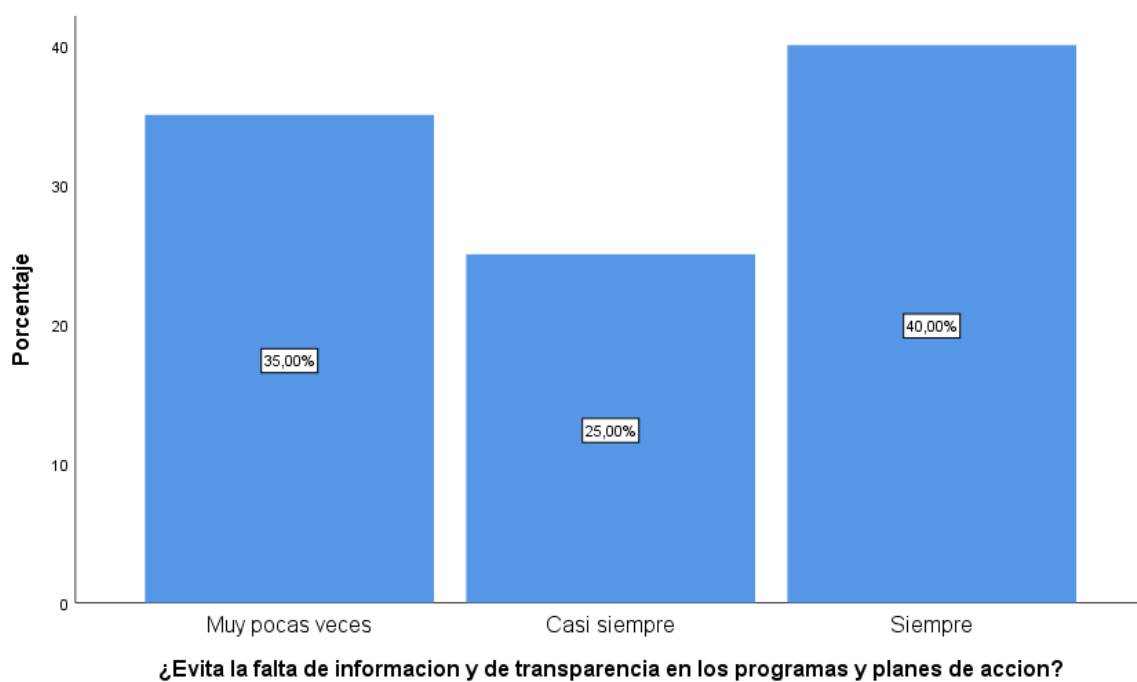
¿Permite realizar evaluaciones de sus resultados contables para conocer el rendimiento de sus inversiones?



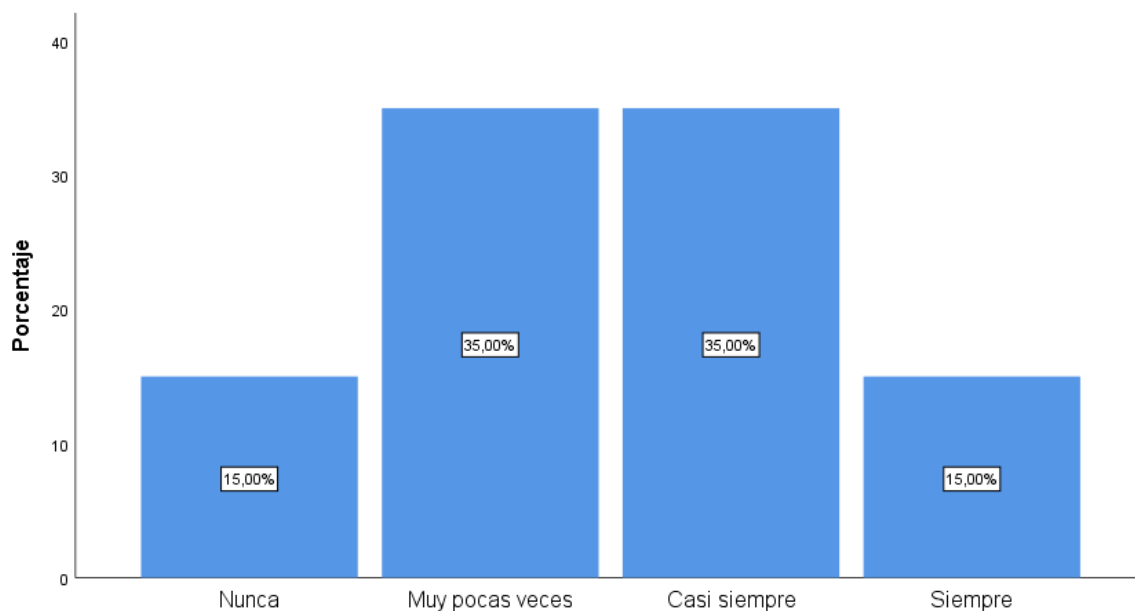
¿Permite ser compatibles con el modelo de asociatividad de redes que fomenta un mayor desarrollo de la empresa?



¿Evita la falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción?

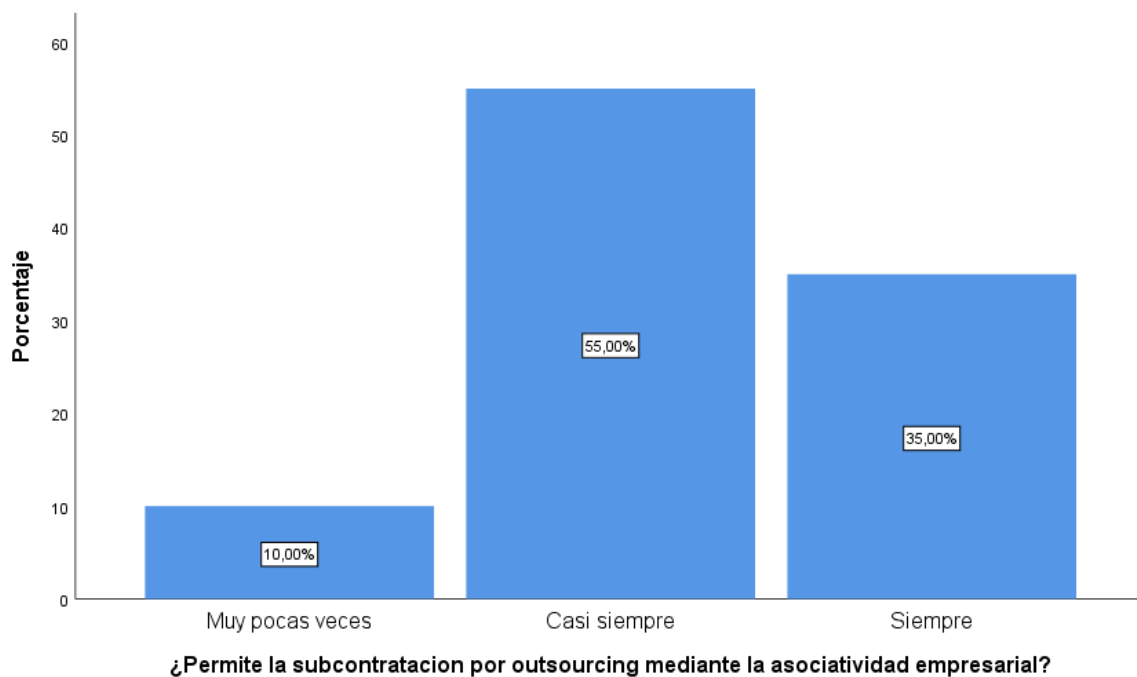


¿Permite el beneficio que brinda la asociatividad empresarial en el Joint Venture (Alianzas estratégicas) para el ingreso de nuevos mercados?

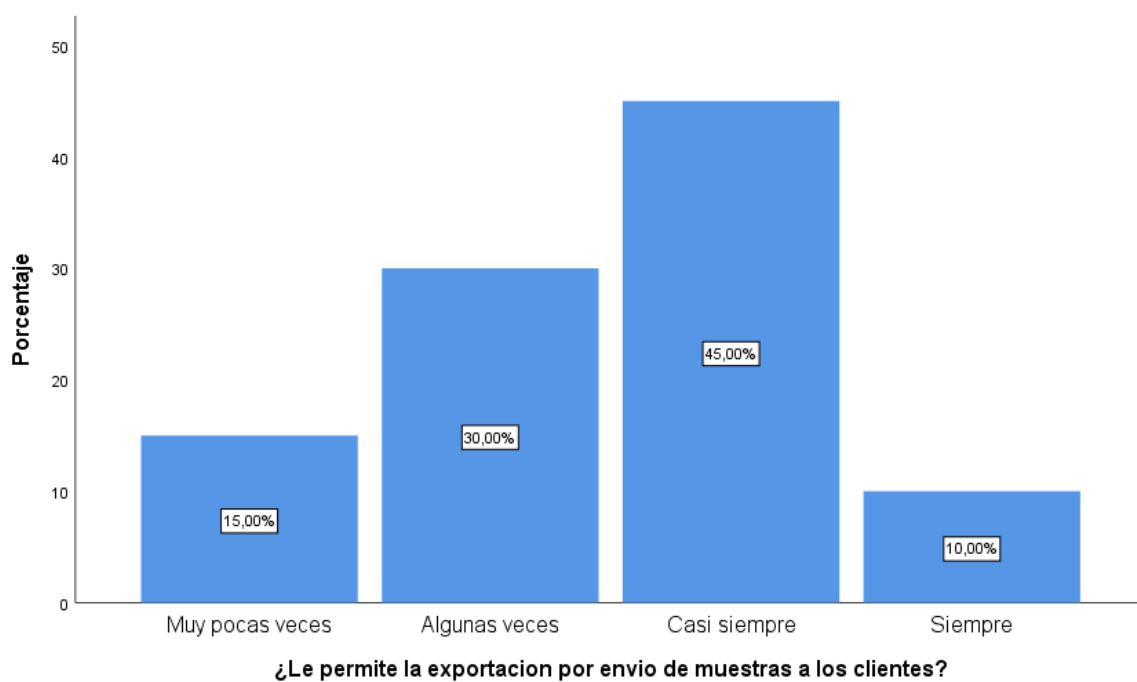


¿Permite el beneficio que brinda la asociatividad empresarial en el Joint Venture (Alianzas estratégicas) para el ingreso de nuevos mercados?

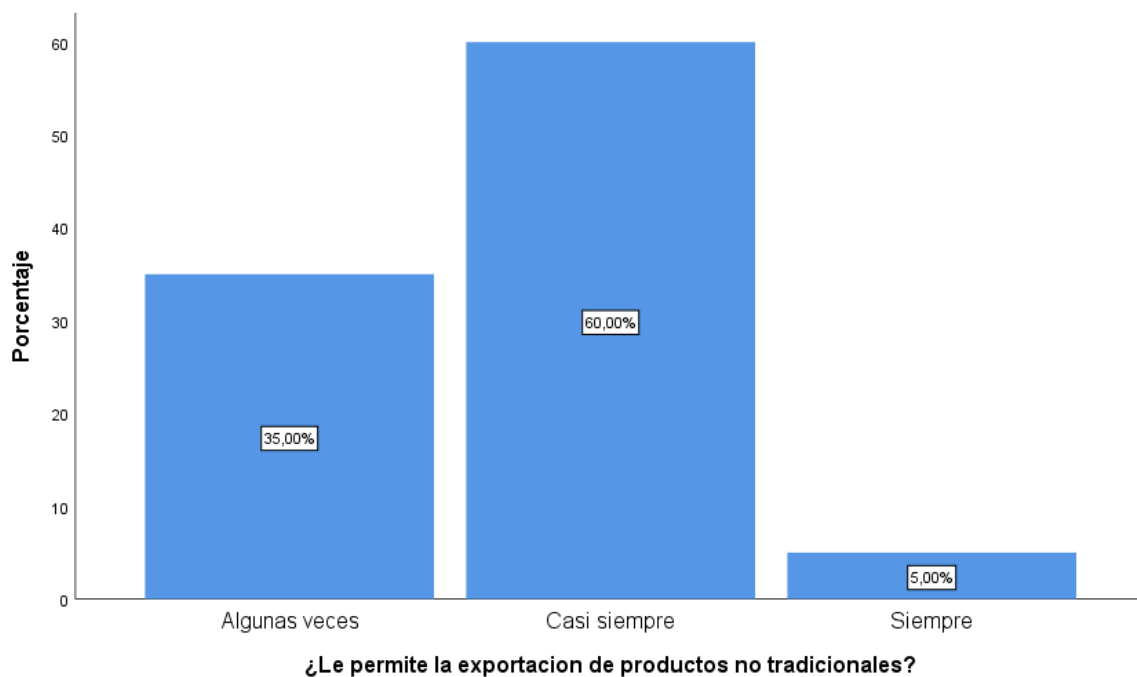
¿Permite la subcontratación por outsourcing mediante la asociatividad empresarial?



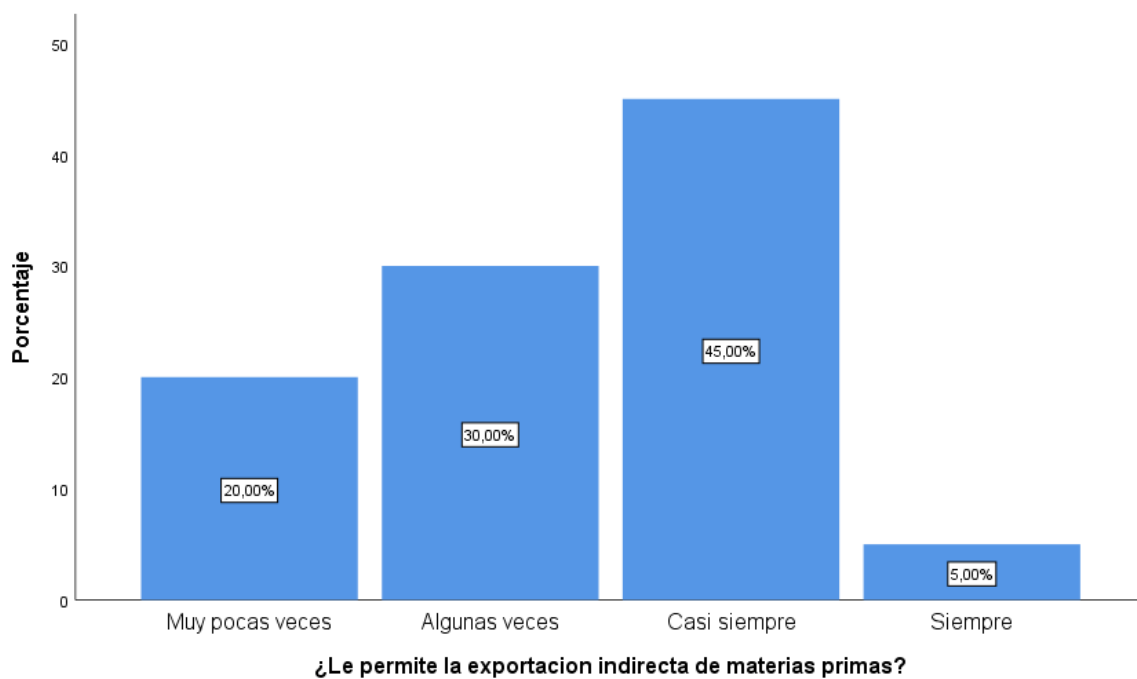
¿Le permite la exportación por envío de muestras a los clientes?



¿Le permite la exportación de productos no tradicionales?



¿Le permite la exportación indirecta de materias primas?



¿Le permite ser parte de la exportación por tratado de libre comercio?

