



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de  
entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo - 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE ADMINISTRACION**

**Autor**

Julca Chavez Juan Jhosep

**Asesora Metodóloga**

Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodríguez

**Asesor especialista**

Mg. Vigo López Francisco

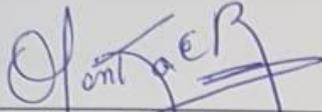
**Línea de investigación**

Marketing

**TRUJILLO – PERÚ**

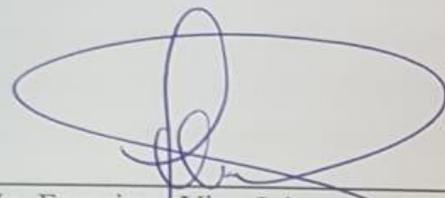
2018

Página del jurado



---

Dr. Olenka Espíndza Rodríguez  
**Presidente**



---

Mg. Francisco Vigo López  
**Secretario**



---

Mg. Gustavo Ugarriza Gross  
**Vocal**

## **Dedicatoria**

El presente trabajo dedico a Dios, por darme vida y salud, así mismo haberme permitido llegar a este momento importante de mi formación profesional.

A mi madre que en vida y ahora desde el cielo, ser el pilar importante en mi vida y demostrar su apoyo incondicional, cariño y derramar sus bendiciones en cada proyecto realizado, a pesar de nuestra distancia en cuerpo físico, siento que está conmigo siempre en alma y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ella como lo es para mí. A mi Padre a pesar de nuestras diferencias de opiniones, siempre mostro su apoyo y estuvo presente cuando necesite de él, siendo un ejemplo de fortaleza y lucha para salir adelante, sabiéndose levantar en los momentos más difíciles que la vida le dio a vivir, motivos por el cual siempre estaré orgulloso de él.

A mí hermano Jhon Julca quien me mostro siempre su apoyo aun cuando sus obligaciones familiares estuvieron de por medio, A mi hermana Lizbeth que aun con nuestras diferencias puedo contar con ella, A Dr. Anahi De la cruz quien es mi compañera en esta ciudad que me distancia de mi familia, por su aprecio, amor y comprensión, A mis amigos Luis Enrique y Miguel Ángel por estar en los momentos más difíciles de mi vida mostrando su amistad por encima de todo y a mis profesores, gracias por apoyo, por su sabiduría en el desarrollo de mi formación profesional.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por darme fuerzas para superar dificultades a lo largo de mi vida y protegerme durante todo mi camino profesional

A mi madre, por sus enseñanzas a no desfallecer ni rendirme ante nada que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A mi Padre, por su apoyo incondicional y por demostrarme que la vida es un camino de valientes donde la formación académica es muy importante

A mis amigos Luis, Miguel y Carlos por demostrarme amistad verdadera

A mis asesores Dra. Olenka Espinoza Rodríguez y Mg. Vigo López Francisco, Gustavo Ugarriza por su asesoramiento a la realización de la misma.

### **Declaración de autenticidad**

Yo Julca Chavez Juan Jhosep con DNI N° 70515710, a disposición de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Trujillo, Junio del 2018



---

Julca Chavez Juan Jhosep

## **Presentación**

Srs miembros del  
Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo - 2018, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

La presente investigación realizada es de tipo Descriptiva –Transversal, donde se busca determinar los factores que limitan la competitividad y crecimiento de la demanda comercial de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018, respetados señores miembros del jurado y autoridades confió en que sabrán reconocer, en forma justa, el mérito de la presente investigación, agradeciéndoles por anticipado las sugerencias y apreciaciones que sirvan hacernos al respecto.

Atentamente

Julca Chavez Juan Jhosep

## Indice

|  |      |
|--|------|
| Página del jurado                                    | I    |
| Dedicatoria  | II   |
| Agradecimiento                                       | III  |
| Declaratoria de autenticidad                         | IV   |
| Presentación   | V    |
| Índice   | VI   |
| <b>Resumen</b>                                       | VII  |
| <b>Abstract</b>                                      | VIII |
| <b>I. Introducción</b>                               |      |
| 1.1. Realidad Problemática                           | 9    |
| 1.2. Trabajos previos                                | 11   |
| 1.3. Teoría relacionadas al tema                     | 13   |
| 1.4. Formulación del problema                        | 22   |
| 1.5. Justificación del estudio                       | 23   |
| 1.6. Hipótesis                                       | 24   |
| 1.7. Objetivo  | 24   |
| <b>II. Método</b>                                    |      |
| 2.1. Diseño de investigación                         | 25   |
| 2.2. Variables, Operacionalización                   | 26   |
| 2.3. Población y muestra                             | 27   |
| 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 27   |
| 2.5. Métodos de análisis                             | 28   |
| 2.6. Aspectos éticos                                 | 28   |
| <b>III. Resultados</b>                               | 29   |
| <b>IV. discusión</b>                                 | 39   |
| <b>V. Conclusiones</b>                               | 42   |
| <b>VI. recomendaciones</b>                           | 43   |
| <b>VII. Propuesta</b>                                | 44   |
| <b>Referencias bibliográficas</b>                    |      |
| <b>Anexos</b>  |      |

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar los Factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018. La población de estudio fueron los colaboradores y el reporte de ventas de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas de la ciudad de Trujillo, la muestra estuvo conformada por 25 colaboradores administrativos y reporte de ventas semestre 1-2018; para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta y una guía de análisis de datos. Como instrumento el cuestionario compuesta de 25 preguntas en medición de escala de Likert, tipo descriptivo, transversal, los resultados fueron procesados, analizados y estudiados, gracias a ello se logró medir el nivel de confiabilidad de las preguntas mediante el uso del alfa de Cronbach, y por último se analizaron e interpretaron de forma individual los gráficos estadísticos obtenidos por cada pregunta. Finalmente se obtuvo resultados significativos donde los factores de competitividad que limitan la demanda de la empresa fue la planeación estratégica y la innovación, por lo tanto se confirma la hipótesis planteada en la investigación. Por lo expuesto se debe mejorar estos factores con el fin de mejorar el nivel de competitividad de la empresa para competir en el Mercado al cual se dirige

Palabras Clave: Competitividad, Demanda y entretenimiento

## **Abstract**

The main objective of this research was to determine the factors that limit competitiveness and increase the demand of an entertainment company in sports betting Trujillo – 2018. The study population was the workers of an entertainment company in sports betting in the city of Trujillo, the sample of the study consisted of 25 workers hired; for data collection, the survey technique was used. As an instrument, the questionnaire was composed of 25 questions on Likert scale measurement, descriptive, transversal type, after which these results were processed, analyzed and studied, thanks to this, the reliability level of the questions was measured by using the alpha of Cronbach, and finally, the statistical graphs obtained for each question were analyzed and interpreted individually. Finally, significant results were obtained where the competitiveness factors that limit the company's demand were strategic planning and innovation, therefore the silver hypothesis in the investigation is confirmed. Therefore, these factors must be improved in order to improve the level of competitiveness of the company to compete in the market to which it is directed.

**Keywords:** Competitiveness, Demand and entertainment

## **I. Introducción**

### **1.1. Realidad problemática**

En el mercado mundial grandes empresas han incursionado a brindar el servicio de apuestas deportivas, debido a la gran demanda que estos han generado en esta última década, cada una de ellas luchando por liderar el mercado y mostrando competitividad para atraer más usuarios a su mercado nacional e internacional, implementado sus servicios a través de la tecnología que permita compenetrar al mundo entero y atraer consumidores de los productos que ellos brindan, de esa manera se pueda generar más ingresos económicos para seguir implementando sus servicios.

Las empresas de entretenimiento en apuestas deportivas en la actualidad son una nueva fuente de ingresos y de trabajo en los países desarrollados. En la actualidad nuevas empresas en el Perú han empezado a brindar este servicio cumpliendo así, un rol fundamental en el crecimiento económico, por ser impulsores de empleos y de fortaleza productiva para nuestro país. En el Perú existen varias empresas brindando el servicio de apuestas deportivas. Pero la gran mayoría son extranjeras a través de sus servicios online. En el Perú las empresas dedicadas a este rubro están en un lento proceso de crecimiento, si bien existen pocas casas de apuestas, el público peruano no se siente satisfecho con esta modalidad de juego presencial que estas brindan. Las empresas que brindan el servicio de apuestas deportivas no han mostrado competitividad consistente que les permita atraer más clientes del mercado de las empresas extranjeras.

En el departamento de La libertad existe una gran demanda en apuestas deportivas del deporte rey (futbol), el cual hace atractivo para las empresas abarcar más el mercado liberteño, pero no obstante se preocupan por brindar un servicio de calidad y sobre todo ser competentes ante la competencia nacional e internacional. Pocas organizaciones son las que en el Perú están preocupadas por ampliar su servicio estratégicamente, implementando estrategias a través de valores, organización e implementación combativa de publicidad que permita su crecimiento y desarrollo competitivo de las empresas permitiendo así llegar a más gente y atraer a más clientes.

En Trujillo existe un amplio número de establecimientos como puntos de ventas en apuestas deportivas donde se puede adquirir este servicio, en la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas en la cual se realizara el proyecto de investigación ubicada en la ciudad de Trujillo cuenta con 8 puntos de ventas de apuestas deportivas en diferentes distritos de la ciudad, pero está pasando por un estancamiento ya que no se están proyectando a seguir ampliado nuevos puntos de ventas o existe algún problema que impide su realización, La corta experiencia en este campo de proveer los terminales digitales de apuestas podría generar a futuro un gran problema con respecto al desarrollo comercial de este, hasta llegar a un punto de quebrar por la corta contribución al ser un negocio que genera más ganancias por ventas en volumen, ya que sus ganancias parten cuando el usuario al realizar su jugada de apuesta, con consigue acertar a lo apostado. Para poder determinar este caso es fundamental investigar la competitividad y crecimiento de la demanda comercial de la empresa, y así analizar factores que no están siendo aplicados adecuadamente entre ellos la planificación estratégica el cual incluye factores importantes dentro del marketing que se debe seguir para poder competir en el mercado del cual está dirigido, esto se puede ver en el desconocimiento de los clientes que no saben dónde están ubicados los diferentes puntos de ventas de la empresa y son pocos los usuarios que saben que la empresa brinda el 15% más de ganancia que la competencia.

De acuerdo al estudio se planteó diferentes preguntas de investigación sobre los factores de competitividad y crecimiento de la demanda comercial con el motivo brindar solución a los problemas que presenta la organización, al cual se pretende saber:

¿Cuáles son los factores que limitan la competitividad de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas en la ciudad de Trujillo 2018.

¿Qué determina el crecimiento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas en la ciudad de Trujillo 2018?

¿Cómo mejorar los factores que limitan la competitiva e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas en la ciudad de Trujillo 2018?

¿Por qué es importante la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas en la ciudad de Trujillo 2018?

## 1.2. Trabajos previos

Cisneros(2015) en su tesis: factores de producción y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica del distrito de quinoa. Tuvo como objetivo percibir las limitaciones de la competitividad de la cerámica del distrito de Quinoa en la ciudad de Ayacucho, el cual utilizó el tipo de investigación descriptiva. Concluyo que las deficiencias de los procesos de producción de cerámica de las distintas fases o etapas de la cadena de valor fue debido al bajo nivel de competitividad implicando pocos ingresos por la actividad e imposibilidad de que obtengan alta calidad de sus productos.

También identifiqué como causante del bajo nivel de competitividad, el poco acceso de información, trayendo como consecuencias la dificultad para innovar modelos según las tendencias del mercado por desconocimiento a los segmentos de mercado, además se puede ver que la empresa no logra diferenciar a sus potenciales clientes elaborando un producto igual para todos

Narváez (2015) en su tesis: Factores condicionantes para el desarrollo empresarial competitivo: estudio realizado en las pymes de Venezuela, tuvo como objetivo el análisis de los principales factores que limitan el crecimiento competitivo de las Pymes, el cual concluyo que los principales factores dentro de la organización que limitan la capacidad de competitividad en las pymes son la baja aplicación y adaptación de las actualizaciones tecnológicas de información y comunicación que apoyan los procesos administrativos y de producción, como también las dificultades para acceder a los financiamientos con la banca nacional, recursos humanos con poca competencia y con bajos niveles de formación y capacitación.

Pardo y Rojas (2012) en su tesis: Factores que limitan el crecimiento y la apertura comercial de las pymes en un contexto globalizado: el estudio fue aplicado al municipio de san Luis potosí. El cual utilizó el tipo de investigación descriptiva y tuvo como objetivo; determinar los factores que limitan el crecimiento y la apertura comercial de las pymes en un contexto globalizado, concluyo que los factores internos y externos de las empresas impiden el crecimiento de las pymes y su participación en operaciones de comercio exterior.

También que por la globalización, los países son más competitivos, que las empresas deberían aprovechar los mercados y las ventajas para crecer. Es importante analizar cuáles han sido las limitaciones que no permiten llevar a cabo las operaciones de comercio exterior.

Ortiz y Arredondo (2014) en su investigación: Competitividad y factores de éxito en empresas desarrolladoras de software, realizada en la ciudad de Morelia de México, el cual se planteó determinar los factores más importantes en el desenvolvimiento y competitividad de las empresas, concluyo que los Ds; el perfil del administrador, el conocimiento del mercado ,los vínculos de colaboración, la tecnología , innovación y gestión administrativa incurren en la competitividad de las Mipymes de desarrollo de software de la ciudad de Morelia, Michoacán ,México.El perfil del administrador en la ciudad de Morelia de las empresas DS, donde concluyo que los entrevistados tienen un nivel de conocimiento considerado optimo en desarrollo de software, aunque es deficiente el conocimiento que tienen en administración y análisis de componentes principales, indica que cuatro vectores explican 90% del comportamiento de la información y que en esos se encuentran las variables: innovación, conocimiento del mercado, el papel del administrador y gestión administrativa.

Ramírez, García y Cano (2013) en su estudio: Diagnóstico de factores de competitividad de una empresa Hotelera, el cual tuvo como finalidad de determinar los factores estratégicos de la competitividad existentes en un Hotel ubicado en la ciudad de Xalapa, Veracruz, México el cual se llevó a cabo a través de opiniones vertidas por los directivos de la misma organización en un cuestionario conformados por 10 bloques de información donde cada uno tuvo un rol para la recolección de información el cual al final se concluyó después de procesar la información que el hotel enfrenta problemas de carácter organizacional.

Por otro lado la innovación se ha construido en la piedra angular de las empresas que aspiran a tener una mejor competitividad y que por lo tanto no se debería ver los recursos que se dediquen a estos como gastos, sino como una inversión que a futuro les va a retribuir y con respecto a la competitividad , se requiere una mejora sustancial de los aspectos internos relacionados a la situación financiera del hotel el cual de los entrevistados muestran deficiencias importantes , como la infraestructura del servicio del hotel , la tecnología aplicada, la motivación de los esfuerzos de mejora continua.

Seclen (2016) en su artículo: Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria metalmeccánica de Lima: en un estudio de casos múltiple, concluyo que las limitaciones para el crecimiento de estas empresas se presentan en implementar la calidad, innovación y el crecimiento empresarial ya que se centra la responsabilidad en una sola persona el cual solo tiene estudios técnicos o universitarios y no es adverso al riesgo. Dado esto que su principal fuente de competitividad de las empresas analizadas radica en su especialización productiva, basada en sus características artesanales y en un mercado reducido, así como la especialización en un nicho de mercado local, hace que las pequeñas empresas tengan pocos incentivos para internacionalizarse y generar nuevos conocimientos. De hecho, se evidencia que se relacionan poco con agentes generadores de conocimiento, y en particular, con aquellos que realizan.

### **1.3. Teorías Relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Competitividad.**

Es un tema que va cobrando cada vez mayor importancia, Porter se refiere que la competitividad en una nación depende de la capacidad de una empresa para innovar y mejorar, se debe tomar en cuenta el entorno y la mejor manera de hacer frente a la competencia del mercado al cual está dirigido (Porter 2009)

La competitividad es parte de la competencia, y califica como una de las fuerzas más importantes o poderosas de la empresa, el cual permite desarrollarse en varios ámbitos del esfuerzo humano, considera un fenómeno general ya que son empresas que luchan por el poder del mercado y la nueva era globalizada de organizaciones que responden a las necesidades sociales, teniendo en cuenta que cada organización tiene una estrategia para ofrecer con valor agregado a sus usuarios. (Porter, 2003)

Según Porter, la competitividad se deduce en base a una serie de rasgos, entre ellos cuatro factores que determinación de la competitividad: Primero la dotación del país. Aduce la importancia de saber la cantidad y calidad de los factores productivos de tipo básico, como capitales, recursos naturales, infraestructuras y tejido empresarial. Tales como habilidades, tecnologías utilizadas y conocimientos, ya que

beneficiará a la organización empresarial. Seguidamente de la demanda interna. El cual es fundamental saber cuál es la necesidad del producto en relación con la oferta . El autor da a conocer la importancia de que exista demanda exigente en busca de artículos que se superen y se anticipen a las necesidades. El punto tres es conocer si existe una estructura productiva adecuada en las empresas de todos los tamaños, que fomente la competitividad creando una oferta que fomente la innovación y el cuarto es la predisposición social hacia la innovación.

Porter aduce que este tipo de puntos determina si la competitividad es real o no. Distinguir que la competitividad es positivo para el mercado por varias razones. En primer lugar significa la existencia de un público amplio para la venta del producto, en segundo determinar las estrategias de comercialización para mejorarlas, por último nos habla de una estructura tanto a nivel de productores como de profesionales en el sector que pueden sernos de suma utilidad.

La competitividad se aduce como la capacidad que tiene una institución de diferente rubro para estabilizar y desarrollar sus ventajas comparativas las cuales cuentan y les permitan disfrutar y mantener un posicionamiento destacado en su entorno socioeconómico en el que ellos actúan y de esa manera seguir liderando (Pérez, 2008)

Teniendo en cuenta la competencia que existe en el mercado, cada empresa sobresale según su capacidad de competitividad que internamente manejan, a través de sus políticas las cuales ayudan al desarrollo de las organizaciones a mantener un orden y tener las metas claras para así saber a dónde quiere llegar ya sea a corto o largo plazo.

La competitividad como una definición que puede ser tomado en cuenta en diferentes enfoques o ángulos porque no es posible tener una sola definición ya que se utiliza para identificar vías donde se trata de fomentar a las organizaciones que contribuyan con altos niveles de bienestar.(Castañón,2005)

Es importante tener claro nuestra dirección de la empresa para saber enfocar desde diferentes direcciones para poder llegar a ser más competitivos y poder destacar ante las demás organizaciones competentes que hoy en día lidera el mejor.

La competitividad es una de las fuerzas más importantes de una empresa, esto nos indica que para poder estar en constante crecimiento la empresa debe tener claro a dónde quiere llegar y evaluarse siempre con el fin de estar en competencia ante sus competidores del mercado a cual se dirige para así hacer frente y llegar a hacer quien lidera el mercado.

La competitividad es la capacidad de una empresa para sostener sistemáticamente las ventajas comparativas que permitan mejorar su posición en el mercado socioeconómico del cual se dirige. La competitividad es un término utilizado en los medios empresariales que actualmente existen. A esto se amplía el marco de referencia de los agentes económicos que pasan de una manera auto protectora a un planteamiento más abierto, proactivo y expansivo. (Pelayo,2011)

Los aspectos trascendentales para no ser competitivo que en muchas empresas se avisto, las cuales en su gran mayoría son las MyPES de formalización familiar que surgieron con el fin de cubrir las necesidades básicas de su entorno y no con un plan de progreso y competitividad, ya que carecen de conocimientos de crecimiento y planes a mediano o largo plazo (Anzola,2002).

Estas empresas mayormente como no fueron planeadas para su crecimiento, están limitadas de planificación ya que no siguen un objetivo específico, simplemente tienen un tiempo de vida hasta donde sus ingresos lo permitan, el cual es su gran mayoría no duran mucho tiempo.

Es importante indicar que la competitividad tiene una definición engorrosa por el cual no existe anuncio sobre un indicador cuantitativo para su estimación. En una empresa, la competitividad se determina como la capacidad para suministrar bienes y servicios ya sea igual o más eficaz e eficientemente que sus competidores (Enright, Francés y Scott, 1994)

La competitividad es la capacidad de innovación sobrepuesto en los productos o servicios siendo distintos, cambiados y mejorados, para que de esa manera permitan atraer nuevos mercados atractivos y de poder sostenerse en cada uno de estos y expandirlos en términos absolutos y relativos (Informe Final de la Comisión Presidencial para la Competitividad Industrial,1991)

Las empresas adoptan una administración de bienes según su visión y misión que ellos se han planteado a seguir, cada empresa plantea estrategias diferentes con el fin de ser competitivos y hacer frente al mercado que está lleno de competidores que luchas por ser los lideres potenciales del cual se dirigen.

Existen varias definiciones sobre competitividad, ya que cada empresa manejan sus estrategias de diferentes maneras, seguirá siendo un tema que con el tiempo saldrán nuevas definiciones que trataran de poder explicarnos este tema.

### **1.3.2. Dimensiones**

Son las estrategias de una empresa con las que suelen competir en un determinado mercado, presentan una diversidad de dimensiones, como lo menciona Porter (2008), tales como: especialización, calidad del producto y liderazgo tecnológico

### **1.3.3. Especialización**

Porter (2008) define que “es el grado en que se centra sus esfuerzos en la expansión de su línea, de los determinados segmentos de clientes y en los mercados geográficos que la empresa está dirigida”.

Esta dimensión muestra que una organización para ser competitiva deberá especializarse en desarrollar su producto debidamente, mejorando e innovando interna y externamente en la empresa.

### **1.3.4. Calidad del producto**

Porter (2008) es el “nivel de calidad del producto o servicio brindado, especificaciones, cumplimiento de las tolerancias, características y otros para competir en el mercado”

En este punto hablamos del total de producto de cómo es percibido ante el consumidor, tal como la diferencia que se tiene frente a los competidores del mercado al cual se está dirigido.

### **1.3.5. Liderazgo tecnológico**

“Es el nivel en que busca el liderazgo tecnológico frente a la copia o la imitación, el liderazgo en calidad no conlleva a necesariamente el liderazgo tecnológico” (Porter, 2008).

El autor nos da a conocer que no necesariamente el liderazgo en calidad es el que lidera en tecnología, debemos tener en cuenta que al implementar el uso de la tecnología podemos mejorar los procesos para brindar un buen servicio a los usuarios de una empresa

### 1.3.6. Planificación Estratégica

Es el proceso para desarrollar planes con el fin de alcanzar propósitos y objetivos. Se usa para proporcionar una dirección general a la empresa (llamada Estrategia Empresarial), Permiten el desarrollo de recursos humanos y crear estrategias de marketing. La planificación estratégica determina el camino de la empresa durante periodos determinados, compuesta por estrategias y objetivos para lograr eficaz y eficientemente lo planeado para ser competitivos en el mercado. (Porter,2003)

Una de las teorías que ha tenido relevancia en la aplicación de una buena planeación estratégica que se debe tener en cuenta para ser competitivo es las 5 fuerzas de Porter. En ellas se especifica cuáles son los ámbitos que se deben analizar necesariamente, para conseguir un análisis realista de la posición competitiva de la empresa. (Porter,2003)

Al referirse a la planificación estratégica se deduce a un determinado proceso donde se establece, metas, estrategias, objetivos ,direccionamiento, presupuestos, programas de trabajo y acciones concretas, que se muestran en dos niveles: implementación e formulación para competir en el mercado. Es un proceso de evaluación continua de la naturaleza y filosofía corporativa. ( Valda J,2010)

El plan estratégico, se manifiesta como un juego en la organizacion, que se basa de un proceso de selección, entre varias alternativas para poder indicar un compromiso con los mercados, políticas, procedimientos y operaciones específicos para descartar diferentes formas de actuar que resultan menos rentables.(David,2008)

### **1.3.7. Incremento ,aumento o crecimiento**

El crecimiento se caracteriza por los cambios en las características de los proceso y la acción compleja de las modificaciones que de muestran en un incremento de las dimensiones. En las organizaciones, el incremento en las dimensiones reflejan los cambios que se muestran después de una aceptación del producto o servicios de la organización en el entorno y la acumulación de capital físico e humano, el crecimiento es un proceso que se genera internamente para disponer de los recursos internos que permitan que la organización logre un posicionamiento externo para crecer.(Penrose,1962)

Las empresas para incrementar su demanda deben plantearse internamente estrategias que les permitan crecer en el exterior, ante el mercado el cual ellos están dirigidos para poder llegar de esta manera a potencializarse.

Se refiere a la capacidad de recursos y aptitudes que tiene una persona para desempeñar una determinada tarea para desarrollarse. En tal caso, la noción se vincula con la educación, siendo una nueva herramienta de mejoras para desenvolverse en el mundo (ABC, 2007)

Para poder incrementar su demanda una organización deberá tener una capacidad de recursos y capital humano adecuado que le permita poder cubrir la demanda del mercado al cual piensa extenderse, ya que le permitirá ser capaz de asumir este proceso.

Se entiende como crecimiento a la extensión que realiza una organización teniendo en cuenta mercados nuevos, al cual se quiere dirigir, tanto geográficos como de clientes. Las empresas en desarrollo se involucran en nuevos mercados y segmentos, en diferentes países.(Canals,2000)

### **1.3.8. Creatividad (innovación).**

Porter (1990), aduce que las empresas consiguen ventajas competitivas mediante la innovación, ya que mediante ello pueden obtener un sentido amplio para hacer nuevas cosas, permitiendo así tener un mejor nivel de competitividad en el mercado (The Competitive Advantage of Nations).

La creatividad permite poder enfocar estrategias que conlleven a atraer nueva demanda y poder competir estratégicamente ante los competidores, con ideas innovadoras que sirven como parte de un planteamiento adecuado interno con el fin de tener una capacidad competitiva e original ante la competencia.

### **1.3.9. Tecnología**

Las tecnologías van más allá de un ordenador, tecnologías de la comunicación como TV, radio, Internet o la sistematización de la producción. Comprende la aplicación de tecnología en los procesos de generación del producto, hasta su venta directa, por el canal de distribución al consumidor final. (Porter, 1999)

Porter indica en la teoría de la ventaja competitiva, la importancia de la tecnología en el crecimiento de las organizaciones, empezando por las tecnologías de la comunicación, ya que pueden ser aplicados con eficientes resultados a cualquier tipo de negocio y que son muy importantes en la contribución en la estrategia competitiva. Se pueden obtener ventajas, como: un mejor control del plan empresarial, mejor programación de la organización, llevar a cabo mejores investigaciones de mercado efectivas y mejor capacidad de gestión producto de una medición más exacta del mercado, (Porter, 1990)

De acuerdo con Porter, profesor de Administración de Empresas en la Universidad de Harvard, hoy en día, la tecnología está afectando a la competencia de tres maneras vitales: Cambia la estructura de la industria y, al hacerlo, altera las reglas de la competencia. Crea una ventaja competitiva al ofrecer a las organizaciones nuevas formas de superar a sus rivales y Genera negocios completamente nuevos, a menudo desde las operaciones existentes de una compañía

#### 1.3.9.1. **Demanda.**

La demanda son los productos y servicios que se solicitan por determinados mercados de una economía a precios específicos el cual puede estar incididos por muchos factores que determinan la cantidad del producto solicitado o demandado, alguno de estos factores son las preferencias de los consumidores, su hábitos, la información que tiene sobre el servicio o producto por el cual muestra interés (Arango, 2015)

La demanda comercial es básicamente el mercado donde nos enfocamos para poder desarrollarse adecuadamente y dirigir nuestros productos o servicios con el fin de la aceptación de estas, permitiéndonos poder atraer más usuarios a la empresa.

#### 1.3.9.2. **Demanda de marca**

Talaya et al. (2008) aduce que:

Es una dimensión el cual es el producto o servicio que es consumido y comercializado con un determinado vestigio de la empresa, el cual es definido por la respuesta del mercado a una marca comercial.

Santesmases (2008) define que:

Tiene que ver con el volumen de ventas que una empresa realiza dentro de un mercado concreto

#### 1.4. **Formulación al problema**

¿Cuáles son los Factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018

#### 1.5. **Justificación del estudio**

Mediante esta investigación se tratará de aportar conceptos fundamentales para fortalecer los factores de competitividad que no están siendo correctamente aplicados por lo cual limitan el crecimiento de la demanda comercial de una empresa dedicada al entretenimiento en apuestas deportivas.

Teniendo presente los criterios de (Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp.40-41). Se Considera:

**Conveniencia:** mediante esta investigación se podrá fortalecer los factores de competitividad que están limitando a la empresa para que pueda servir de información de aplicación y complemento para la empresa el cual será importante porque permitirá contribuir con el crecimiento de la organización. Esta información brindada será parte de sus próximos planteamientos estratégicos internos, tomándose en cuenta para poder de una manera u otra apoyarse a la hora de tomar sus decisiones,

**Implicaciones prácticas:** El interés para desarrollar esta investigación es aportar información que ayude a resolver los factores limitantes que no ayudan al crecimiento de la empresa el cual viene siendo un problema interno que se está generando, así contribuir con el progreso de este nuevo sector comercial que ya forma parte de las contribuciones económicas del país.

**Utilidad metodológica:** mediante esta investigación poder contribuir con información que le sirva a la organización como instrumento para analizar los factores de competitividad que están limitando el crecimiento de la empresa, permitiéndoles tener información con definiciones que han sido planteadas en otras investigaciones el cual ayudara a la institución a tomar en cuenta, ya que la competitivo permite ser competentes frente a los competidores que luchan por posicionarse en el mercado

## **1.6. Hipótesis.**

Los factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018 son la planeación estratégica e innovación

## **1.7. Objetivo**

### **1.7.1. Objetivos generales**

Determinar los factores que limitan la competitividad e crecimiento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- O<sub>1</sub>. Identificar los factores primordiales que limitan la competitividad de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018  
Identificar los factores que limitan el crecimiento de la demanda de una
- O<sub>2</sub>. empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018  
Proponer un plan para mejorar los factores de competitividad e
- O<sub>3</sub>. incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018

## **II. Métodos.**

### **2.1. Diseño de investigación**

No experimental: Ya que se indicaran las características de la empresa y se analizaran los datos obtenidos para conocer los factores que limitan la competitividad sin la manipulación de los resultados

Transversal: permitirá conocer los factores que limitan la competitividad de la demanda de la organización

Descriptiva: Porque nos permitirá especificar los factores que limitan a la organización con los resultados de la encuesta realizada hacia los trabajadores

*Ox: variable competitividad*

*Oy: variable demanda*

### **2.2. Variables, operacionalización**

| <b>Variable</b> | <b>Definición conceptual</b>  | <b>Definición Operacional</b>  | <b>Dimensiones</b>  | <b>Indicadores</b>  | <b>Escala de medición</b> |
|-----------------|---|--|---|---|---------------------------|
| Competitividad  | La competitividad permiten desarrollar estrategias para competir por el poder del mercado, en estas influyen la innovación, tecnología, una buena planeación estratégica, servicio y la capacidad que tiene una organización para competir en el mercado. (porter,2003) | Se aplicó una encuesta que permitió identificar los Factores más resaltantes que limitan la competitividad y crecimiento de la demanda comercial de una empresa de entretenimiento o en apuestas deportivas<br>Trujillo - 2018 | Especialización<br><br>Calidad del producto<br><br>Liderazgo tecnológico<br><br>(Porter 2008) | Capacitación<br><br>Planeación estratégica<br><br>innovación servicio<br><br>tecnología | Nominal                   |

| <b>Variable</b> | <b>Definición conceptual</b>   | <b>Definición operacional</b>  | <b>Dimensiones</b>                         | <b>Indicadores</b>                         | <b>Escala de medición</b> |
|-----------------|--|--|--|--|---------------------------|
| Demanda         | La demanda son los bienes y servicios que se solicitan por determinados mercados de una economía a precios específicos el cual puede estar incididos por muchos factores que determinan la cantidad del producto solicitado (Arango, 2015) | Se aplicó una encuesta que permitió identificar los Factores más resaltantes de incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas<br>Trujillo - 2018 | Demanda de marca<br><br><br>(Talaya (2008) | Volumen de ventas<br><br>Número de jugadas | Nominal                   |

Nota: factores que determinan la competitividad: Teoría basada en Porter (2008)

### **2.3.1. Población:**

Para identificar los Factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda se analizará la población conformada por los colaboradores de los puntos de ventas de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018

El análisis de estudio estará conformado por 25 colaboradores y el reporte de ventas del primer semestre del año 2018 del total de puntos de ventas de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018

La población será muestral. Ya que se trabajará con todos los colaboradores de los puntos de venta de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas.

### **2.3.2. Muestra:**

La muestra está constituida por 25 colaboradores y reporte de ventas del primer semestre del total de los puntos de ventas de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018.

Hernández citado en Castro (2003), indica que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69).

### **2.3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

#### **Técnica (encuesta):**

Es una investigación realizada a personas representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de preguntas con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.(Gómez y Acosta,2003)

#### **Cuestionario:**

En el cuestionario se realizó preguntas según los indicadores, donde de I a IV son de la variable de competitividad y del V al VIII de la variable de incremento de la demanda que serán desarrollados en un mismo cuestionario.

- **Criterio de Jueces.** Según el instrumento a utilizar. La encuesta se validó por expertos.
- **Validez de contenido.** se validó a juicio de expertos, dos especialistas y un metodólogo.
- **Confiabilidad:** Alpha de Cronbach con 0.89 (anexo 1)

#### **2.4. Métodos de análisis de datos**

Al realizar el procesamiento de los datos, es necesario utilizar el alpha de cronbach, programa Excel. Posteriormente, se aplicara medidas de tendencia central, la estadística descriptiva el cual permite utilizar métodos gráficos y numéricos en tablas, con el fin de analizar la competitividad y la demanda, resumir y presentar la información contenida en un conjunto de datos.

#### **2.5. Aspectos éticos.**

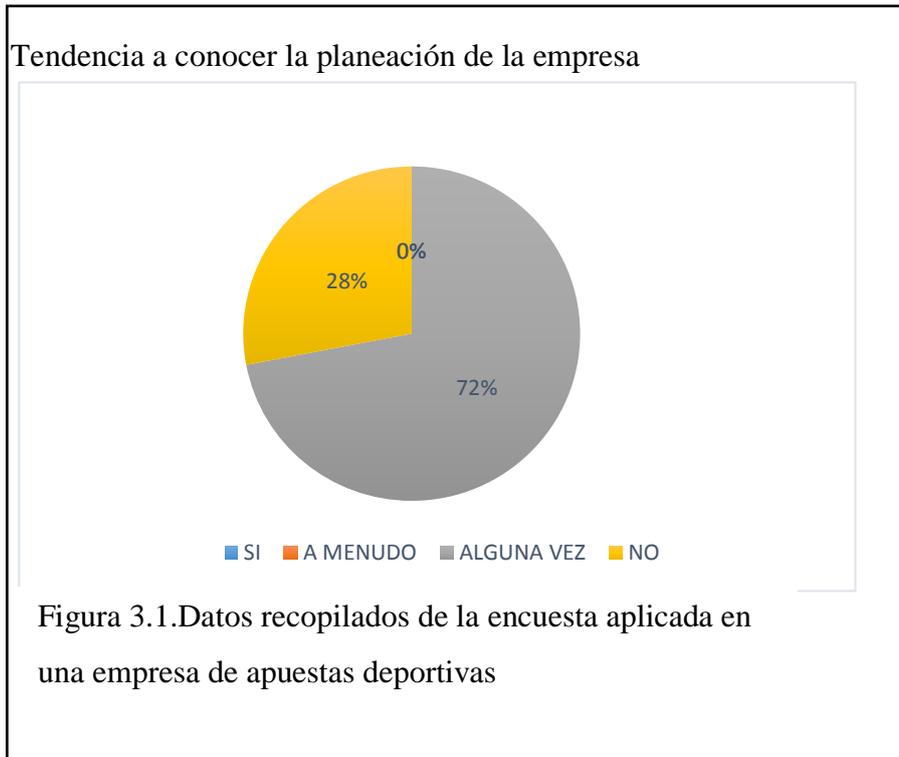
Al desarrollar la presente investigación se tiene en cuenta los valores éticos y el modelo de la sociedad así como: el respeto por el derecho de autor, la honestidad, la responsabilidad para el desarrollo del temario y la obtención de forma organizada para el entendimiento del tema propuesto.

Se tiene en cuenta los siguientes aspectos éticos: la protección a la equivalencia de los participantes del presente estudio, el respeto por posesión intelectual, la integridad en el desarrollo del tema y en la elaboración de información.

### **III. Resultados**

**Objetivo 1.** Identificar los factores primordiales que limitan la competitividad de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018

Figura 3.1.



En la figura 3.1 se señala que el 72% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas alguna vez tuvo conocimiento sobre la planeación estratégica de la empresa y el 28% no tiene conocimiento

Figura 3.2

Innovaciones con fin de mejorar el servicio

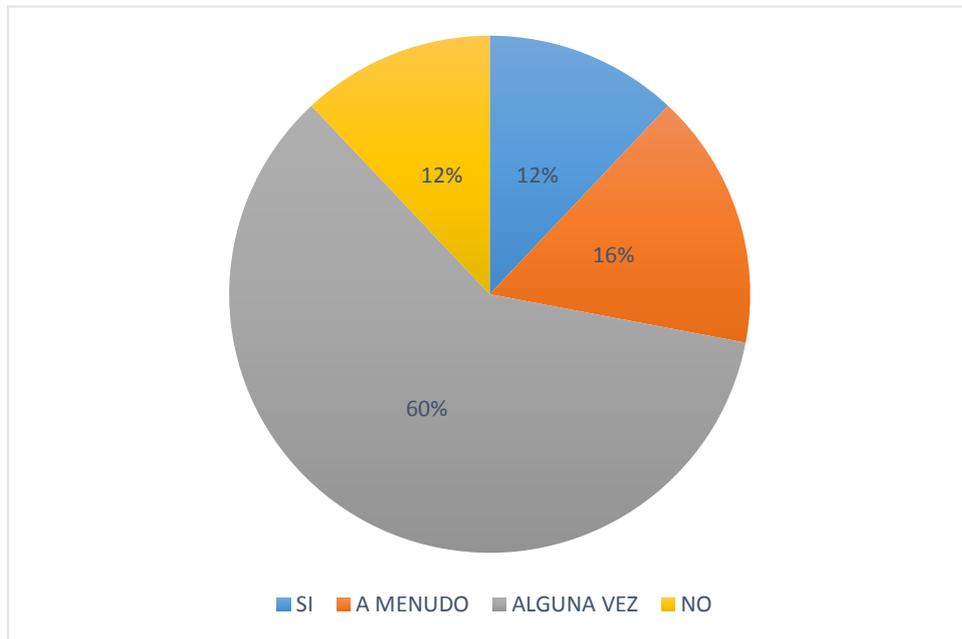
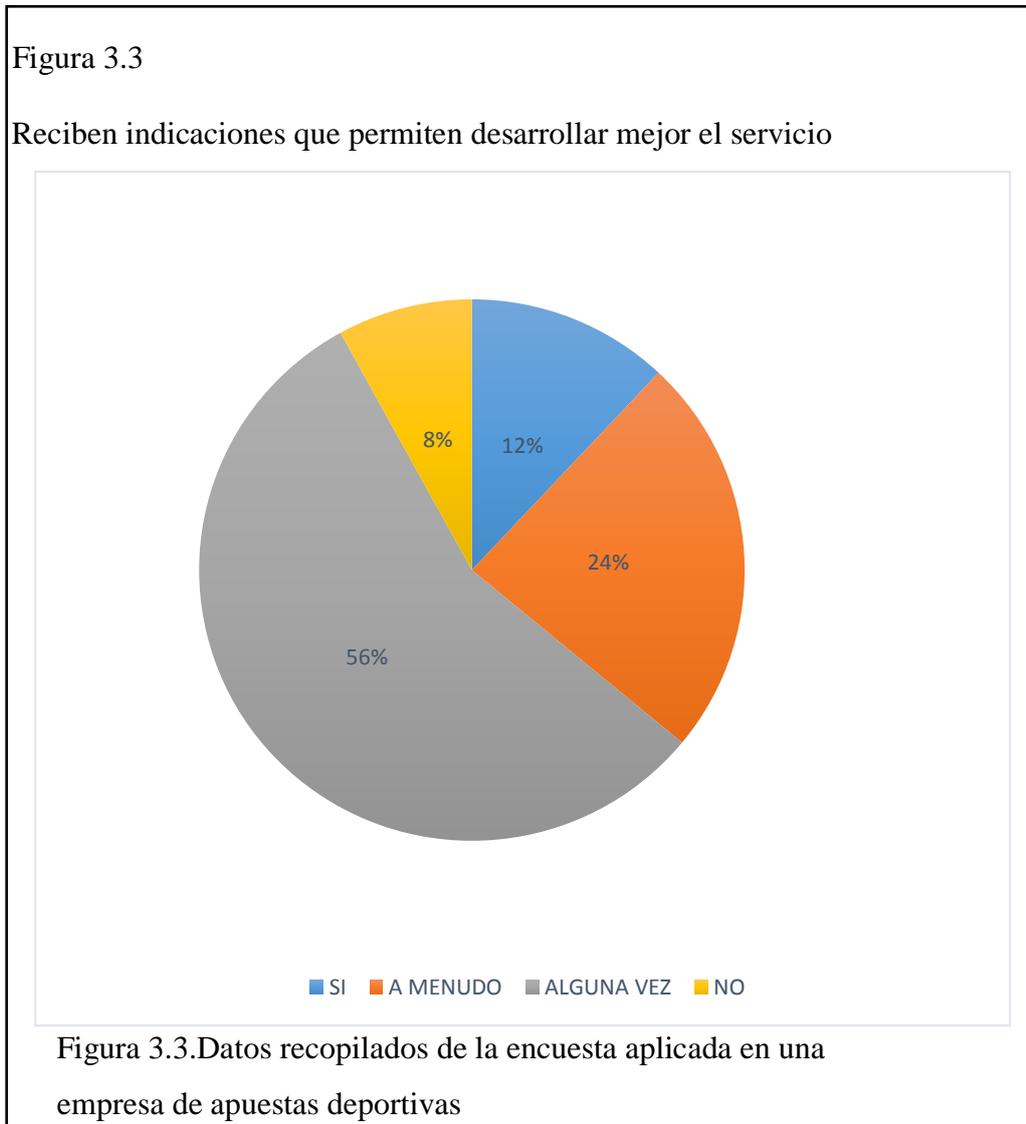


Figura 3.2. Datos recopilados de la encuesta aplicada en una empresa de apuestas deportivas

En la figura 3.2 señala que el 60% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas son pocas veces que se realizó innovaciones por parte de la empresa y solo el 12% dice que la empresa hace innovación.

**Objetivo 2.** Identificar los factores que limitan el crecimiento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018



Según la figura 3.3 señala que el 56% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas en algún momento recibieron indicaciones por parte de la empresa y solo el 8% dice que si recibieron.



Figura 3.4

se capacita para fomentar un plan de desarrollo para brindar un mejor servicio

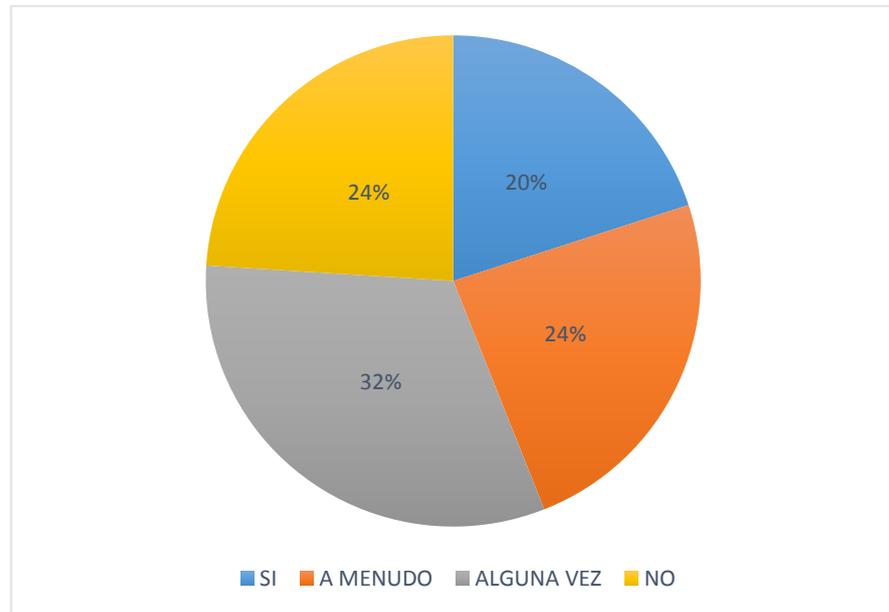


Figura 3.4. Datos recopilados de la encuesta aplicada en una empresa de apuestas deportivas

Según la figura 3.4 señala que el 32% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas en algún momento recibieron capacitaciones por parte de la empresa y el 24% dice si reciben.

**Objetivo 3.** Proponer un plan para mejorar los factores de competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas  
Trujillo – 2018

Figura 3.5

Trabajo en equipo

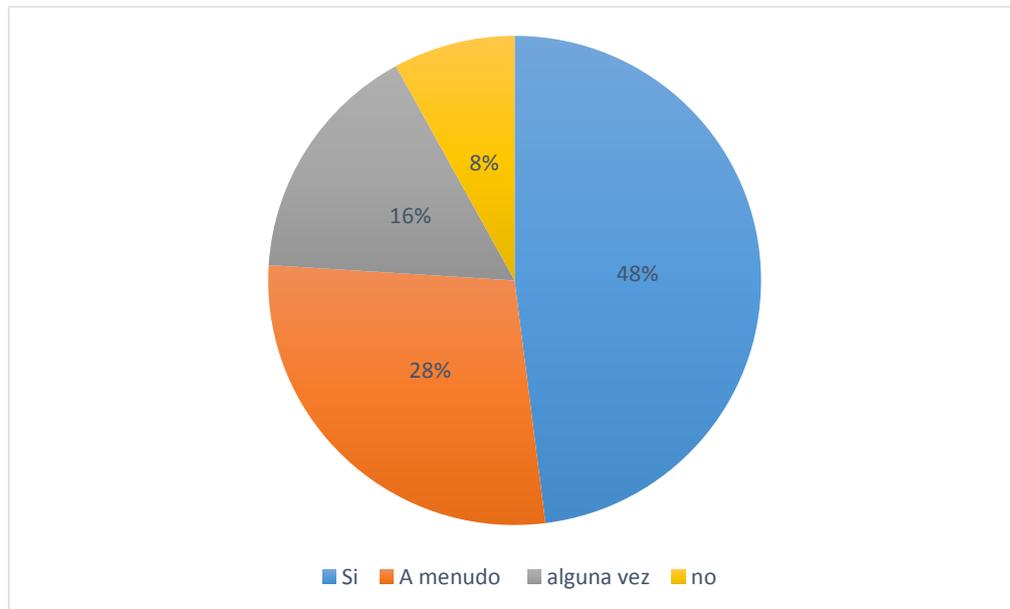


Figura 3.5. Datos recopilados de la encuesta aplicada en una empresa de apuestas deportivas

Según la figura 3.5 señala que el 48% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas saben trabajar en equipo y solo el 18% dice que prefieren trabajar de manera individual.

Figura 3.6

La tecnología ha permitido que la empresa se distinga de su  
Competencia

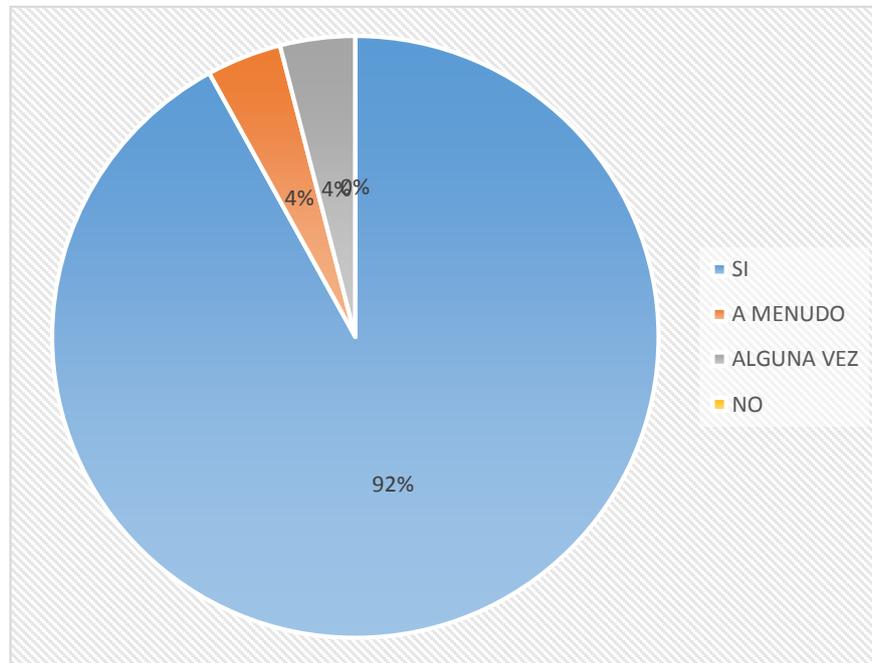


Figura 3.6. Datos recopilados de la encuesta aplicada en una empresa de apuestas deportivas

Según la figura 3.6 señala que el 92% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas dicen que el uso de la tecnología ha permitido que la empresa se distinga d su competencia

Figura 3.7

Es favorable la opinión del cliente después de adquirir el servicio

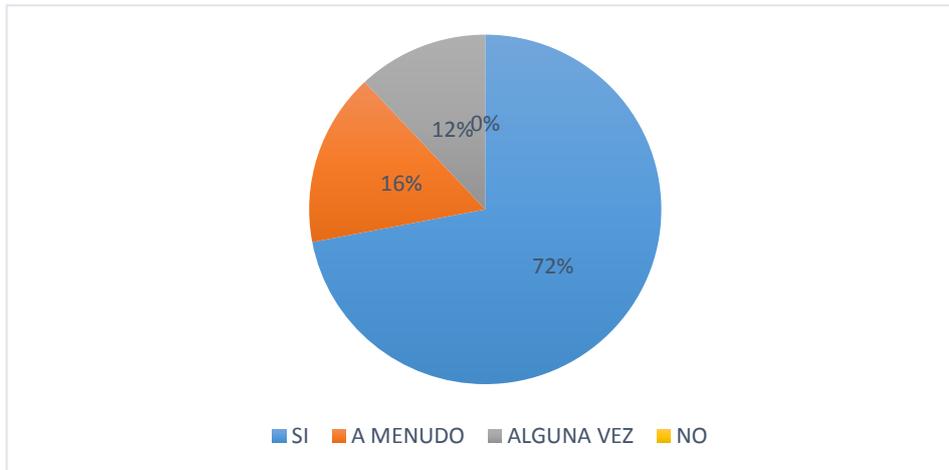


Figura 3.7. Datos recopilados de la encuesta aplicada en una empresa de apuestas deportivas

Según la figura 3.7 señala que el 72% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas afirman que es buena la opinión del cliente después de adquirir el servicio.

Figura 3.8

Existen suficientes clientes para el servicio que brinda la empresa



Figura 3.8. Datos recopilados de la encuesta aplicada en una empresa de apuestas deportivas

Según la figura 3.8 señala que el 100% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas dicen que Hay suficientes clientes para el servicio que brinda la empresa

Figura 3.9

Ingresan nuevos usuarios requiriendo el servicio brindado

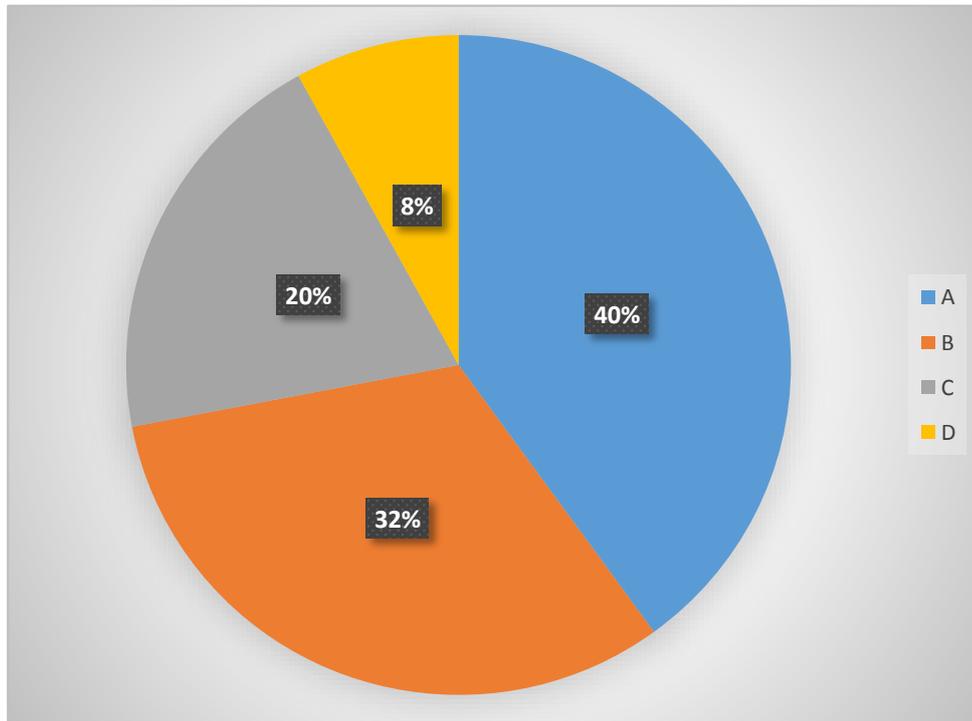


Figura 3.9. Datos recopilados de la encuesta aplicada en una empresa de apuestas deportivas

Según la figura 3.9 señala que el 40% de los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas dicen que Siempre hay nuevos usuarios requiriendo el servicio brindado.

Figura 3.10.

Volumen de ventas semestre 1 - 2018



Figura 3.10 .Datos recopilados del Reporte de ventas Semestre 1 – 2018 de la empresa de entretenimientos en apuestas deportivas

Según la figura 3.10 señala que el mes de Mayo hubo una disminución del 50% aproximadamente de las ventas con respecto al mes de abril, los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas dicen que la competencia empezó a lanzar promociones por motivos del mundial, el cual la empresa donde laboran no considero ello, teniendo como consecuencia menos ventas.

Figura 3.11

Numero de jugadas semestre 1 - 2018

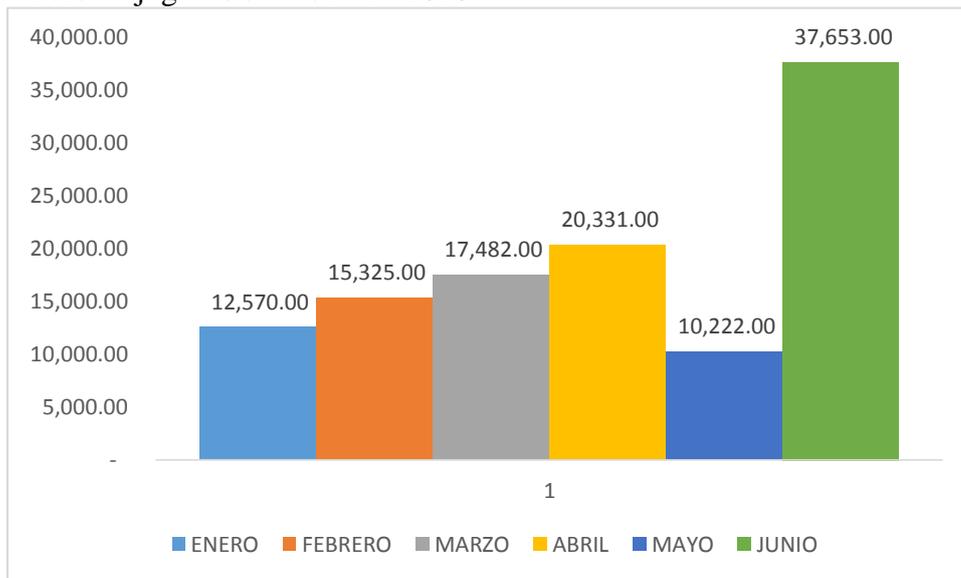


Figura 3.11 .Datos recopilados de Reporte de ventas Semestre 1 – 2018 de la empresa de entretenimientos en apuestas deportivas

Según la figura 3.11 señala que el mes de Mayo hubo una disminución del 50% aproximadamente de las ventas con respecto al mes de abril, los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas comentan que hubo menos clientes que el mes anterior, por lo tanto disminuyó la adquisición del servicio de apuestas deportivas, parte de ello fue la falta de promociones por parte de la empresa

#### IV. **Discusión**

Es importante destacar que la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas es nueva en el mercado, por ello la falta de experiencia ha provocado que sea vulnerable ante diferentes tipos de factores de competitividad que se deben tener en cuenta para ser competentes en el mercado, la empresa por ahora sigue esparciéndose en el mercado sin rumbo, es decir, no tiene un plan organizacional de mercado que les permita ir hacia el cumplimiento de algún objetivo, cabe comentar que aún no cuenta con medidas internas, como una visión, misión y objetivos, ya sea a corto, medianos o largo plazos. Pues se rigen solo al volumen de ventas, jugadas realizadas o diferenciando las ganancias de un mes con otro. Motivo por el cual se decidió realizar la investigación con el propósito de brindar información que sirva como instrumento para solucionar, mejorar y organizar la empresa y a otras similares que están teniendo limitaciones en el incremento de su demanda y tomen en cuenta los factores que limitan estas. Los resultados de la investigación fueron recopilados en el periodo 2018, a una muestra de 25 colaboradores, entre su mayoría administradores que manejan los volúmenes de ventas de cada mes y están a cargo de la distribución de las ganancias y registro de las jugadas, dicha encuesta fue recolectada en dos días, debido al tiempo que el personal maneja para brindar la información del cuestionario.

Al evaluar la información brindada por los trabajadores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas de la ciudad de Trujillo, se obtuvo como resultado en las figuras 3.1 y 3.2 que el 72% de los trabajadores tienen poco conocimiento de la planeación estratégica de la empresa y que la empresa pocas veces realiza innovaciones y solo son cuando hay eventos especiales en el fútbol, el cual son realizados por el personal a impulso, según lo informado, la empresa solo pide reportes de ventas y son los mismos encargados quienes hacen actividades o aperturan nuevos locales por instinto, motivo por el cual son pocos los puntos de ventas de apuestas de la empresa que aún siguen funcionando, generando gastos de instalación habitualmente. Estos factores que limitan la competitividad se revalidan por lo expuesto por Cisnero (2015), donde aduce que el bajo nivel de competitividad es el poco acceso a la información que se puede tener, ya que el desconocimiento del servicio que se brinda no permite tener un mejor posicionamiento en el mercado

e innovación del producto. Estos resultados también son revalidados por Ortiz y Arredondo (2014) el cual concluyo que es deficiente las variables: innovación, conocimiento del mercado, el papel del administrador y gestión administrativa .Por lo tanto es de mucha importancia tomar en cuenta estos factores ya que limitan la competitividad.

Al analizar la figura 3.3 de la información recolectada de la organización, se obtuvo como resultado que el 56% de los trabajadores alguna vez recibieron indicaciones y el 8% confirman que no. En la figura 3.4 el 32% de los trabajadores alguna vez recibieron capacitación para fomentar un plan de desarrollo y el 24% afirman que la empresa no capacita, esto es reflejado en la atención que brindan los colaboradores a los usuarios y la falta panes para desarrollar un mejor servicio. Lo cual se ratifica con lo manifestado por Gonzales (2016); aduce la importancia de la capacitación, el cual permite dar a conocer el sistema de riesgos del trabajo, transmitir la importancia de instalar una Cultura Preventiva en la sociedad y explicitar los riesgos y las medidas de prevención de los diferentes sectores de actividad. Por lo tanto Son factores que deben tomarse en cuenta para tener un mejor servicio y competir en el mercado con personas aptas ante cualquier problema.

Al conocer los resultados de la figura 3.5, 3.6, 3.7. 3.8 y 3.9 que de los 25 encuestados solo el 8% no les gusta trabajar en equipo, el 95% indican que la tecnología a permitido que la empresa se diferencie de la competencia, el 72% comentan que es favorable la opinión del cliente al probar el sistema, Lo cual se revalida por Arias (2015) quien aduce que las empresas deben diferenciarse en el mercado, utilizar tecnología y ventajas competitivas que les permita desarrollarse. Estos datos permiten conocer algunos aspectos positivos que la empresa tiene, lo cual ayuda a realizar o proponer un plan de mejora para mejorar la competitividad de la empresa.

De acuerdo a la hipótesis planteada en la investigación, los factores que limitan la competitividad y crecimiento de la demanda comercial de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018 son la planeación estratégica, innovación y capacitación al personal, según los resultados obtenida de

la figura 3.1, 3.2, 3.3 y 3.4; El cual es confirmado por Ortiz y Arredondo (2014) quien manifiesta que el bajo nivel competitivo de debe a la falta de innovación , gestión administrativa. Por lo tanto, se afirma la hipótesis formulada. Los colaboradores dan a conocer que no se sienten orientados con indicaciones para mejorar el servicio, el cual se puede reflejar en el nivel bajo de competitividad.

Finalmente se determinó que la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas en la ciudad de Trujillo, existen factores de competitividad que limitan el incremento de la demanda, ya que no tienen una planeación estratégica, innovación de servicios y personal capacitado para desarrollarse de una manera adecuada en el mercado al cual se dirigen, esta investigación aportara información que servirá como instrumento para la empresa y otras de similar rublo en otras regiones del país.

## V. Conclusiones

- 5.1. En el estudio se identificaron los factores primordiales que limitan la competitividad de la empresa de entrenamiento en apuestas deportivas investigada, el poco conocimiento sobre la planeación estratégica e innovación de su servicio originan un bajo nivel de competitividad.
- 5.2. En la investigación se identificaron los factores que limitan el crecimiento de la demanda de la empresa que brinda el servicio en apuestas deportivas, es la falta de capacitación al personal que labora en la organización, ya que se encuentran desorientados del servicio que brinda la empresa, teniendo solo información básica con respecto a los planes de la empresa, el cual ante un problema no saben cómo actuar directamente y esperan indicaciones de la sede principal , teniendo un tiempo de espera demasiado largo por el cual se llega a perder clientes.
- 5.3. El estudio permitirá proponer un plan para mejorar los factores de competitividad, ya que se tomara en cuenta sus fortalezas, como el buen nivel de trabajo en equipo, tecnología que les diferencia en el mercado, la buena opinión de los clientes y el mercado extenso que existe para el servicio
- 5.4. Se concluyó que la empresa así como tiene factores de competitividad que están limitando el desarrollo de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas que deben ser mejoradas lo antes posible para mejorar su nivel de competencia en el mercado al cual están dirigidos, también tiene factores que están ayudando a la empresa a diferenciarse en el mercado, la tecnología utilizada atrae a los clientes a utilizar el servicio, siendo esto una ventaja de competitividad frente a la competencia

## **VI. Recomendaciones**

- 6.1. Se debe construir un plan estratégico enfocado a mediano y largo plazo, donde se fortalezca las fortalezas de la organización e innove cada ciertos periodos, tener claro la misión, visión, objetivos y metas que desea alcanzar la empresa para su desarrollo y posicionamiento en el mercado.
- 6.2. Tener periodos de capacitación donde se informe el avance de la empresa, cuales son los objetivos, metas, misión, visión y sobre todo orientar al trabajador de cómo solucionar problemas según lo ocurrido para evitar las pérdidas de clientes y seguir incrementado la demanda del servicio.
- 6.3. Implementar un plan de desarrollo del servicio fortaleciendo los factores que nos diferencian en el mercado y fortalecer las debilidades que se ha visto en la empresa para aumentar el nivel de competitividad y hacer frente a la competencia.
- 6.4. Evaluar la organización a través de un cuadro de fortalezas competitivas el cual permite evaluar las debilidades y fortalezas que tiene la empresa frente a la competencia para así desarrollar un plan de mejora y nos permita en un futuro tener mejor penetración de mercado.
- 6.5. A futuros investigadores se recomienda realizar estudios con diseño cuasi experimental donde se apliquen estrategias de marketing para mejorar el nivel de competitividad de empresas de entretenimiento en apuestas deportivas u otros similares

## **VII. Propuesta**

### **7.1. Propuesta de estrategia de marketing para mejorar los factores primordiales que limitan la competitividad de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo-2018**

#### **7.1.2. Fundamentación.**

En la investigación realizada a los colaboradores de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas de la ciudad de Trujillo año 2018, se pudo conocer que los factores de competitividad que está limitando a la empresa son la falta de una planeación estratégica, poca innovación y falta de capacitaciones al personal, los cuales son reflejados en el servicio y el nivel competitivo que no hace frente ante la competencia, es por ello que se hará una propuesta de estrategia de marketing que permita aumentar el nivel de competitividad que permita tener mejor penetración de mercado y así incremente su demanda del mercado al cual está dirigido.

#### **7.1.3. Objetivo general**

Determinar un plan de estrategias de marketing que permita una diferenciación de mercado, aumentar el nivel de competitividad de la empresa e incremento de la demanda comercial.

#### **7.1.4. Objetivos específicos.**

- Realizar un cuadro de fortalezas competitivas
- Análisis FODA
- Plantear estrategias de marketing

### 7.1.5. Estrategias

- Analizar el cuadro de fortalezas competitivas para conocer nuestras fortalezas y debilidades frente a los competidores directos del mercado al cual se dirige la organización
- Tener en cuenta los factores que están limitando la competitividad en la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas con el fin de mejorar y fortalecerlas para ser competitivos en el mercado el cual se dirige la organización
- De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, evaluar las fortalezas y debilidades que la organización tiene para incrementar la competitividad de la organización.

7.1.6. Cuadro de fortalezas competitivas según David Aaker (2013)

Cuadro de fortalezas competitivas

| <u>ACTIVOS Y<br/>COMPETENCIAS</u> | PERU                           |                                |               |
|-----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------|
|                                   | Empresa de apuestas deportivas | INTRALOT (TEAPUESTO)           | APUESTA TOTAL |
| <u>CLAVES PARA EL ÉXITO</u>       |                                |                                |               |
| Calidad del producto              |                                |                                |               |
| Diferenciación del producto       |                                |                                |               |
| Satisfacción de producto          |                                |                                |               |
| Satisfacción del distribuidor     |                                |                                |               |
| Participación de mercado          |                                |                                |               |
| Calidad de servicio               |                                |                                |               |
| <u>IMPORTANCIA SECUNDARIA</u>     |                                |                                |               |
| Capacitación financiera           |                                |                                |               |
| Calidad de gestión                |                                |                                |               |
| Reconocimiento de marca           |                                |                                |               |
| Promoción/calidad                 |                                |                                |               |
| Escala de tres puntos             |                                |                                |               |
| 1-Menos que el promedio           |                                |                                |               |
| 2-Promedio                        |                                |                                |               |
| 3-Superior al promedio            |                                |                                |               |
|                                   |                                | EMPRESAS                       | PUNTAJE       |
|                                   |                                | Empresa de apuestas deportivas | 15            |
|                                   |                                | INTRALOT                       | 25            |
|                                   |                                | APUESTA T.                     | 23            |

Nota: cuadro piloto realizado según criterio del gerente de la empresa SERADIG CORPORATION (Empresa dedicada a apuestas deportivas)

Análisis: Según el cuadro de fortalezas competitivas, la empresa a investigar que brinda el servicio de apuestas deportivas tiene una puntuación de 15 puntos, el cual nos indica su nivel bajo de competitividad frente a la competencia, seguidamente esta Apuesta total con 24 puntos quien está luchando por apoderarse del mercado. En primer lugar esta INTRALOT quien muestra mejores fortalezas competitivas. Esto nos muestra en que elementos debemos mejorar para poder ser más competitivos.

Este modelo ayuda a la creación de estrategias basadas en el desarrollo de los diferentes elementos que tiene cada organización a fin de aclarar, enriquecer y diferenciarse de la competencia.

Se observa en el cuadro de fortalezas competitivas que la empresa líder (INTRALOT), presenta 3 elementos claves para el éxito, por el cual hace que este posicionado en el mercado.

7.1.7. Análisis FODA de la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Tecnología</li> <li>2. Trabajo en quipo</li> <li>3.Servicio automatizado</li> <li>4.Estructura con temática deportivo</li> </ol> | <p><b>Debilidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Personal no capacitado</li> <li>2.Desconocimiento de marketing</li> <li>3.Falta de identificación con la empresa</li> <li>4.falta de liquidez</li> </ol> |
| <p><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Amplio mercado</li> <li>2.Deporte todo el año</li> <li>3.Demanda de crecimiento en Trujillo</li> <li>4.Desarrollo tecnológico</li> </ol>            | <p><b>Estrategia FO</b></p> <p>1.Con la tecnología utilizada en el servicio de apuestas deportivas se apertura en nuevos distritos aprovechando el amplio mercado (F1;O1)</p>                      | <p><b>estrategia DO</b></p> <p>1.Logrando tener más demanda en la ciudad de Trujillo para el servicio que brinda la empresa, se podrá aplicar estrategias de marketing (O3;D2)</p>  |
| <p><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Entrada de nuevos competidores</li> <li>2.Fuerte competencia local</li> <li>3.decrecimiento económico del País</li> <li>4.Problemas políticos</li> </ol> | <p><b>Amenazas FA</b></p> <p>1.con el servicio automatizado nos diferenciaremos de la competencia (F3;A2)</p>  |   |

Nota: Análisis FODA establecida con respecto a la información proporcionada en la empresa

### 7.1.8. Estrategias de marketing

Se plateó las siguientes estrategias de marketing, con el fin de aumentar el nivel de competitividad de la empresa en entretenimiento de apuestas deportivas:

- Aplicar el Diamante de Porter

El cual da a conocer las razones concretas que tiene un sector de la economía o empresa de cada país para que sean competitivos unos más que otros, ya que permite analizar los factores que generan ventajas competitivas para que una marca sea la primera en el mercado al cual está dirigido. Las características de este modelo es que determinan las industrias o segmentos industriales en los que una nación tiene las mejores oportunidades para alcanzar el éxito.

Michael Porter aduce que son cuatro los componentes de la ventaja competitiva que conforman el diamante y dos complementos que se muestran a continuación:

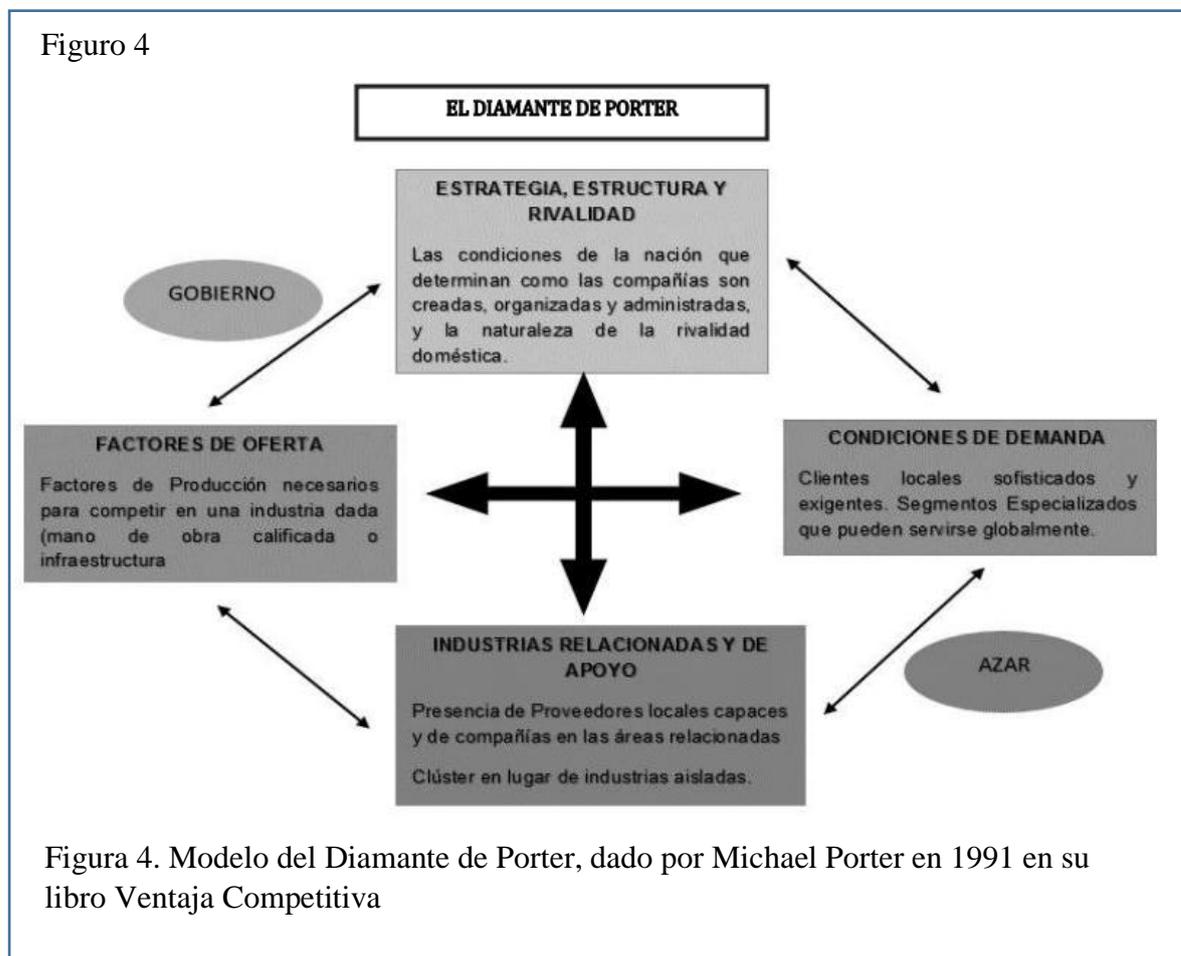


Figura 4. Modelo del Diamante de Porter, dado por Michael Porter en 1991 en su libro Ventaja Competitiva

## Componentes del diamante:

Condiciones de los factores: Permite la posición de la nación con respecto a la mano de obra especializada o infraestructura para competir en un determinado mercado

Condiciones de la demanda: Permite conocer la naturaleza de la composición de la demanda interior del servicio, su magnitud, las pautas del crecimiento y los mecanismos los cuales transmiten las preferencias de una nación.

Industrias relacionadas y de apoyo: Permite saber la presencia o ausencia de los proveedores y sectores afines que sean competidores internacionales el cual pueda beneficiar a la empresa

Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa: Permite conocer las condiciones de cómo se crean, organizan y gestionan las compañías que brindan el mismo servicio, así como la rivalidad de su naturaleza

¿Por qué aplicar el diamante de Porter?

Porque nos permite analizar una empresa y ayuda a generar estrategias, con el fin de crear ventajas competitivas frente al mercado al cual nos dirigimos, cabe recalcar que se debe tener cuidado con las decisiones que se tomen, sobre todo en los que se aplican grandes inversiones.

- Segmentación de mercado

Permite reconocer y distinguir los diferentes segmentos de mercado aportando ventajas competitivas a la empresa ya que nos ayudara a seleccionar los mercados, desarrollar estrategias comerciales y de marketing según el segmento dirigido y ajustar mejor las necesidades de los consumidores

Para ello debemos tener en cuenta lo siguiente según los factores de segmentación

Geográfico: A todas las personas que viven en zonas urbanas

Demográfico: Ambos sexos, mayores de 18 años, estudiantes y trabajadores

Psicológico: Jóvenes y adultos amantes al deporte, que les guste la innovación y uso de la tecnología

Conductual: Jóvenes y adultos que son apasionadas y disfruten de los diferentes deportes ya sea practicando alguno o a través de la visualización vía televisión.

- Posicionamiento

Permitirá aplicar estrategias mediante las fortalezas de la empresa, con el fin de posicionarse en el segmento del mercado al cual está dirigido, teniendo en cuenta el cuadro de fortalezas competitivas (página 36), el servicio que brinda la empresa de entretenimiento en apuestas deportivas se posicionara a través de la diferenciación con el uso de tecnología que permita al usuario un servicio automatizado y más rápido, ya que cuentan con terminales electrónicos para la realización de las apuestas deportivas.

- Los 4 P de marketing

Producto:

Es un servicio de apuestas deportivas con el uso de tecnología que permite al cliente requerir el servicio de una manera más rápida al tratarse de un autoservicio el cual se diferencia de sus competidores.

**Precio:**

El precio de cada jugada está establecido en el sistema utilizado en los terminales electrónicos, con un monto mínimo por apuesta de S/5 soles a un máximo de S/400 soles por jugada realizada en el terminal.

**Promoción:**

Sorteos de camisetas deportivas por utilizar el servicio de apuestas deportivas  
Por cada S/20 soles de apuesta, un 10% más de ganancia a su apuesta realizada  
Sorteo de Entradas a deportes locales y nacionales

**Punto de venta:**

Podrán encontrar el servicio en avenidas y calles principales  
A través de una página web vía online

- **Publicidad**

A través de las redes sociales, radio y televisión

## Referencia

- Aaker. (1989): *Managing Assets and Skills: The Key to a Sustainable Competitive Advantage*, California Management Review, Vol.31, n° 2, pp. 91 – 106
- Alonso, J.A. (1992): *Ventajas Comerciales y Competitividad: Aspectos Conceptuales y Empíricos*, Información Comercial Española, n° 705, mayo, pp. 38 – 76
- Álvarez, J. C. Y García, E. (1996). *Factores de Éxito y Riesgo en la Pyme. Diseño e Implantación de un Modelo para la Mejora de la Competitividad*, Economía Industrial, n° 310, pp. 149 – 161
- Anzola R. (2002). *Administración de pequeñas empresas*, 2da. Edición, McGraw-Hill / Interamericana, S.A. México.
- Arias Romero. Jorge A. (2015). *Innovación y diferenciación para mejorar la gestión de su empresa*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/innovacion-y-diferenciacion-para-mejorar-la-gestion-de-su-empresa/>
- Canals J. (2000). Crecimiento empresarial: Personas y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa y Humanismo*, pp. 340-348
- Castañón (2005). *Competitividad y sistemas de innovación. Los retos para la inversión de México en el contexto global*. Temas de Iberoamérica. Globalización, ciencia y tecnología. pp. 34
- Cisneros (2015). *Factores de producción y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica del distrito de quinua del distrito de quinua en Ayacucho*. (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en economía) facultad de ciencias económicas, administrativas y contables universidad nacional san Cristóbal de Huamanga, Perú. Recuperado de: [http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/844/Tes%20E172\\_Cer.pdf?Sequence=1](http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/844/Tes%20E172_Cer.pdf?Sequence=1)
- David A.(2007).*Strategic market management*. Octava edición. California. Editorial WILEY

empresas-familiares

Gómez Santiz Irma. (2015, mayo 11). *Competencias genéricas de Porter para el desarrollo de negocios*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/competencias-genericas-de-porter-para-el-desarrollo-de-negocios/>

González, J. (15 de 04 de 85). *Para todo hay fans*. Recuperado de: <http://blog.elinsignia.com/2016/11/24/la-capacitacion-aumenta-capital-intelectual/>

Grandes Pymes. Recuperado en:

<http://jcvalda.wordpress.com/2010/02/26/planificacion-estrategica-en->

Jáuregui Alejandro. (2001). *Los determinantes de la competitividad de Porter*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/determinantes-competitividad-porter/>

Narváez (2015). *Factores condicionantes para el desarrollo empresarial competitivo: estudio empírico de la pyme en Venezuela*. . (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en economía) facultad de ciencias económicas ,Universidad del Zulia, Venezuela. Recuperado de: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewarticle/3092/5095>

Ortiz y Arredondo (2014). *Competitividad de las empresas desarrolladoras de software en Morelia Michoacán*. (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en administración) Facultada de administración. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. México. Recuperado de: <http://riico.org/memoria/Octavo/PDF/Mesa2/RIICO-28002.pdf>

Pardo y Rojas (2012). *Factores que limitan el crecimiento y la apertura comercial de las pymes en un contexto globalizado: un estudio aplicado al municipio de san Luis potosí*, (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en comercio y negocios internacionales) facultada de economía, universidad autónoma de San Luis Potosí. Perú. Recuperado de : [http://cicsa.uaslp.mx/bvirtual/tesis/tesis/Factores\\_que\\_limitan\\_el\\_Crecimiento\\_y\\_la\\_Apertura\\_Comercial\\_de\\_las\\_MIPYMES\\_en\\_un\\_contexto\\_Globalizado/FACTORES%20QUE%20LIMITAN%20EL%20CRECIMIENTO%](http://cicsa.uaslp.mx/bvirtual/tesis/tesis/Factores_que_limitan_el_Crecimiento_y_la_Apertura_Comercial_de_las_MIPYMES_en_un_contexto_Globalizado/FACTORES%20QUE%20LIMITAN%20EL%20CRECIMIENTO%20)

20Y%20LA%20APERTURA%20COMERCIAL%20DE%20LAS%20MIP  
YMES%20EN%20UN%20CONTEXTO.pdf

- Penrose, E. T. (1962). *Teoría del crecimiento de la empresa*. Madrid: Aguilar. (Trabajo original publicado en 1959).
- Pérez Escatel A. (2008). Competitividad y acumulación de capacidades tecnológicas en la industria manufacturera mexicana. *Investigación económica*, vol. LXVIII, 268, pp. 163-166
- Porter M. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, Nueva York.  
Recuperado de:  
<http://www.uic.org.ar/intranetcompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf>
- Porter, M. (1982). *Técnicas para el Análisis de los sectores y de la Competencia*. Editorial CESCO, México, pp. 12-33
- Porter, M. (1999). *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*, Deusto, pp. 84;125
- Porter, M. E. (2008). *Estrategia competitiva Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Patria, S.A.
- Porter, M. E. (2009). *Ser Competitivo Edición actualizada y aumentada*. Barcelona, España: Deusto.
- Ramírez,García y Cano (2013). *Diagnóstico de factores de competitividad de una empresa Hotelera* (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en administración) Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana. México.  
Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/01/02CA201302.pdf>
- Santesmases (2008). La demanda. Recuperado de:  
<https://www.uv.es/frasquem/dci/DirCom1TEMA6.pdf>
- Seclen J. (2016). Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria metalmeccánica de Lima: un estudio de casos múltiple. *Ekonomiaz* N°90, pp. 237-239
- Talaya, A. et al. (2018) *Principios del Marketing*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=86V4nK6j0vIC&printsec=frontcover&dq=principios+del+marketing&hl=en&sa=X&ved>

=0ahUKEwjW9vakrzUAhVMbz4KHapKB84Q6AEIJTAA#v=onepage&q  
=principios%20del%20marketing&f=false

Valda, J(2010) *Planificación Estratégica en Empresas Familiares*, en Grandes Pymes. [En línea]. Disponible en: <http://jcvalda.wordpress.com/2010/02/26/planificacion-estrategica-enempresas-familiares>

# **ANEXOS**

ANEXO 1

| ITEMS               |   | 1    | 2   | 3   | 4    | 5   | 6   | 7   | 8   | 9    | 10   | 11  | 12  | 13  | 14  | 15   | 16   | 17   | 18  | 19   | 20  | 21   | 22  | 23  | 24  | 25  | TOTAL  |
|---------------------|---|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|------|------|-----|-----|-----|-----|------|------|------|-----|------|-----|------|-----|-----|-----|-----|--------|
| 1                   | Recibes indicaciones que permiten desarrollar mejor el servicio                               | 5    | 5   | 4   | 4    | 5   | 4   | 4   | 3   | 4    | 5    | 4   | 5   | 4   | 4   | 4    | 4    | 5    | 5   | 5    | 4   | 4    | 5   | 4   | 5   | 4   | 109    |
| 2                   | Tienes a conocer la planeación de la empresa  | 3    | 2   | 3   | 4    | 3   | 5   | 3   | 2   | 4    | 2    | 4   | 3   | 2   | 4   | 3    | 3    | 3    | 4   | 4    | 3   | 3    | 4   | 3   | 2   | 2   | 78     |
| 3                   | conoces los objetivos de la empresa   | 3    | 4   | 5   | 3    | 4   | 5   | 3   | 4   | 5    | 3    | 4   | 5   | 5   | 3   | 4    | 4    | 4    | 3   | 3    | 2   | 2    | 4   | 2   | 5   | 3   | 92     |
| 4                   | A menudo suelen capacitarlos para fomentar un plan de desarrollo                              | 4    | 5   | 4   | 4    | 5   | 4   | 3   | 3   | 4    | 5    | 3   | 4   | 3   | 4   | 3    | 3    | 5    | 5   | 4    | 4   | 4    | 4   | 3   | 3   | 4   | 97     |
| 5                   | Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo                                     | 4    | 5   | 3   | 4    | 3   |     | 4   | 4   | 5    | 5    | 5   | 3   | 4   | 3   | 5    | 5    | 3    | 3   | 4    | 5   | 5    | 4   | 4   | 5   | 3   | 98     |
| 6                   | Te resultaría fácil asignar tareas a los demás  | 4    | 5   | 5   | 5    | 4   | 5   | 4   | 5   | 4    | 5    | 3   | 4   | 3   | 3   | 3    | 4    | 4    | 3   | 3    | 4   | 5    | 5   | 3   | 3   | 4   | 100    |
| 7                   | Escuchas a aquellos que te plantean nuevas ideas  | 4    | 5   | 4   | 5    | 5   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5   | 5   | 4   | 5   | 5    | 4    | 5    | 5   | 4    | 4   | 5    | 5   | 5   | 4   | 4   | 115    |
| 8                   | Sueles trabajar en equipo   | 4    | 4   | 4   | 4    | 4   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5    | 5   | 5   | 5   | 4   | 5    | 5    | 5    | 5   | 4    | 5   | 5    | 5   | 5   | 5   | 5   | 118    |
| 9                   | Tienes facilidad de comunicación  | 5    | 4   | 4   | 4    | 4   | 4   | 5   | 5   | 5    | 5    | 4   | 4   | 5   | 4   | 5    | 4    | 4    | 4   | 4    | 4   | 4    | 5   | 3   | 3   | 4   | 105    |
| 10                  | Te consideras una persona creativa  | 4    | 4   | 4   | 4    | 4   | 4   | 3   | 3   | 4    | 4    | 5   | 5   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    | 4   | 4    | 4   | 5    | 5   | 4   | 4   | 5   | 103    |
| 11                  | Disfrutas descubriendo cosas nuevas para hacer no muy comunes                                 | 4    | 5   | 4   | 5    | 5   | 4   | 4   | 4   | 3    | 3    | 4   | 3   | 3   | 4   | 3    | 4    | 5    | 5   | 3    | 3   | 3    | 3   | 3   | 3   | 3   | 93     |
| 12                  | Sientes tu espíritu aventurero  | 4    | 5   | 3   | 3    | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 5   | 5   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    | 4   | 3    | 3   | 4    | 4   | 4   | 5   | 5   | 105    |
| 13                  | tiendes a aportar ideas que permitan mejorar las funciones ya establecidas de la empresa      | 4    | 4   | 4   | 3    | 3   | 4   | 4   | 4   | 3    | 3    | 2   | 1   | 1   | 2   | 1    | 1    | 1    | 2   | 2    | 2   | 3    | 3   | 3   | 4   | 4   | 68     |
| 14                  | La empresa cuenta con equipos tecnológicos que permites competir en el mercado                | 4    | 5   | 4   | 5    | 4   | 5   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 5    | 5   | 4    | 4   | 4    | 4   | 5   | 5   | 5   | 115    |
| 15                  | Suelen contar con el uso de la tecnología para mejor su servicio                              | 5    | 5   | 3   | 3    | 3   | 3   | 5   | 5   | 5    | 5    | 5   | 5   | 4   | 3   | 4    | 3    | 4    | 3   | 3    | 3   | 3    | 4   | 4   | 5   | 4   | 99     |
| 16                  | El uso de la tecnología ha permitido que la empresa se distinga d su competencia              | 5    | 4   | 5   | 4    | 5   | 4   | 5   | 4   | 5    | 4    | 5   | 4   | 5   | 4   | 5    | 5    | 4    | 5   | 5    | 4   | 5    | 4   | 5   | 4   | 5   | 114    |
| 17                  | Los clientes suelen regresar después de adquirir el servicio                                  | 4    | 4   | 4   | 5    | 5   | 3   | 3   | 3   | 4    | 5    | 4   | 4   | 4   | 5   | 5    | 5    | 3    | 4   | 5    | 4   | 5    | 5   | 4   | 2   | 4   | 103    |
| 18                  | Es buena la opinión del cliente después de adquirir el servicio                               | 4    | 5   | 3   | 3    | 4   | 5   | 5   | 5   | 4    | 5    | 4   | 3   | 3   | 3   | 3    | 3    | 3    | 4   | 4    | 4   | 4    | 4   | 4   | 4   | 5   | 98     |
| 19                  | La frecuencia con la que requieren el servicio los usuarios es seguida                        | 4    | 3   | 5   | 5    | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 5    | 5   | 5   | 5   | 4   | 4    | 4    | 4    | 4   | 4    | 4   | 4    | 4   | 4   | 4   | 5   | 111    |
| 20                  | El punto de venta satisface a los usuarios  | 4    | 4   | 4   | 5    | 5   | 5   | 3   | 3   | 3    | 2    | 2   | 2   | 1   | 1   | 2    | 2    | 3    | 3   | 3    | 3   | 4    | 4   | 4   | 4   | 4   | 80     |
| 21                  | hay suficientes clientes para el servicio que brinda la empresa                               | 4    | 4   | 5   | 3    | 3   | 3   | 2   | 2   | 2    | 5    | 4   | 2   | 3   | 5   | 4    | 1    | 2    | 2   | 4    | 5   | 4    | 5   | 2   | 2   | 4   | 82     |
| 22                  | La empresa puede cubrir la demanda del servicio requerido                                     | 4    | 4   | 4   | 4    | 4   | 5   | 5   | 5   | 4    | 5    | 5   | 4   | 5   | 5   | 4    | 5    | 2    | 2   | 2    | 3   | 4    | 4   | 4   | 4   | 4   | 101    |
| 23                  | El punto de venta del servicio está ubicado de acuerdo a su segmento                          | 5    | 5   | 4   | 4    | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4   | 4   | 2   | 3   | 1    | 5    | 3    | 5   | 3    | 5   | 3    | 3   | 5   | 5   | 4   | 97     |
| 24                  | Los clientes que requieren el servicio son del segmento del cual está dirigido por la empresa | 4    | 2   | 2   | 5    | 5   | 5   | 5   | 2   | 3    | 3    | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    | 4    | 4    | 4   | 4    | 4   | 4    | 3   | 3   | 3   | 3   | 97     |
| 25                  | siempre hay nuevos usuarios requiriendo el servicio brindado                                  | 4    | 4   | 5   | 5    | 5   | 5   | 4   | 4   | 4    | 4    | 5   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    | 5   | 5    | 5   | 5    | 5   | 3   | 4   | 4   | 109    |
| Total               |   | 104  | 108 | 102 | 107  | 110 | 110 | 107 | 106 | 112  | 116  | 117 | 110 | 105 | 110 | 111  | 112  | 111  | 116 | 112  | 115 | 123  | 125 | 116 | 121 | 126 | 2487   |
| promedio            |   | 1.04 | 1.1 | 1   | 1.07 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.12 | 1.16 | 1.2 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.11 | 1.12 | 1.11 | 1.2 | 1.12 | 1.2 | 1.23 | 1.3 | 1.2 | 1.2 | 1.3 | 28.12  |
| desviacion estandar |   | 0.53 | 0.9 | 0.8 | 0.78 | 0.8 | 0.7 | 0.9 | 1   | 0.83 | 1.01 | 0.9 | 1.1 | 1.2 | 1   | 1.21 | 1.18 | 1.09 | 1   | 0.84 | 0.9 | 0.86 | 0.7 | 0.9 | 1   | 0.8 | 12.41  |
| Varianza            |   | 0.28 | 0.8 | 0.6 | 0.61 | 0.6 | 0.5 | 0.8 | 1.1 | 0.69 | 1.02 | 0.9 | 1.2 | 1.5 | 1.1 | 1.47 | 1.39 | 1.19 | 1.1 | 0.71 | 0.8 | 0.74 | 0.5 | 0.8 | 1   | 0.6 | 154.01 |

|                   |      |
|-------------------|------|
| Muestra piloto    | 25   |
| alpha de Combrach | 0.89 |

ANEXO 2

| TITULO   | PROBLEMA   | OBJETIVOS  | HIPOTESIS   | VARIABLES      | D.C  | D.O  | DIMENSIONES           | Indicadores       | E.M     |          |
|--|--|--|---|----------------|--|--|-----------------------|-------------------|---------|----------|
| Factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo - 2018 | ¿Cuáles son los Factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018 | <p>Objetivos generales</p> <p>Determinar los factores que limitan la competitividad y crecimiento de la demanda comercial de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo - 2018</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los factores primordiales que limitan la competitividad de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018</li> <li>• Identificar los factores que limitan el crecimiento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo – 2018</li> <li>• Proponer un plan para mejorar los factores de competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo - 2018</li> </ul> | Los Factores que limitan la competitividad e incremento de la demanda comercial de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo - 2018 son la planeación estratégica y el trabajo en equipo | Competitividad | Es la capacidad de una empresa u institución, de cualquier rubro, para crecer y sostener unas ventajas comparativas que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el ambiente socio económico en que se dirige (Pérez,2008) | Se aplicará una encuesta que permitirá identificar los Factores más resaltantes que limitan la competitividad y crecimiento de la demanda comercial de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo - 2018 | Especialización       | Capacitación      | nominal |          |
|  |  |  |   | Demanda        | La demanda son los bienes y servicios que se solicitan por determinados mercados de una economía a precios específicos el cual puede estar influenciado por un gran número de factores que determinan la cantidad del producto solicitado    | Se aplicará una encuesta que permitirá identificar los Factores más resaltantes de crecimiento de la demanda comercial de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas Trujillo - 2018                              | Calidad de producto   | Innovación        |         | servicio |
|  |  |  |   |                |  |  | Liderazgo tecnológico | Tecnología        |         |          |
|  |  |  |   |                |  |  | Demanda de marca      | Numero de jugadas |         | nominal  |

## ANEXO 3

### TEST PARA EVALUAR LA COMPETITIVIDAD Y INCREMENTO DE LA DEMANDA

#### A. GENERALIDADES:

1. Nombre y apellidos: \_\_\_\_\_
2. Fecha: \_\_\_\_\_

#### B. OBJETIVOS.

- Diagnosticar la competitividad e incremento de la demanda de una empresa de entretenimiento en apuestas deportivas a través de un pre test.

#### C. INSTRUCCIÓN:

- Para responder a las siguientes preguntas, escoge una de las siguientes respuestas y marca con una "X" la respuesta según tu criterio personal y consideres el más adecuado y oportuno para cada caso.

- A: Sí / en total acuerdo.
- B: Bastante / a menudo.
- C: Algo / alguna vez.
- D: No / en absoluto.

#### D. CONTENIDO DE LA ENCUESTA:

##### I. Planeación estratégica:

1. ¿Recibes indicaciones que permiten desarrollar mejor el servicio?

A:  B:  C:  D:

2. ¿Tiendes a conocer la planeación de la empresa?

A:  B:  C:  D:

3. ¿conoces los objetivos de la empresa?

A:  B:  C:  D:

4. ¿A menudo suelen capacitarlos para fomentar un plan de desarrollo?

A:  B:  C:  D:

## II. Trabajo en equipo

1. ¿Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo?

A:  B:  C:  D:

2. ¿Te resultaría fácil asignar tareas a los demás?

A:  B:  C:  D:

3. ¿Escuchas a aquellos que te plantean nuevas ideas?

A:  B:  C:  D:

4. ¿sueles trabajar en equipo?

A:  B:  C:  D:

5. ¿Tienes facilidad de comunicación?

A:  B:  C:  D:

## III. Innovación

1. ¿Te consideras una persona creativa?

A:  B:  C:  D:

2. ¿Disfrutas descubriendo cosas nuevas para hacer no muy comunes?

A:  B:  C:  D:

3. ¿Sientes tu espíritu aventurero?

A:  B:  C:  D:

4. ¿tiendes a aportar ideas que permitan mejorar las funciones ya establecidas de la empresa?

A:  B:  C:  D:

#### IV. Avances tecnológicos

1. ¿La empresa cuenta con equipos tecnológicos que permites competir en el mercado?

A:  B:  C:  D:

2. ¿Suelen contar con el uso de la tecnología para mejor su servicio?

A:  B:  C:  D:

3. ¿El uso de la tecnología ha permitido que la empresa se distinga d su competencia?

A:  B:  C:  D:

#### V. Mercado potencial.

1. ¿Los clientes suelen regresar después de adquirir el servicio?

A:  B:  C:  D:

2. Es buena la opinión del cliente después de adquirir el servicio?

A:  B:  C:  D:

3. ¿La frecuencia con la que requieren el servicio los usuarios es seguida?

A:  B:  C:  D:

#### VI. Tamaño del mercado

1. ¿El punto de venta satisface a los usuarios?

A:  B:  C:  D:

2. ¿hay suficientes clientes para el servicio que brinda la empresa?

A:  B:  C:  D:

3. ¿La empresa puede cubrir la demanda del servicio requerido?

A:  B:  C:  D:

## VII. Penetración de mercado

1. ¿El punto de venta del servicio está ubicado de acuerdo a su segmento?

A:  B:  C:  D:

2. ¿Los clientes que requieren el servicio son del segmento del cual está dirigido por la empresa?

A:  B:  C:  D:

3. ¿siempre hay nuevos usuarios requiriendo el servicio brindado?

A:  B:  C:  D:

ANEXO 4

**CONSTANCIA DE VALIDACION**

Yo, Olenka Espinoza Rodriguez, titular  
del DNI. N° 18092486, de profesión  
Economista,  
actualmente como Docente de Investigación,  
Institución Universidad Cesar Vallejo, en la

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

|                        | DEFICIENTE | ACEPTABLE | BUENO | EXCELENTE |
|------------------------|------------|-----------|-------|-----------|
| Congruencia de Ítems   |            |           | ✓     |           |
| Amplitud de contenido  |            |           | ✓     |           |
| Redacción de los Ítems |            |           | ✓     |           |
| Claridad y precisión   |            |           | ✓     |           |
| Pertinencia            |            |           | ✓     |           |

En Trujillo, a los 12 días del mes de Diciembre del  
2017

Olenka Espinoza  
Firma

**CONSTANCIA DE VALIDACION**

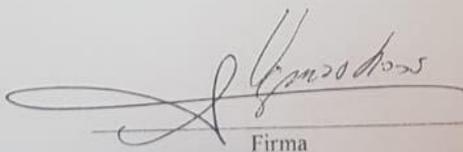
Yo, Gustavo Ugarriza Gross, titular  
del DNI. N° 18181613, de profesión  
ING. Industrial, ejerciendo  
actualmente como Docente, en la  
Institución Universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

\_\_\_\_\_.  
Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

|                        | DEFICIENTE | ACEPTABLE | BUENO | EXCELENTE |
|------------------------|------------|-----------|-------|-----------|
| Congruencia de Ítems   |            |           | ✓     |           |
| Amplitud de contenido  |            |           | ✓     |           |
| Redacción de los Ítems |            |           | ✓     |           |
| Claridad y precisión   |            |           | ✓     |           |
| Pertinencia            |            |           | ✓     |           |

En Trujillo, a los 07 días del mes de Noviembre del  
2017

  
Firma

NEXO 5

| VARIABLES                             |                             | COMPETITIVIDAD |   |   |                          |   |   |   |   |                |    |    |    |                            | INCREMENTO DE LA DEMANDA |    |    |                        |    |    |                                 |    |    |                                |    |    |  |
|---------------------------------------|-----------------------------|----------------|---|---|--------------------------|---|---|---|---|----------------|----|----|----|----------------------------|--------------------------|----|----|------------------------|----|----|---------------------------------|----|----|--------------------------------|----|----|--|
| ITEMS/N°<br>ENCUESTADOS               | I.Planeacion<br>estrategica |                |   |   | II. TRABAJO<br>EN EQUIPO |   |   |   |   | III.INNOVACION |    |    |    | IV.AVANCES<br>TEGNOLOGICOS |                          |    |    | V.Mercado<br>potencial |    |    | VI.<br>Tamaño<br>del<br>mercado |    |    | VII.Penetracion<br>del mercado |    |    |  |
|                                       | P                           | 1              | 2 | 3 | 4                        | 5 | 6 | 7 | 8 | 9              | 10 | 11 | 12 | 13                         | 14                       | 15 | 16 | 17                     | 18 | 19 | 20                              | 21 | 22 | 23                             | 24 | 25 |  |
| Apuestas<br>Deportivas en<br>trujillo | 1                           | 1              | 3 | 1 | 4                        | 1 | 1 | 1 | 2 | 1              | 1  | 1  | 3  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 3                      | 3  | 4  | 1                               | 1  | 1  | 1                              | 1  | 3  |  |
|                                       | 2                           | 3              | 3 | 2 | 2                        | 3 | 1 | 2 | 1 | 3              | 3  | 3  | 1  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 2                      | 1  | 1  | 1                               | 1  | 4  | 1                              | 2  | 3  |  |
|                                       | 3                           | 2              | 3 | 3 | 4                        | 1 | 3 | 1 | 1 | 4              | 2  | 1  | 3  | 1                          | 1                        | 1  | 1  | 3                      | 1  | 3  | 2                               | 1  | 1  | 1                              | 2  | 1  |  |
|                                       | 4                           | 3              | 4 | 2 | 3                        | 2 | 1 | 2 | 1 | 1              | 1  | 3  | 1  | 2                          | 1                        | 1  | 2  | 1                      | 1  | 1  | 1                               | 1  | 4  | 2                              | 1  | 2  |  |
|                                       | 5                           | 1              | 4 | 1 | 2                        | 1 | 2 | 1 | 2 | 2              | 3  | 3  | 1  | 3                          | 3                        | 1  | 3  | 1                      | 1  | 1  | 2                               | 1  | 1  | 1                              | 2  | 2  |  |
|                                       | 6                           | 3              | 4 | 3 | 1                        | 2 | 3 | 1 | 1 | 1              | 1  | 3  | 3  | 1                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 1                               | 1  | 1  | 1                              | 1  | 1  |  |
|                                       | 7                           | 2              | 3 | 2 | 2                        | 1 | 1 | 2 | 3 | 1              | 2  | 1  | 1  | 3                          | 2                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 2  | 1                               | 1  | 4  | 2                              | 1  | 1  |  |
|                                       | 8                           | 3              | 3 | 3 | 3                        | 3 | 2 | 1 | 1 | 1              | 1  | 3  | 1  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 2  | 1                               | 1  | 4  | 3                              | 2  | 1  |  |
|                                       | 9                           | 1              | 3 | 1 | 1                        | 1 | 3 | 2 | 1 | 1              | 1  | 3  | 2  | 1                          | 2                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 2                               | 1  | 1  | 1                              | 1  | 2  |  |
|                                       | 10                          | 3              | 3 | 3 | 4                        | 2 | 3 | 1 | 1 | 1              | 1  | 3  | 3  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 3                               | 1  | 4  | 1                              | 2  | 1  |  |
|                                       | 11                          | 4              | 4 | 2 | 1                        | 1 | 1 | 2 | 3 | 1              | 2  | 1  | 1  | 3                          | 2                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 2                               | 1  | 1  | 2                              | 1  | 2  |  |
|                                       | 12                          | 3              | 3 | 4 | 3                        | 3 | 4 | 1 | 2 | 2              | 2  | 4  | 1  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 3  | 1  | 3                               | 1  | 1  | 3                              | 2  | 1  |  |
|                                       | 13                          | 2              | 4 | 4 | 2                        | 1 | 2 | 3 | 1 | 1              | 1  | 3  | 2  | 2                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 3  | 2  | 1                               | 1  | 1  | 2                              | 1  | 2  |  |
|                                       | 14                          | 3              | 3 | 3 | 1                        | 3 | 4 | 1 | 4 | 1              | 3  | 1  | 1  | 4                          | 1                        | 3  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 3                               | 1  | 1  | 2                              | 1  | 1  |  |
|                                       | 15                          | 3              | 3 | 3 | 3                        | 2 | 1 | 1 | 1 | 1              | 1  | 3  | 3  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 2                               | 1  | 4  | 1                              | 2  | 2  |  |
|                                       | 16                          | 4              | 3 | 2 | 2                        | 1 | 3 | 3 | 1 | 1              | 2  | 4  | 1  | 2                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 3                               | 1  | 4  | 1                              | 1  | 1  |  |
|                                       | 17                          | 3              | 4 | 4 | 3                        | 3 | 1 | 1 | 1 | 2              | 1  | 2  | 1  | 4                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 3                               | 1  | 1  | 3                              | 3  | 2  |  |
|                                       | 18                          | 2              | 3 | 3 | 4                        | 1 | 2 | 1 | 4 | 1              | 2  | 3  | 2  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 3                               | 1  | 3  | 1                              | 1  | 3  |  |
|                                       | 19                          | 3              | 4 | 3 | 4                        | 2 | 1 | 2 | 2 | 1              | 1  | 2  | 1  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 3                               | 1  | 2  | 4                              | 3  | 1  |  |
|                                       | 20                          | 3              | 3 | 3 | 1                        | 1 | 3 | 4 | 3 | 1              | 1  | 3  | 2  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 2  | 1                               | 1  | 3  | 3                              | 1  | 3  |  |
|                                       | 21                          | 3              | 3 | 3 | 4                        | 2 | 3 | 1 | 2 | 1              | 1  | 2  | 1  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 1  | 1  | 4                               | 1  | 3  | 4                              | 1  | 4  |  |
|                                       | 22                          | 2              | 3 | 4 | 3                        | 1 | 2 | 2 | 1 | 1              | 1  | 2  | 3  | 3                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 2  | 1  | 4                               | 1  | 2  | 3                              | 1  | 1  |  |
|                                       | 23                          | 3              | 3 | 4 | 2                        | 1 | 3 | 1 | 2 | 1              | 1  | 3  | 1  | 2                          | 1                        | 1  | 1  | 1                      | 2  | 1  | 1                               | 1  | 3  | 4                              | 3  | 3  |  |
|                                       | 24                          | 3              | 3 | 3 | 3                        | 2 | 2 | 1 | 3 | 1              | 1  | 3  | 1  | 4                          | 2                        | 2  | 1  | 2                      | 2  | 1  | 4                               | 1  | 2  | 3                              | 1  | 4  |  |
|                                       | 25                          | 2              | 3 | 3 | 3                        | 4 | 2 | 1 | 2 | 1              | 2  | 3  | 1  | 3                          | 2                        | 2  | 1  | 2                      | 2  | 2  | 1                               | 1  | 1  | 3                              | 1  | 2  |  |

## ANEXO 6

Instrumento 01 cuestionario de variables de competitividad e incremento de la demanda

Ficha técnica

Nombre original: test para evaluar la competitividad y incremento dela demanda

Autor: Himilce (2005)

Procedencia: Jamilena

Administración: cuestionario

Duración: sin límite de tiempo

Aplicación: trabajadores de la empresa

Puntuación: manual o computarizada

Significación: 7 indicadores

Usos: en la administración y en investigacion

Materiales: cuestionario que contiene ítems 25

### Guia de analisis de datos

| MESES                   | JUGADAS<br>REALIZADAS | VOLUMEN<br>DE VENTAS | PAGOS<br>REALIZADOS | ASOCIADOS<br>(50%) | RESULTADO |
|-------------------------|-----------------------|----------------------|---------------------|--------------------|-----------|
| ENERO                   |                       |                      |                     |                    |           |
| FEBRERO                 |                       |                      |                     |                    |           |
| MARZO                   |                       |                      |                     |                    |           |
| ABRIL                   |                       |                      |                     |                    |           |
| MAYO                    |                       |                      |                     |                    |           |
| JUNIO                   |                       |                      |                     |                    |           |
| TOTAL DE<br>INDICADORES |                       |                      |                     |                    |           |

NOTA: Empresa de entretenimiento en apuestas deportivas

## ANEXO 8

---

**SERVICIOS ADMINISTRATIVOS E INVERSIONES GENERALES**  
**EIRL**

---

REPORTE DE VENTAS SEMESTRE 1 - 2018

RUC: 20602751148

SOLICITAD  
O:

---

|                             | JUGADAS<br>REALIZADAS | VOLUMEN DE<br>VENTAS | PAGOS<br>REALIZADOS | ASOCIADOS<br>(50%) | RESULTADO     |
|-----------------------------|-----------------------|----------------------|---------------------|--------------------|---------------|
| ENERO                       | 12,570.00             | S/ 51,640.00         | S/ 33,641.33        | S/ 8,999.34        | S/ 17,998.67  |
| FEBRERO                     | 15,325.00             | S/ 67,330.00         | S/ 57,840.00        | S/ 4,745.00        | S/ 9,490.00   |
| MARZO                       | 17,482.00             | S/ 86,640.00         | S/ 70,270.26        | S/ 8,184.87        | S/ 16,369.74  |
| ABRIL                       | 20,331.00             | S/ 109,940.00        | S/ 88,919.34        | S/ 10,510.33       | S/ 21,020.66  |
| MAYO                        | 10,222.00             | S/ 50,250.00         | S/ 37,508.78        | S/ 6,370.61        | S/ 12,741.22  |
| JUNIO                       | 37,653.00             | S/ 139,280.00        | S/ 81,090.51        | S/ 29,094.75       | S/ 58,189.49  |
| TOTAL DE<br>INDICADO<br>RES | 113,583.00            | S/ 505,080.00        | S/ 369,270.22       | S/ 67,904.89       | S/ 135,809.78 |

---

|