



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión empresarial y competitividad de las mypes del centro
comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Pizan Intor, Jose Luis (orcid.org/0000-0002-1348-9111)

Trujillo Muñoz, Jacinto (orcid.org/0000-0003-4545-0227)

ASESOR:

Dr. Espinoza Rodriguez, Hugo Redib (orcid.org/0000-0003-0783-7770)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

CHIMBOTE – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Jesucristo, por sus bendiciones poder llegar a concluir nuestro más acariciado anhelo de nuestro éxito profesional.

A nuestros padres, quienes en todo momento nos apoyaron. Y nos enseñaron que todo lo que nos propongamos se puede lograr, si se tiene permanentemente dedicación y responsabilidad.

Agradecimiento

A la Universidad César Vallejo y a los docentes por todas sus enseñanzas y orientaciones en nuestra formación académica y profesional.

Además, a todas las personas que nos apoyaron en todo momento, tanto con sus orientaciones y consejos; para el logro de nuestros propósitos y metas.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	7
III.METODOLOGÍA	14
3.1 Tipo y diseño de la investigación	14
3.2 Variables y operacionalización	14
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	15
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5 Procedimientos	17
3.6 Métodos de análisis de datos	18
3.7 Aspectos éticos	18
IV.RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN	23
VI.CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS	34

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Correlación entre la gestión empresarial y competitividad</i>	19
Tabla 2 <i>Gestión empresarial de las mypes del centro comercial Parque</i>	20
<i>Lambramani, Arequipa 2022</i>	
Tabla 3 <i>Competitividad de las mypes del centro comercial Parque</i>	21
<i>Lambramani, Arequipa 2022</i>	
Tabla 4 <i>Relación de las dimensiones de la gestión empresarial con la</i>	22
<i>competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani</i> <i>Arequipa 2022</i>	

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 <i>Gestión empresarial de las mypes del centro comercial</i>	20
<i>Parque Lambramani, Arequipa, año 2022</i>	
Figura 2 <i>Competitividad de las mypes del centro comercial Parque</i>	21
<i>Lambramani, Arequipa, año 2022</i>	

Resumen

La presente investigación cuyo objetivo fue determinar la relación entre la gestión empresarial y competitividad, de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022. Así mismo la metodología de investigación empleada se fundamenta en los siguientes puntos; el tipo de investigación es aplicada, nivel de investigación es descriptiva correlacional, diseño es no experimental de corte transversal. La población fue de 98 mypes, la muestra fue de 30 mypes y el muestreo fue no probabilístico. Además, la técnica e instrumento aplicado para el levantamiento de información son la encuesta y cuestionario de tipo Likert, conformada por 20 preguntas. Por ende, fue validado en cuanto a su contenido por especialistas profesionales según la carrera de forma ampliamente positiva y siendo su nivel de confiabilidad de acuerdo al coeficiente Alfa Conbrach de 0,957, el cual significa una excelente fiabilidad. Posteriormente las informaciones recopiladas fueron analizadas mediante el programa estadístico SPSS v.27. Finalmente, del procesamiento de toda la información pertinente, quedó demostrado de acuerdo a los resultados obtenidos que existe una relación directa entre el Gestión empresarial y la Competitividad; de correlación significativamente positiva alta.

Palabras clave: Gestión empresarial, competitividad, procesos empresariales.

Abstract

The present investigation has the objective to determine the relationship between Business Management and competitiveness, of the Parque Lambramani Shopping Center'mypes in Arequipa 2022. Likewise, the research methodology used is based on the next points; the type of research is applied, the level of research is descriptive correlational, the design is non-experimental cross-sectional. The population registered was of 98 mypes, the sample taken was 30 mypes and the sampling was non-probabilistic. In addition, the technique and instrument applied to collect information are the Likert-type survey and questionnaire, made up of 20 questions. Therefore, its content was validated by professional specialists according to the career in a largely positive way and its reliability level according to the Alpha Conbrach coefficient of 0.957, which means excellent reliability. Subsequently, the information collected was analyzed using the statistical program SPSS v.27. Finally, from the processing of all the pertinent information, it was demonstrated according to the results obtained that there is a direct relationship between Business Management and Competitiveness; high significant positive correlation.

Keywords: Business management, competitiveness, business processes.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la gestión empresarial es importante en el crecimiento de las instituciones empresariales. Por lo tanto, estas empresas deben demostrar competitividad en todos los escenarios bajo competencia, en relación a una efectiva gestión. Pero el presente problema sanitario que estamos padeciendo, ha determinado muy serios problemas en todas las empresas, como la caída de las ventas, baja de la producción, disminución de los principales indicadores económicos empresariales, caída de la oferta y demanda de mercado, despido de trabajadores, déficit empresarial, cierre de instituciones empresariales, otros. Ante este contexto, se hace necesario que se impulse un cambio sustancial, en las diversas empresas para que se pueda impulsar hacia cómo se debe llevar a cabo una eficiente gestión empresarial, para el alcance de los metas propuestos; con el fin de que dichas empresas sean competitivas y generen mayor productividad y competitividad.

Y, por lo tanto, así se pueda avizorar un nuevo cambio, en torno a que contribuya a que las empresas desarrollen mejor sus ejes centrales de administrar bien, en relación a prever, planificar, organizar, integrar, direccionar y controlar respectivamente. Y así en un futuro se muestren como empresas totalmente solventes, no solamente económicamente; sino como organizaciones empresariales de poder ofertar un servicio acorde con las exigencias permanentes del consumidor presente y potencial. En aras de ser verdaderos baluartes del desarrollo de la sociedad y el país.

A nivel mundial, es que la gestión empresarial cobra tremenda importancia para poder volver a integrar progresivamente hacia la actividad económica a las mypes, para que vuelvan a ser competitivas. Y ese logro anteriormente mencionado, se hace necesario; dada la realidad presente que se padece en todo el mundo, producto del problema sanitario; el cual ha determinado un deterioro no solo en la salud pública, sino en la economía y en toda la urbe social. Lo cual ha ocasionado por consiguiente un efecto negativo en las economías mundiales de diversos Estados. Ante esta situación lamentable, ha determinado que muchas micro empresas tuvieron que paralizar sus movimientos comerciales, por lo que es su efecto a desarrollar una actividad tan importante como es el comercio internacional. Ya que en ese entorno no se supo hacerle frente al manejo de los conocimientos

especializados, al desconocimiento de nuevos mercados externos, acceso limitado de financiación, las dificultades arancelarias y la reglamentación y tramitación en fronteras. Y, por ende, ha determinado una fuerte baja en lo que respecta a los diversos factores relacionados directa e indirectamente con los procesos productivos.

Es más, de acuerdo a OMC (2021), respecto del comercio internacional, sostiene que se registró una caída del 5.3% aunque se espera una recuperación del 8% el próximo año. Para ello se sugiere que las empresas diseñen verdaderas estrategias de reinserción y reingeniería, en el rubro de la imagen promoción, publicidad, distribución, fundamentalmente; con el fin de poder lograr un posicionamiento hacia el mercado. Y, por consiguiente, alcanzar en un corto o mediano plazo, resultados significativos, para alcanzar los fines propuestos por las instituciones naturales y jurídicas empresariales.

A nivel de Latinoamérica, la gestión empresarial es importante para que las mypes vuelvan a desarrollarse competitivamente, dado la situación actual, por el COVID19. Ahora bien, las mypes son prioridad fundamental para los gobiernos de turno de esta urbe, para que sus políticas tengan logros significativos. Y eso se da porque las mypes representan 85.3% del sector empresarial y generan 60% de la fuerza laboral eficiente. Ahora bien, son las empresas las que tienen que tomar medidas visionarias, para poder reactivar los mercados competitivos, ya que la actual situación y condiciones presentes así lo requieren.

Por otro lado, urge la necesidad que las acciones a llevar a cabo por parte de cada gobierno, es reactivar ese sector tan importante, para así lograr desarrollar toda la cadena de las diversas actividades económicas. Entonces debe exigirse medidas de corto plazo a los gobiernos de turno, con la finalidad de volver a encumbrar este sector, a volver a ser un eje de desarrollo no solo para la sociedad en general, sino para todo el país en su conjunto (OECD, 2021).

A nivel del Nacional, la gestión empresarial es el motor de toda actividad económica, el cual se desarrolla a partir de las Mypes. De ahí que, en la actualidad, urge la necesidad volver a reactivar este sector, por la actual situación que padece nuestro país, producto del virus COVID19. Ahora bien, cabe mencionar que en la última década nuestras empresas han venido tomando un rumbo de internacionalización, pero se ha truncado por la actual situación sanitaria.

Para tener un fundamento de lo anteriormente mencionado, el sector empresarial pasó de 8229 en 2019 a 7531 el 2020; lo que representa una disminución del 8.5%. Por ende, si se compara el tamaño por unidad empresarial, nos determina que las Mypes representan un porcentaje del 51.7% del total de empresas exportadoras, la pequeña el 27.7% y las medianas y grandes empresas el 20.6%. Dado este contexto urge que las empresas tomen medidas de carácter de estrategias reactivadoras, con el fin propósito de mejorar todos los indicadores que reflejan el crecimiento y desarrollo empresarial. Además, no solo en bien de prestar el servicio eficiente hacía un consumidor en forma general, sino como un polo de desarrollo para el estado, por parte de las instituciones empresariales (Comex Perú, 2021).

A nivel local, tanto una buena gestión y la realización de ejercer una eficiente competencia, se encadenan consecuentemente en toda institución empresarial, y con su aplicación correspondiente de las dos variables, incrementa su productividad y, por consiguiente, genera mayor rentabilidad para la empresa. En ese contexto, hoy en día hay que impulsar la reactivación de las Mypes, ante el flagelo que se está viviendo como es el presente problema pandémico. Que, por lo tanto, ha traído consecuencias muy funestas en este sector empresarial. Y a pesar de este problema, en nuestra localidad, hay unas 30 mil pymes formales y 70 mil informales; y que tan solo el 39% de las primeras se han reactivado en su totalidad.

Y, además, el 2020 las Mypes emplearon a 5.3 millones de trabajadores, que determina un 39.9% menos que el 2019. Por ende, esta fuerza laboral representa el 27.4% de la PEA en nuestro país, lo que quiere decir, que uno de cada cinco personas que intervinieron en el mercado de trabajo, laboraron en este sector laboral. Dada el resultado de estos indicadores, el sector empresarial, debe tomar medidas, ante tal situación desfavorecida. Para ello la formulación y aplicación de estrategias de corto plazo, sería lo más idóneo. Con el fin propósito de volver a enrolarse eficientemente en las diversas actividades económicas, para volver a ser el verdadero motor de desarrollo del crecimiento y desarrollo de un país (RCR, 2021).

A nivel empresarial, las Micro Empresas (MYPE) que conforman el centro comercial Parque Lambramani, son unidades empresariales económicas, las cuales fundamentalmente ofertan productos y servicios, respectivamente. Por consiguiente, de ser un centro comercial próspero y con índices de crecimiento y

desarrollo permanente, producto de una buena gestión, producto de saber implementar y ejecutar las verdaderas políticas y estrategias, acorde con los nuevos desafíos del mercado competidor. Y además contar con un recurso humano valioso, respetuoso de sus deberes y obligaciones. Con el propósito de un eficiente servicio hacia la sociedad en general. Pero en la actualidad, producto del problema sanitario que se padece a nivel mundial, desde hace dos años. Por ende, ha determinado una situación deplorable, y eso se ve reflejado en la reducción de sus indicadores.

Tal es así, por un decrecimiento en cuanto a sus actividades económicas 42%. Lo que ha conllevado, por consiguiente, a un despido de personal 48%, como también a un cierre de dichas pequeñas empresas en un 16%. Ante este escenario, urge que estas microempresas planteen y diseñen un estudio, que les permita cuanto antes, volver a insertarse en las actividades competitivas del mercado empresarial de nuestra ciudad (CCPL, 2021)

Ante esta situación se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la relación entre la gestión empresarial y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022? Y como problemas específicos se tiene los siguientes: ¿Cuál es la relación entre la planeación y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022?; ¿Cuál es la relación entre la organización y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022?; ¿Cuál es la relación entre la dirección y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022? y ¿Cuál es la relación entre control y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022?

Ahora bien, la justificación teórica se conceptúa como a todas aquellas definiciones, ideas y rangos que legalizaran una referencia de un estudio propuesto (Fernández, 2020). Seguidamente, en lo que concierne al estudio presente estará fundamentada, que, con la realización del estudio investigativo, aportará un conocimiento en torno al poder determinar un crecimiento empresarial de la localidad. Por ende, llevar a cabo una eficiente aplicación la gestión empresarial, lo cual permita desarrollar la competencia del rubro. Y, además, lo cual determinará un aporte de una serie de conocimientos para futuras aplicaciones en torno a la resolución de problemas, de diversas índoles de nuestra sociedad.

Por otro lado, en cuanto a la justificación metodológica se define cuando el estudio pretende proponer un método, con el fin de idear un conocimiento cuya validez y confiabilidad sea fructífera (Galán, 2010). En cuanto a el presente estudio se sustentará, en relación a que se aplicó la metodología científica. Y ello, porque se respetará en aplicar toda la estructura metodológica respecto a un trabajo investigativo. Es decir, formuló una problemática, objetivar, aplicar la teoría de hipótesis, entre otros aspectos técnicos metodológicos. Y todo con la finalidad de desarrollar una eficiente investigación, acorde con las exigencias de los nuevos enfoques teorías metódicas correspondientes. Y así, con la adquisición de este conocimiento, nos permitirá tomar mejores decisiones fructíferas, para poder ser punto de apoyo para diversas investigaciones en el orden académico y social.

Por lo tanto, en cuanto a su justificación práctica, se define en el que se debe fundamentar el estudio si se puede considerar para ser un punto de conocimiento para la resolución de otros estudios (Carrasco, 2009, p.119). Respecto a nuestro estudio, quedará sustentada en cuanto a los alcances significativos, determinados por los resultados favorables del presente estudio, que permitiría tener una respuesta óptima, frente a las dificultades empresariales actualmente existentes. Y que, por ende, sean una proposición importante frente a otros problemas afines. Y así poder proponer verdaderas soluciones significativas, acorde con la actual realidad y las nuevas exigencias potenciales.

Seguidamente, el estudio investigativo presente se planteó el objetivo general, el siguiente: Determinar de qué manera se relaciona la gestión empresarial y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022. Y como objetivos específicos, son: Medir la gestión empresarial de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022; Medir la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022 y Determinar la relación de las dimensiones de la gestión empresarial con la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.

Finalmente, en el estudio se planteó la hipótesis general siguiente: Existe relación entre la gestión empresarial y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022. Y como hipótesis específicas, son: Existe relación entre la planeación y la competitividad de las mypes del centro comercial

Parque Lambramani, Arequipa 2022; existe relación entre la organización y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022; existe relación entre la dirección y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022 y existe relación entre la control y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Una vez de esbozar el problema de la presente investigación, el siguiente paso es fundamentar teóricamente el estudio, mediante la realización del marco teórico. Por ende, ello implica redactar de manera organizada los antecedentes, teorías y puntos de vista que enmarcan la investigación (Hernández & Mendoza, 2019)

Ahora bien, respecto a los antecedentes Nacionales, se tiene los siguientes: De acuerdo a Huere (2019), sostiene que en la publicación de la tesis de pregrado “El planeamiento estratégico y la competitividad en las Mypes del Centro Comercial Plaza Vitarte, Ate 2019”, que tuvo como objetivo es demostrar la relación entre las variables del presente estudio. Es más, el presente estudio tiene los siguientes alcances metodológicos; correlacional, cuantitativo, no experimental. La población está conformada por 109 microempresarios. Así mismo para él recoge de la data se realizó mediante una encuesta, la cual se hizo realidad mediante el uso de un cuestionario. Finalmente, la conclusión a que se llegó en torno a los resultados de que el planeamiento estratégico tiene una relación con la competitividad con un estadístico $p = 0.901$, el cual se interpreta por tener una correlación directa.

Según Leiva (2019) en su tesis de pregrado “Gestión Empresarial y la competitividad de las mypes de la Asociación de Comerciantes San Pedro de Unicachi, Comas, 2019”; tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables propuestas del presente estudio. Por otra parte, en cuanto a los alcances metodológicos tenemos que un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, nivel descriptivo correlacional, por otro lado, la población fue de 370 y la muestra de 111 mypes. Por ende, para levantar información se aplicó una encuesta y el instrumento cuestionario. Dado estos resultados se concluye que la gestión empresarial se relaciona directamente con la competitividad de las mypes.

Según Barreto (2018), sostiene en su estudio “Gestión empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018”, tuvo finalidad primordial es determinar la relación entre las variables propuestas. Es más, el presente estudio tiene los siguientes alcances metodológicos; correlacional, cuantitativo, no experimental. La población está determinada del empresariado comercial, el cual se determina una muestra que fue de 365 trabajadores. Así mismo para él recoge de la data se realizó mediante una encuesta, la cual se hizo realidad mediante el uso de un cuestionario. Con lo cual,

aplicando las herramientas estadísticas, se determinó una confiabilidad de 0,901. Finalmente, se concluyó que la gestión empresarial se relaciona con la competitividad de las mypes del tema de estudio.

De acuerdo a Alvarez (2017), en su trabajo de investigación "*La gestión empresarial de las mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017*", que tuvo como objetivo determinar la relación de las variables propuestas en el presente estudio investigativo. Es más, el presente estudio tiene los siguientes alcances metodológicos; correlacional, cuantitativo, no experimental. Por otro lado, la población estuvo conformada por 260 empresarios Mypes del estudio propuesto, lo cual nos determina una muestra de 142 entre ambos sexos. Así mismo para él recoge de la data se realizó mediante una encuesta, la cual se hizo realidad mediante el uso de un cuestionario. A la conclusión final que se llegó, en función a los resultados obtenidos es que existe una relación entre la Gestión Empresarial y la Competitividad.

De acuerdo a Quispe (2016), en su trabajo de investigación "Gestión Empresarial y la Competitividad de las Mypes textiles, de las Galerías Venero - El Rey, La Victoria, año 2016", que tuvo como objetivo primordial determinar la relación de las variables propuestas. Es más, el presente, estudio tiene los siguientes alcances metodológicos: La población es 206 Mypes y una muestra es la misma de la población siendo una muestra censal de 110 Mypes. Así mismo para él recoge de la data se realizó mediante una encuesta, la cual se hizo realidad mediante el uso de un cuestionario. En base a lo anterior, se concluye que existe una relación directa entre la gestión empresarial y la competitividad.

Por otro lado, respecto de los antecedentes Internacionales: De acuerdo a López, Ríos & López M. (2018), sostiene en su artículo científico, cuyo título es "La Competitividad de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Bogotá y su percepción del apoyo que les brinda la Política de competitividad", que tuvo por finalidad demostrar la relación de las variables propuestas en el presente estudio. Por lo tanto, la herramienta metodología empleada fue de nivel correlacional. En donde se concluye que las dos variables antes mencionadas se relacionan positivamente; obteniendo un nivel de $p = 0.731$. Es más, el rubro de las inversiones en el aspecto tecnológico, que es la que más impulsa a desarrollar la competitividad.

Según Cárdenas, Velasco & Cañizares. (2018) sostiene en su artículo científico, el cual se desarrolló en base al “Diagnóstico situacional realizado a las Pymes en Ocaña, Norte de Santander”, que tuvo como objetivo fundamental es promocionar el proceso sólido de las pymes desde el aspecto económicamente significativo. Por lo que constituyó una asociación bajo el paradigma de gestión empresarial de “competencia”, con el fin de determinar la relación importante que tiene las variables propuestas en conflicto, en un entorno empresarial. La metodología aplicada fue parte del enfoque cuantitativo, con un alcance de estudio exploratoria, descriptiva y correlacional, con un diseño no experimental, cuestionario y la encuesta se aplicó a 73 pymes del municipio. Por lo tanto, los principales resultados a que se llegó, fue que el 97% de los encuestados desconocen toda una serie de factores relacionados directamente e indirectamente a al problema de estudio

Finalmente, se recomienda generar alcances significativos, con el fin de organizar estrategias competitivas de las pymes, para lograr desarrollar diversos aspectos favorables en torno al crecimiento institucional.

De acuerdo a Arcos & Estévez. (2017). en su investigación “La gestión empresarial y la efectividad en la cooperativa de transporte de carga en camionetas “Darío Guevara” del Cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua”, que tuvo como propósito determinar la relación entre las variables propuestas en el presente estudio. La parte metodológica estará definida por un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, encuesta y cuestionario que se aplicó a 93 micro empresas. Además, se determina un análisis porcentual. Por lo tanto, con estos resultados se llega a la conclusión que la Gestión Empresarial contribuye de una manera favorable con el desarrollo empresarial de las Mypes; en torno a diferentes aspectos estructurales, tanto en relación de escenarios internos y escenarios externos, relacionados directamente con la parte administrativa procedimental.

Según Ibarra, González & Demuner (2017), sostiene en su artículo científico, cuyo título es: “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”, que tuvo como objetivo conocer la relación del alcance de competitividad con dimensión empresarial. Para el logro de ello se ha aplicado una investigación de tipo descriptivo correlacional. En donde se concluye fundamentalmente que la planificación estratégica, es un elemento primordial para el logro significativo de la competitividad empresarial, donde las estrategias del

espacio productivo tienen mayor influencia, teniendo un nivel de correlación de $r = 0.652$.

Por otro lado, las teorías que darán el soporte a la presente investigación. Y que sus alcances respectivos están relacionados a las variables de estudio. Por ende, en lo que concierne a las teorías de la gestión empresarial. En primer lugar, está la teoría de sistemas de Ludwig Von Bertalanffy; el cual fundamenta que los sistemas no pueden concebirse por separado. Ahora bien tener sistemas integrados, se determinarán resultados de metas deseadas en relación a los ejes de la administración. Consecuentemente al tratar de realizar una comparación con este marco conceptual de aprendizaje, debemos fundamentar que es el ingreso lo que enmarca hacia la realización de una positiva gestión, lo que posibilitará que se cumpla con una realización de la optimización de diversas actividades funcionales, ya que lo que se desea alcanzar una plena crecimiento de las mypes en cuanto al logro de su aspecto competencial.

En tal sentido se obtendrá elevados márgenes de utilidades y ventaja competitiva para los empresarios, Y por ende se obtendrá una serie de metas positivas empresariales para las mypes del centro comercial Parque Lambamani, Arequipa, año 2022. (Hurtado, De los Ríos & Vélez, 2008, p. 76). Por ende, como segunda teoría, está la gestión empresarial de la teoría científica de Taylor, el cual nombra a Kaplan y Norton, creadores del modelo Balanced Scorecard (BSC). En el cual se nombran que el modelo a seguir desde el punto de vista empresarial, está sostenida en un marco normativo, desde el punto de vista estructural y organizativo de todo el proceso empresarial, en la cual da origen a que se desarrollen los principales indicadores de las diversas actividades en relación a la gestión empresarial. Ahora bien, de esta teoría se puede inferir que la gestión cumple con todos los procesos administrativos de las Mypes, para demostrar una significativa asociación desde el punto de vista de la competencia empresarial. (Kaplan y Norton, 2009, p.36, 37).

Y finalmente la tercera teoría referente a la ventaja competitiva de Michael Porter, el cual menciona tres principios competitivos, que deben tener toda institución organizacional. Y ellos son, la diferenciación (diferencia entre empresas), Liderazgo en Costes (todo lo que se produce acarrea un coste) y por último está la segmentación de mercado (diversificación del cliente). En tal sentido las mypes del centro comercial Parque Lambamani, Arequipa 2022; se debe lograr que se

impongan cada vez más en conquistar el mercado actual y potencial aplicando todos los principios antes enfocados, para generar una competencia muy significativa, determinando una fortaleza fructífera (Porter, 2015, p. 176).

Por otra parte, en cuanto a la gestión empresarial, estará definida según los siguientes autores. De acuerdo a Chiavenato (2001) sostiene que la gestión empresarial es el desarrollo del proceso administrativo desde prever hasta controlar los recursos existentes (conocimientos, trabajadores, bienes, capital, entre otros) de una institución empresarial, con la finalidad de alcanzar sus mayores logros y metas respectivamente. Por otro lado, según Sánchez (2013) sostiene que “La Gestión empresarial se relaciona con las aplicaciones organizacionales y procedimientos que viabilicen todo tipo de información para que se puedan tomar las decisiones puntuales y efectivas en aras de poder lograr un próspero negocio, con un rumbo sólido entorno a una eficiente dirección de planes estratégicos” (p.32). Es más, de acuerdo a Jaime (2003), se refiere que: “La gestión empresarial es la forma de incorporar a todos los recursos humanos gerenciales de una empresa, que deben tomar decisiones, que acarrear consecuencias de índole económico-financieras” (p.15).

Además, según Stokes & Wilson (2006), sostienen que la gestión empresarial es el motor primordial en cuanto a instituciones empresariales, que desean desarrollar competitividad. Es decir, para el logro de ella, se debe cumplir con todas las exigencias, según sus competencias concursales de carácter administrativo. Y eso por el excelente recurso humano con que cuenta, para el desarrollo de sus diversas actividades (p. 74). Es más, según Van Den Berghe (2016) sostiene que la gestión empresarial consiste en el proceso, en cuanto se desarrolla un entorno de eficiencia, en el que la gerencia debe alcanzar fines y metas, para lograr un permanente desarrollo sostenido rentable (p.58). Finalmente, de acuerdo a Hernández (2011) sostiene que la Gestión empresarial, es una agrupación de procesos y que posibilita a los agentes idear ejes estratégicos, con el fin de coordinar diversos recursos, para alcanzar los propósitos deseados

Ahora bien, el proceso administrativo es un recurso importante del desarrollo de actividades de la gestión empresarial en el cual se logra que todo el recurso humano logre los fines propuestos.

Entonces la gestión empresarial estará representada por las siguientes dimensiones. La planeación, según Chiavenato (2001), sostiene que es llevar a cabo los procedimientos de planear a futuro los propósitos respectivos para lograr su éxito deseado. La organización, según López (2012), sostiene que es todo conjunto de recursos humanos que conforman la institución empresarial las que desarrollan sus actividades coordinadamente para alcanzar objetivos de dicha institución empresarial. La dirección, según Cannice, Koontz, y Weihrich, (2012) se define como la forma de tomar medidas directorales, con la finalidad de obtener propósitos significativos (p. 125). El control, según Flores (2013), se define como el monitoreo permanente de los logros planeados, en donde se busca ser cada vez mejores, a través de superar los errores. Y por lo tanto tener una empresa de un cambio continuo.

Por lo tanto, en lo que se refiere a las teorías de competitividad estará fundamentado por los siguientes autores. En primer lugar, según Porter (2015), la competitividad es lo positivo y lo negativo de todo colectivo empresarial, en donde lo más rescatable en una institución empresarial es estar en permanente innovación, para estar acorde a las exigencias del consumidor, en torno a un mercado competidor (p. 115). En segundo lugar, de acuerdo a Rubio y Baez (2015), sostienen que las organizaciones empresariales deben adecuarse a los diversos factores competitivos, como parte de su accionar positivo. Y que la Competitividad es el logro de lo que se determina en relación a las condiciones ambientales del mercado competidor. En tercer lugar, según Rojas y Sepúlveda (1999), plantean que el término de competitividad se ha desarrollado en base a diversos factores que generan un marco constructivo, según las condiciones que se presentan en relación a sus componentes de estudio.

Finalmente, en cuarto lugar, Grauwe (2010), conceptúa que la competitividad como la capacidad empresarial frente al mercado competitivo. Para ello debe diseñar estrategias comerciales, para captar clientes potenciales y correspondientemente satisfacer sus necesidades. Y así poder hacerle frente a la alta competencia de rigor, según las expectativas del mercado competitivo. (p. 55).

Por otra parte, en cuanto a la competitividad, estará definida según los siguientes autores. Según Ferraz, Kupfer & Haguenaer (1996), manifiesta que la competitividad es el talento organizacional para diseñar estrategias efectivas, con

la finalidad de incrementar los recursos productivos en los mercados. De acuerdo Mora, Vera & Melgarejo (2015), sostiene que competitividad es la aptitud que tiene un colectivo empresarial, en cuanto a poder aumentar o permanecer con sus aportes en el mercadeo en base a la implementación de estrategias organizacionales (p. 81).

Según Norman (2015), sostiene que la competitividad se define como la aptitud de las instituciones empresariales, que elaboran una relación de participación de diversos factores, tanto humano y como tecnológico fundamentalmente, con la finalidad de ir mejorando sostenidamente a los competidores. (p. 116). Finalmente, según Gordon (2014), sostiene que la competitividad, es la fortaleza que posee una institución empresarial para lograr fortalezas competitivas, que posibiliten hacer realidad el posicionamiento en el mercado. Por consiguiente, esa ventaja, estará centrada en todo el empoderamiento de cualidades que tiene una la organización empresarial, para así hacerle frente a las dificultades, condicionantes de los mercados, ante la competencia (p. 9).

Respecto a las dimensiones de la competitividad, estarán fundamentadas por los siguientes autores. La diferenciación, según Hax & Majluf (2002), sostiene que toda empresa, debe producir siempre algo diferente. Y eso para así hacerle frente a la competencia. Y poder lograr ello está en torno de una buena comunicación en relación a las cuatro fuerzas del mercadeo. Ya sea, en precios competitivos, promoción efectiva, productos nuevos y plaza competencial. Ahora bien, en lo que concierne a su enfoque de la diferenciación, está conceptualizada en base a todo lo relacionado a una venta potencial. (p.163).

El liderazgo global en costos, según francés (2001), sostiene que es estrategia empresarial que se sustenta en un conocimiento pormenorizado de las diversas actividades productivas que generan un coste. Y por lo tanto determina una cadena de valor, con el logro de una curva de aprendizaje y crecimiento correspondiente. Y por consiguiente la diferencia se sustenta en la generación de economías de escala. (p.107). La segmentación de mercado, según Kotler (2003), sostiene que es un procedimiento en el cual se fracciona la plaza global de un producto, en varios segmentos grupales con características similares. Y, por ende, lo fundamental de segmentar es conocer realmente a los consumidores potenciales” (p.167).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo, y diseño de investigación

El tipo de investigación es Aplicada. Porque: “Son estudios en el cual en la práctica se trata de demostrar, una diversidad de acciones en relación a como verdaderamente se debe interpretar una realidad específica, en aras de sacar diversas interpretaciones” (Valderrama, 2010, p.29).

Por otro lado, en lo que respecta al diseño investigación, es “No experimental”. Porque: “Son investigaciones que se desarrollan sin la intervención determinada de la variable y es cuanto tan solo se miran lo que se ve en una realidad concreta para la elaboración de diversas interpretaciones” (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p.149).

Finalmente, el nivel de investigación es “Descriptivo correlacional”. Porque: “Ya que se relacionan diversas variables mediante una forma definida de un grupo determinado descriptiva (Hernández, & Mendoza, 2019, p.109). Además, es de corte transversal, ya que se da en un lugar y línea de tiempo. Finalmente, a continuación, se procederá a definir la variabilidad y representar un diagrama, respecto de la correlación entre las variables de estudio.

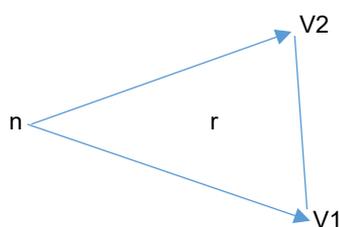
Si se tiene:

n = Muestra

V1 = Gestión empresarial

V2 = Competitividad

r = Relación entre las variables V1 y V2



3.2 Variables y operacionalización

En este punto se desarrollará en primer lugar la definición tanto conceptual y operacional de nuestras variables de estudio. Entonces, dado la mención anterior se tiene lo siguiente:

Primeramente, la definición conceptual de la variable gestión empresarial, estará conceptualizada según Cannice, Koontz y Wihrich, (2012), sostienen que, está vinculado con el procedimiento de la parte administrativa, el cual se logra con la aplicación de sus ejes centrales, que van desde prever hasta alcanzar el control

significativo; para poder tomar las mejores decisiones; ante situaciones adversas. Y, por lo tanto, cuyo fin es lograr los propósitos trazados, en bien de garantizar el éxito empresarial. Ahora bien, el concepto operacional se sustenta que la gestión empresarial se desarrolla funcionalmente mediante el instrumento cuestionario de evaluación; el cual consta de 22 ítems, los cuales se distribuyen en las dimensiones siguientes: Planeación, organización, dirección y control. Y, por ende, consecuentemente sus indicadores respectivamente

Seguidamente respecto a la definición conceptual de la variable competitividad, estará conceptualizada según Porter (2015), sostiene que está relacionada con todas las características reales para la una comercialización; como son la atención al cliente, canales de distribución, los bienes y servicios, la imagen. Y todo esto evaluado en relación a una eficacia y eficiencia para realizar una acción propuesta. Para finalmente, reconocer al cliente objetivo, para para implementar plan de mercadotecnia enfocados en la difusión publicitaria a nivel de generar un comercio efectivo, que permita lograr las metas empresariales. Por otro lado, la definición operacional la competitividad se desarrolla funcionalmente mediante el instrumento cuestionario de evaluación; el cual consta de 22 ítems, los cuales se distribuyen en las dimensiones siguientes: Diferenciación, liderazgo de costos y segmentación de plaza, Y, por ende, consecuentemente sus indicadores respectivamente.

En segundo lugar, se tiene la matriz de operacionalización, en torno a la relación directa entre las variables, dimensiones e indicadores y otros criterios técnicos metodológicos. (anexo N°1).

3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Según Esteban (2009), sostiene que “La población es la agrupación de individuos que tienen relación consecuente con el problema de estudio o que están comprendidas en el ámbito de trabajo de investigativo” (p.176). Seguidamente, en lo que concierne a la presente investigación, la población está conformada por 98 micro empresas.

En lo que respecta al criterio de inclusión, se consideraron las mypes que estaban desarrollando sus actividades y que desearon participar voluntariamente en la encuesta. Y respecto a los criterios de exclusión, se consideraron todas aquellas mypes que, por un motivo a otro, no estuvieron presentes para aplicarles la encuesta respectivamente.

Ahora bien, en relación a la muestra, que es “Conjunto de unidades o elementos de análisis sacados de una población definida (Pino,2013, p.37). Ahora bien, según Ramírez (1999) sostiene que, si eligiera un 30% de la población, se lograría que se eligiera una muestra significativa (p. 65). Por lo tanto, la muestra está representada por 30 mypes.

Por otro lado, en relación al muestreo, se define que es una herramienta estadística o proceso; que permite la obtención de una muestra finita, de una población infinita o finita con el propósito de estimar parámetros o comprobar hipótesis (Gómez, 2018). En lo que respecta al muestreo para nuestro estudio; se aplicará el muestreo no probabilístico. Y por consiguiente la técnica que se aplicó para la selección de mi muestra es el muestreo intencional; porque es el investigador el cual toma la decisión de tomar la muestra, para poder realizar los análisis del caso según el tema de estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.215).

Finalmente, respecto a la Unidad de análisis, quedará definida por los micro empresarios, considerando que deben tener las mismas particularidades, para el desarrollo de sus actividades.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en este estudio es la encuesta. Porque “Es una manera de ejercer una relación comunitaria social, que tiene como objetivo recolectar datos para el estudio propuesto” (Quezada, 2010, p.124). Y por otro lado el instrumento que se aplicó para nuestro estudio fue el cuestionario. Porque “Es un conjunto de preguntas sistemáticamente seleccionadas, respecto a una o varias variables, hacer medidas en una investigación propuesta” (Hernández & Mendoza, 2019, p. 250).

Por otro lado, respecto a la validez, se sustenta en la categoría en que un recurso de investigación puede valorar con precisión la variable que se desea cuantificar (Carrasco, 2019, p. 336). Por ende, en la presente investigación, el instrumento ha sido validado por tres peritos, los cuales cuentan con una gran experiencia en la materia. Por lo tanto, dicha validación ha consistido en determinar la coherencia del estudio en torno a comprobar la valoración y si hubiera el caso realizar las correcciones pertinentes del caso.

Ahora bien, los mencionados doctores y Magister que pertenecen a la Escuela de Administración de la Universidad Nacional de Trujillo, son:

- a) Dr. Joward Martín Ipanaque Costilla
- b) Dra. Violeta Claros Aguilar De Larrea
- c) Mg. Sandra Lizzette León Luyo

Los cuales llegaron a la conclusión que el cuestionario se planteó con todas las exigencias metodológicas investigativas. Y, por consiguiente, demostrado los resultados, firmaron la matriz de validación del instrumento en señal de conformidad.

Además, respecto a la confiabilidad, es la propiedad de un instrumento de medición que permite obtener la consistencia respecto a los resultados obtenidos (Pino, 2007, p. 426).

Ahora bien, dada la base de datos valorada mediante la aplicación del instrumento cuestionario, se aplicó el software estadístico SPSS. Por ende, obteniéndose los resultados los cuales se determinaron la interpretación, dado que el Alfa de Cronbach asume un valor de 0,957; lo cual determina que la base de datos de la presente investigación tiene una confiabilidad excelente. Lo cual significa que la prueba es 95.7% confiable, basada en los 20 ítems, que se realizó en torno a las diversas unidades vinculadas con el análisis; las cuales han sido validadas desde un punto de vista total (anexo 6).

3.5 Procedimiento

Para ejecutar el procedimiento del presente estudio, a siguió los siguientes pasos:

- i. Se procedió a efectuar la redacción consecutiva del instrumento, del estudio propuesto respectivamente.
- ii. Se realizó y respetó, todo el procedimiento administrativo con consentimiento informado y autorizado, con las personas a cargo según sus funciones.
- iii. Se llevó a cabo la ejecución de la encuesta, con la intervención de los 30 microempresarios de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, definidos como muestra representativa.
- iv. Finalmente, obtenida la data por medio de la aplicación de las encuestas, se procede a aplicar el software tecnológico, para anotar los resultados en la base de datos. En las que, por consiguiente, se permitirá formular y representar toda la información que la herramienta digital nos aportó. Con la finalidad de realizarla demostración de las hipótesis, para certificar con los propósitos planteados.

3.6 Métodos de análisis de datos

En la presente investigación se aplicó el método deductivo. Porque “Consiste en de lo individual, para generar un marco general propositivo” (Munch & Ángeles, 2009, p.16). La aplicación de las herramientas tecnológicas, como el Excel y la instalación del software SPSS. Con el cual se pudo realizar el análisis de datos respectivamente. Y esto desde la perspectiva de un enfoque cuantitativo.

Es más, se aplicará la Estadística general, para que se aplique la teoría de hipótesis, con la finalidad de realizar contrastaciones a partir del uso de la prueba no paramétrica definida por el coeficiente Spearman. Finalmente, ello permitirá demostrar si se acepta o se niega la hipótesis que se desea demostrar, en relación específicamente si existe relación entre las variables del presente estudio

3.7 Aspectos éticos

Para la realización de la presente investigación se tomó en cuenta los principios fundamentales éticos de carácter profesional, que se fundamentan en la moral y social, la aplicación de normas de conducta presentadas en el código de ética de la Universidad César Vallejo. Por lo que los autores, asumieron los siguientes compromisos de acatar la autenticidad, la privacidad, la propiedad intelectual y el anonimato de los encuestados en torno de los resultados obtenidos. Es más, en su totalidad los datos referentes al proceso de desarrollo del estudio, son reales; por lo que fueron sustraídos de la misma organización empresarial.

IV. RESULTADOS

Objetivo general: Determinar de qué manera se relaciona la gestión empresarial y la competitividad de las Mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.

Tabla 1

Correlación entre la gestión empresarial y competitividad

			Gestión empresarial	Competitividad
Rho de Spearman	Gestión empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,837**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,837**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		30	30	

Nota. Elaborado en base al cuestionario de Gestión Empresarial y Competitividad.

De acuerdo a la tabla 1, se aprecia que el grado de correlación entre la gestión empresarial y la competitividad se obtuvo un estadístico de Rho Spearman que asume un valor $p = 0.837$ lo que significa que existe una correlación directa significativa, entre las variables de $\text{Sig} = 0.000 < 0.05$. Por consiguiente, se contracta la verdad de la hipótesis científica planteada; con lo cual se puede concluir que la gestión empresarial se relaciona directa y significativamente con la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.

Objetivo específico 01: Medir la gestión empresarial de las Mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022

Tabla 2

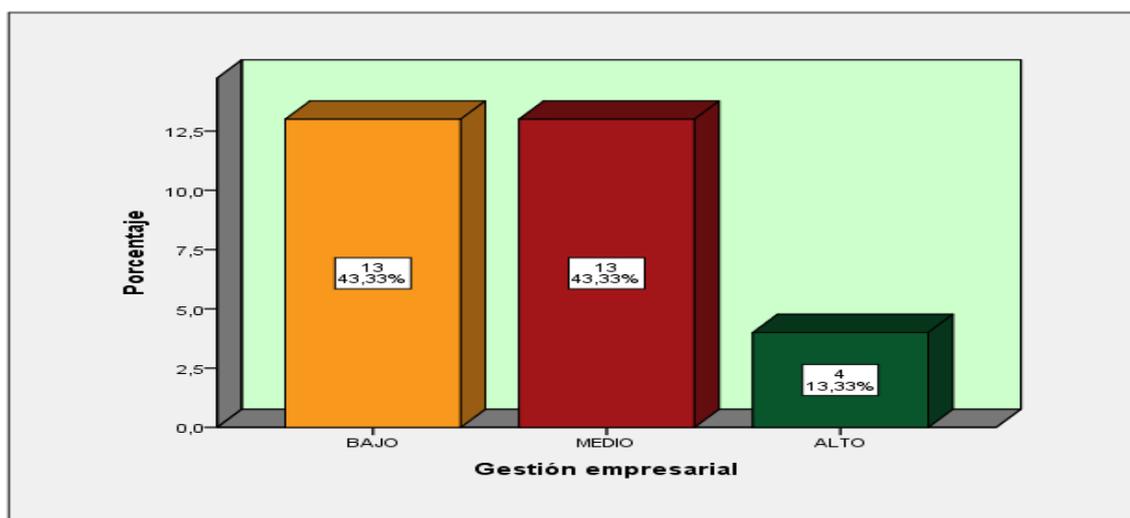
Gestión empresarial de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa, año 2022

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	13	43,33
	MEDIO	13	43,33
	ALTO	4	13,34
	Total	30	100,00

Nota. Elaborado en base al cuestionario de Gestión Empresarial.

Figura 1

Gestión empresarial de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa, año 2022



Nota. Elaborado en base al cuestionario de Gestión Empresarial.

Respecto de la tabla 2 y figura 1, se obtuvo conjuntamente que el 43.33% de los encuestados manifiesta un bajo y medio de aplicación de la gestión empresarial y un 13.34%, manifiestan un alto grado de incidencia de la misma respectivamente.

Objetivo específico 02: Medir la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.

Tabla 3

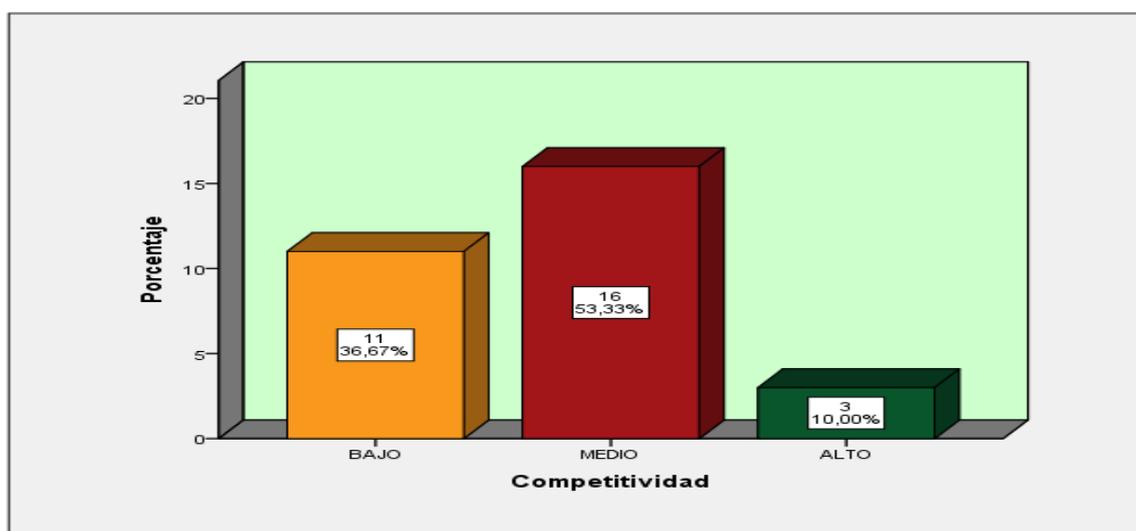
Competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	11	36,67
	MEDIO	16	53,33
	ALTO	3	10,00
	Total	30	100,00

Nota. Elaborado en base al cuestionario de Competitividad.

Figura 2

Competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa, año 2022.



Nota. Elaborado en base al cuestionario de Competitividad.

Respecto de la tabla 3 y figura 2, se obtuvo que el 53.33% de los encuestados manifiesta un grado medio de aplicación de la Competitividad, el 36.67%, manifiestan un bajo y un 10.00% u alto grado de incidencia de la misma respectivamente.

Objetivo específico 03: Determinar la relación de las dimensiones de la gestión empresarial con la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.

Tabla 4

Relación de las dimensiones de la gestión empresarial con la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.

			Competitividad
Rho de Spearman	Planeación	Coeficiente de correlación	,740**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	30
	Organización	Coeficiente de correlación	,437*
		Sig. (bilateral)	,016
		N	30
	Dirección	Coeficiente de correlación	,839**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	30
	Control	Coeficiente de correlación	,770**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	30

Nota. Elaborado en base al cuestionario de las dimensiones de la Gestión Empresarial y Competitividad.

De la tabla 4, se obtuvo el estadístico Rho Spearman, respecto a las dimensiones de la gestión empresarial entorno a la competitividad que existe una relación positiva alta entorno a las dimensiones Dirección y control, una relación positiva moderada en torno a la dimensión Planeación y una relación positiva baja en torno a la dimensión Organización.

V. DISCUSIÓN

En la actualidad, la gestión empresarial es importante en el crecimiento de las instituciones empresariales. Por lo tanto, estas empresas deben demostrar competitividad en todos los escenarios bajo competencia, en relación a una efectiva gestión. Pero el presente problema pandémico que estamos padeciendo, todos los sectores de la economía, ha determinado muy serios problemas en el mundo empresarial, como la caída de las ventas, baja de la producción, disminución de los principales indicadores económicos empresariales, caída de la oferta y demanda de mercado, despido de trabajadores, déficit empresarial, cierre de instituciones empresariales, otros.

Ante este contexto, se hace necesario que se impulse un cambio sustancial, en las diversas empresas para que se pueda impulsar hacia cómo se debe llevar a cabo una eficiente gestión empresarial, para el alcance de los metas propuestos; con el fin de que dichas empresas sean competitivas y generen mayor productividad y competitividad.

Según el objetivo general, el cual es determinar de qué manera se relaciona la gestión empresarial y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022; en los resultados obtenidos mediante la aplicación de la estadística inferencial mostrados en la tabla 4, se obtuvo que el grado de correlación de las variables determinadas por la utilización del estadístico Rho Spearman con valores calculados de $p = 0.837$ y Sig. bilateral $0.000 < 0.05$ lo que significa que existe una correlación positiva y significativa entre las variables de estudio, quedando demostrada la hipótesis científica planteada.

Similares resultados se obtuvieron de acuerdo a Quispe (2016), en su trabajo de investigación "Gestión empresarial y la competitividad de las mypes textiles, de las Galerías Venero - El Rey, La Victoria, año 2016, que muestra cómo, después de aplicar la prueba estadística Rho Spearman arrojó una correlación 0.852 y un Sig. Bilateral de 0.000; quien concluyó que la gestión empresarial se relaciona con la Competitividad positivamente y significativamente. Así mismo Barreto (2018), sostiene en su estudio "Gestión empresarial y competitividad empresarial de las Mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018"; que muestra cómo, después de aplicar la prueba estadística Rho Spearman arrojó una correlación 0.451 y un Sig. Bilateral de 0.000; quien concluyó que la gestión

empresarial se relaciona con la competitividad positivamente y significativamente. Por lo tanto, con estos resultados se afirma que la Gestión empresarial contribuye de una manera favorable con el desarrollo de la Competitividad de las Mypes. Además, según Stokes & Wilson (2006), sostienen que la gestión empresarial es la fuerza fundamental que desea el crecimiento de toda organización, que deseara desarrollar competitividad empresarial.

Ahora bien, en cuanto al primer objetivo específico, el cual es medir la gestión empresarial de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa, año 2022, aplicando la estadística descriptiva se obtuvo los siguientes resultados que el 43.33% de los encuestados manifiesta un valor bajo y valor medio de percepción de aplicación de la Gestión Empresarial y un 13.33%, manifiestan un alto grado, según los encuestados respectivamente.

Estos resultados son comparables con los obtenidos por a Álvarez (2017), en su trabajo de investigación "*La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017*". Obtuvo los siguientes resultados que el 40.41% de los encuestados manifiesta un valor bajo, 41.56% un valor medio de percepción de aplicación de la gestión empresarial y un 18.03%, manifiestan un alto grado, de percepción de la variable de estudio. Así mismo pueden compararse los resultados obtenidos según Arcos & Estévez. (2017). en su investigación, La gestión empresarial y la efectividad en la Cooperativa de Transporte de carga en camionetas "Darío Guevara" del Cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua, que el 41.73% de los encuestados manifiesta un valor bajo, 44.81% un valor medio de percepción de aplicación de la gestión empresarial y un 13.46%, manifiestan un alto grado, de percepción fundamentalmente. Por lo tanto, con estos resultados se afirma que la gestión empresarial contribuye de una manera favorable con el desarrollo empresarial de las Mypes. Además de acuerdo a Hernández (2011) sostiene que la gestión empresarial, es una agrupación de procesos y que posibilita a los agentes idear ejes estratégicos, con el fin de coordinar diversos recursos, para alcanzar los propósitos deseados.

Por otra parte, en cuanto al segundo objetivo específico, el cual es medir la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022; aplicando la estadística descriptiva se obtuvo los siguientes resultados que

el 53.33% de los encuestados manifiesta un grado medio de aplicación de la competitividad, el 36.67%, manifiestan un bajo y un 10.00% un alto grado de incidencia de la misma respectivamente.

Estos resultados son comparables con los obtenidos por López, Ríos & López M. (2018), sostiene en su artículo científico, cuyo título es “La competitividad de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Bogotá y su percepción del apoyo que les brinda la Política de competitividad” se sostiene que de los resultados obtenidos respecto a la competitividad, que el 39.91% de los encuestados manifiesta un valor bajo, 47.621% un valor medio y un 12.47%, manifiestan un alto grado, de percepción fundamentalmente. . Así mismo pueden compararse los resultados obtenidos según Ibarra, González & Demuner (2017), en el que sostiene en el artículo científico, cuyo título es: “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”., que el 47.01% de los encuestados manifiesta un valor bajo, 37.57% un valor medio de percepción de aplicación de la competitividad y un 15.42%, manifiestan un alto grado, de percepción fundamentalmente. Por lo tanto, con estos resultados se afirma que la competitividad contribuye de una manera favorable con el desarrollo empresarial del logro de los propósitos y metas de las Mypes. Además, de acuerdo a acuerdo Mora, Vera & Melgarejo (2015), sostiene que competitividad se define como la capacidad que posee un colectivo empresarial, para poder aumentar o mantener su participación en el mercadeo en base a la implementación de estrategias organizacionales

Finalmente, el tercer objetivo específico es determinar la relación de las dimensiones de la gestión empresarial con la competitividad de las mypes del centro comercial Parque de Lambramani, Arequipa 2022, en lo cual se obtuvieron los siguientes resultados mediante la aplicación de la estadística inferencial mostrados en la tabla 7, en la se obtuvo que el grado de correlación de las variables determinadas por la utilización del estadístico Rho Spearman los valores calculados de las dimensiones de la gestión empresarial respecto a la competitividad, de la forma representativa siguiente: Para la planeación un $p = 0.740$ y Sig. bilateral $0.000 < 0.05$ lo que significa que existe una correlación positiva alta para la organización un $p = 0.437$ y Sig. bilateral $0.016 < 0.05$ lo que significa que existe una correlación positiva moderada, para la dirección un $p = 0.839$ y Sig. bilateral $0.000 < 0.05$ lo

que significa que existe una correlación positiva alta y para el control un $p = 0.770$ y Sig. bilateral $0.000 < 0.05$ lo que significa que existe una correlación positiva alta; con lo cual se concluye que existe una relación entre las variables de estudio directa y significativa.

Similares resultados se obtuvieron Leiva (2019) en su investigación denominada "Gestión empresarial y competitividad de las Mypes de la Asociación de comerciantes San Pedro de Unicachi, Comas, 2019"; que muestra cómo, después de aplicar la prueba estadística Rho Spearman arrojó una correlación 0.813 y un Sig. Bilateral de 0.000; quien concluyó que las dimensiones de la gestión empresarial se relacionan con la competitividad positivamente y significativamente. Por lo tanto, con estos resultados se afirma que las dimensiones de la gestión empresarial se relacionan con la competitividad de una manera favorable para el logro significativo del desarrollo empresarial eficiente de las mypes. Además, de acuerdo a Chiavenato (2001) sostiene que la gestión empresarial está relacionada con el proceso administrativo, en relación de la planificación, organización, dirección y controlar los diversos que una institución empresarial logra a través del tiempo, con la finalidad de generar permanente rentabilidad. Y así poder alcanzar sus objetivos; con el fin de poder lograr generar una competitividad empresarial sostenida.

Por otro lado, respecto a las fortalezas y debilidades en relación al estudio, se evidencian. Primeramente, en cuanto a las fortalezas está referida principalmente a los aspectos de la conectividad virtual, construcción del instrumento de recojo de información, aplicación secuencial metodología del instrumento, procesamiento de la información utilizando la tecnología pertinente. Seguidamente, se pone en evidencia como factores de apoyo de pleno conocimiento en cuanto al marco conceptual, diseño metodológico de estudio y aplicación de herramientas tecnológicas.

Finalmente,, en cuanto a las debilidades está referida principalmente a que se ha tenido dificultades en cuanto a la validación y aplicación del instrumento que ha sufrido determinados aspectos exógenos al trabajo de aplicativo y que ha influenciado en el estudio. Así mismo, la conectividad virtual, ausencia de los discentes en cuanto a la realización de la encuesta propuesta.

VI. CONCLUSIONES

1.- Por lo cual se concluye que dado que existe relación entre la gestión empresarial y la competitividad; lo cual significa que hay una gestión eficiente dentro de la organización; lo cual ocasiona que el nivel de competitividad aumente. Por lo que, consecuentemente determina que la empresa se torne sostenible y rentable en el tiempo.

2.- Por lo cual se concluye de acuerdo a los resultados de la tabla 5, se tiene un alto porcentaje de bajo y medio por un valor promedio de 43.33%; que significa que no hay una gestión eficiente, no hay logros de objetivos establecidos. Y, además se tiene un bajo porcentaje de grado alto por un valor de 13.34%; que significa que no hay un buen manejo de la empresa, no hay una buena planificación, no se están logrando los objetivos y metas establecidas.

3.- Por lo cual se concluye de acuerdo a los resultados de la tabla 6, que 36.67% de los encuestados manifiestan un bajo grado de aplicación de competitividad; que significa no hay logros muy significativos conseguidos por la empresa, falta de capacidad para explotar recursos y falta de capacidad de progresos técnicos. Además, un 53.33% manifiestan un grado medio; que significa que no se hace uso de recursos naturales, no hay innovación en procesos. Y, además, que el 10.00% manifiestan un alto grado; que significa que no hay una estrategia planificada de precios y no hay un análisis en relación a otras variables económicas.

4.- Por lo cual se concluye que la competitividad se relaciona con las dimensiones de la Gestión empresarial de la siguiente manera. La planeación son los procedimientos empresariales de planear a futuro los propósitos respectivos para lograr su éxito deseado competitivo. La organización es el conjunto de recursos humanos que conforman la institución empresarial las que desarrollan sus actividades coordinadamente para alcanzar objetivos que dicha institución sea competitiva. La dirección es tomar medidas directorales, con la finalidad de obtener propósitos significativos empresariales competitivos. Y finalmente el control es el monitoreo constante y evaluativo en busca de ser cada vez mejores, a través de superar los errores. Y por lo tanto tener una empresa de un cambio continuo y competitiva.

VII. RECOMENDACIONES

1.- Teniendo presente los resultados alcanzados en la investigación presente se recomienda a las mypes; establecer un mejor liderazgo, tener una mejor ruta para lograr los objetivos, mejorar el análisis de entorno, hacer uso de una matriz para tener mejor definido el panorama y todo para que se pueda tomar las mejores decisiones, que se vean reflejadas en logros muy significativos en la generación de un crecimiento próspero empresarial.

2.- Se sugiere que las mypes, en base a la gestión; que se mejore los procesos dentro de la misma empresa con un enfoque mucho más dinámico e innovador; que nos conlleve a tomar mejores decisiones. Por consiguiente, que nos conlleve incluso a concatenar los procesos a través de un sistema tecnológico productivo.

3.- Se pide que las mypes, desarrollen competitividad frente a las otras empresas realizando lo siguiente: crear ideas novedosas respecto a las nuevas exigencias de cliente actual y potencial, desarrollar innovadoras estrategias comerciales, realizar permanentes cambios del desarrollo de producción, comercial, tecnológico con la finalidad que se posicione ante los cambios en un marco de los mercados locales, regionales y nacionales.

4.- Se sugiere que las mypes del centro comercial, cuenten recurso humano altamente capacitados, para que puedan desarrollar todo el proceso administrativo; como es planificar, organizar, direccionar y controlar; con la finalidad se pueda desarrollar una eficiente competitividad no solo ante el mercado actual; sino ante las nuevas exigencias que se presenten ante un mercado futuro, en relación a la conquista incremento sostenido del posicionamiento, productividad y rentabilidad respectivamente.

REFERENCIAS

- Álvarez, J. (2017). *La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/3055>
- Arcos, J. & Estévez, A. (2017). *La gestión empresarial y la efectividad en la cooperativa de transporte de carga en camionetas Darío Guevara del cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua*. [Tesis de pregrado, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Repositorio Institucional UNIANDÉS.
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7337>
- Barreto, A. (2018). *Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19391>
- Cannice, M., Koontz, H., y Wehrich, H. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. México D.F.: Mc Graw Hill Educación.
- García, M., Burgos, B. & Arévalo, J. (2018). Competencia, modelo de Gestión Empresarial para Mipymes de Ocaña.
<https://doi.org/10.22463/0122820X.1507>
- Cannice, M., Koontz, H., y Wehrich, H. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. México D.F.: Mc Graw Hill Educación.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica*. Editorial San marcos
- Centro Comercial Parque Lambramani (2021). Información estadística.
<https://www.parquelambramani.com/>
- Comex Perú (7 de enero de 2021). MYPES concentran el 79% del total de las empresas exportadoras.
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/mypes-concentran-el-79-del-total-de-empresas-exportadoras>
- Córdova, I. (2013). *El proyecto de investigación cuantitativa*. Primera edición. Editorial San Marcos.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración: Teoría, proceso y práctica* (3ª edición ed.). Bogotá, Colombia: McGrwa-HILL INTERAMERICANA.

- Esteban, E. (2009). *Metodología de la investigación económica y social*. Primera edición Editorial San Marcos.
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación de una investigación científica.
<file:///C:/Users/RENE/Downloads/207-Texto%20del%20art%C3%ADculo-713-2-10-20200717.pdf>
- Ferraz, J., D. Kupfer y L. Haguenaer (1996). Desafíos competitivos para a industria, brasileña.
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/12019-desafio-competitivo-la-industria-brasilena>
- Flores, E. (2013). Control como función administrativa
<http://controlcomofuncion.blogspot.com/2013/06/control-como-funcion-administrativa.html>
- Francés, A. (2006). Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral.
https://books.google.com.pe/books/about/Estrategia_y_planes_para_la_empresa.html?id=yAmLG-Vr8BkC&redir_esc=y
- Galán, M. (2010). Metodología de la investigación
<https://bit.ly/3INqjU4>
- Grauwe, P. (2010). *Dimensions of Competitiveness*. California: MIT Press.
<https://direct.mit.edu/books/book/3306/Dimensions-of-Competitiveness>
- Gómez, A. (2018). ¿Qué es y para qué sirve el muestreo estadístico?
<https://isdfundacion.org/2018/10/10/que-es-y-para-que-sirve-el-muestreo-estadistico/>
- Gordon, D. (2014). Competencia empresarial.
<https://docplayer.es/30844921-Competencia-empresarial-dayana-gordon-bustamante.html>
- Hax, A. & Majluf, N. (2004). Estrategias para el liderazgo competitivo. Argentina: Ediciones Granica.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta edición ed. Distrito Federal: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, J., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw hill.

- Hernández, R. & Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*.
<https://bit.ly/3H7yMkf>
- Huere, R. (2019). *El planeamiento estratégico y la competitividad en las mypes del Centro Comercial Plaza Vitarte, Ate 2019* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/56945>
- Hurtado, F., Bustamante, R & Valencia, J. (2008). *Sistema de Gestión Integral. Una sola gestión, un solo equipo*.
<https://bit.ly/3RoYQwF>
- Ibarra, M. A., González, L. A. y Demuner, M. del R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. Estudios Fronterizos.
<http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Jaime, J. (2003). *Análisis económico-financiero de las decisiones de gestión empresarial*.
<https://www.marcialpons.es/libros/analisis-economico-financiero-de-las-decisiones-de-gestion-empresarial/9788473563543/>
- Kaplan, R.S., y NORTON, D.P. (2009). *El Cuadro de Mando Integral: the Balanced scorecard*. (3ra Ed.) Gestión 2000. Barcelona, España.
<https://bit.ly/3IKiFK7>
- Kotler., P. (2003). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. (1ra Ed). Editorial Pearson Educación, México.
<http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Leiva, J. (2019). *Gestión empresarial y competitividad de las Mypes de la Asociación de comerciantes San Pedro de Unicachi, Comas, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/42919>
- López, R. C. (2012). *Proceso administrativo*. México D.F., México: Red tercer milenio.

- López, L., Ríos, M. & Mateo, C. (17 de junio de 2018). *La Competitividad De Las Pequeñas Y Medianas Empresas Manufactureras De Bogotá Y Su Percepción Del Apoyo Que Les Brinda La Política De Competitividad*.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.12F96AC9> &lang=es&site=eds-live
- Méndez, C. (2001). *Metodología*. Tercera edición. Editorial Lily Solano Arévalo.
- Mora, E., Vera, M., & Melgarejo, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001600>
- Norman, E. (2015). *Punto de vista. Nro. 10*. Bogotá, Colombia: Editorial Politécnico Gran colombiano.
<https://journal.poligran.edu.co/index.php/puntodevista>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2011). *Metodología de la investigación científica y asesoramiento de tesis*. Segunda edición Editorial San Marcos.
- Organización para la cooperación y el desarrollo económico (14 de febrero de 2021). Apoyando el desarrollo de las PYMES en América Latina y el Caribe.
<https://bit.ly/33v92PW>
- Organización mundial del comercio (24 de agosto de 2021). *El comercio mundial está listo para una recuperación sólida, aunque desigual, después de la pandemia de COVID19*.
https://www.wto.org/spanish/news_s/pres21_s/pr876_s.htm
- Pino, R. (2007). *Metodología de la investigación*. Primera edición Editorial San Marcos.
- Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México D.F., México: Grupo Editorial Patria.
- Quezada, N. (2010). *Metodología de la investigación*. Primera edición. Editorial Macro.
- Quispe, L (2016). *Gestión Empresarial y la Competitividad de las Mypes textiles, de las Galerías Venero - El Rey, La Victoria, año 2016*. 2018 [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18091/Quispe
_CLL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18091/Quispe_CLL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ramírez, T. (1999). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. 1ra Ed, Caracas: Panapo.

Rojas, P. & Sepúlveda, S. (1999). Que es la competitividad.

<http://repiica.iica.int/docs/B0193e/B0193e.pdf>

Red de comunicación regional (27 de enero de 2021). *Inversión tecnológica en Pymes Arequipa ayudaría a recuperar crecimiento económico de la región*.

<https://bit.ly/3NOesra>

Rubio., L y Baez., V (2015). *El poder de la competitividad*. Primera ed. Editorial, Fondo de Cultura Económica: México.

<https://bit.ly/3IFHkiH>

Sánchez, J. (2013). *Indicadores de gestión empresarial: De la estrategia a los resultados*. Editorial Palibrio LLC.

Stokes, D. Y Wilson, N (2006). *Small Business Management and Entrepreneurship*. California: Cengage Learning EMEA.

Valderrama, S. (2010). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. Primera edición. Editorial San Marcos.

Van Den Berghe, E. (2016). *Gestión gerencial y empresarial aplicadas al siglo XXI*. Tercera Edición ed. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema general:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la gestión empresarial y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación entre la gestión empresarial y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Existe relación entre la gestión empresarial y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022</p>	<p>Variable V1:</p> <p>Gestión empresarial</p> <p>Dimensiones:</p> <p>1. Planeación</p> <p>2. Organización</p> <p>3. Dirección</p> <p>4. Control</p>	<p>Para la variable V1:</p> <p>-Objetivos</p> <p>-Estrategias</p> <p>-Principios organizativos</p> <p>-Estructura organizativa</p> <p>-Comunicación</p> <p>-Integración</p> <p>-Toma de decisiones</p> <p>-Formulación de estándares</p> <p>-Evaluación de desempeño</p> <p>-Corrección de resultados</p> <p>Para la variable V2:</p> <p>-Imagen</p> <p>-Atención al cliente</p> <p>-Bienes y servicios</p> <p>-Canal de distribución</p> <p>-Eficiencia</p> <p>-Eficacia</p> <p>-Publicidad</p> <p>-Estrategias de mercadotecnia</p> <p>-Necesidad de mercado</p> <p>-Optimización de recursos</p>	<p>Método:</p> <p>Hipotético - deductivo</p> <p>Paradigma de investigación</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>Alcance:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Correlacional.</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental de corte transversal</p> <p>Población:</p> <p>Los 48 Mypes del centro comercial Parque Lambramani.</p> <p>Muestra:</p> <p>Los 15 Mypes del centro comercial Parque Lambramani.</p> <p>Tipo de muestreo:</p> <p>No probabilístico.</p>
<p>Problemas específicos:</p> <p>a. ¿Cuál es la relación entre la planeación y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022?</p> <p>b. ¿Cuál es la relación entre la organización y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022?</p> <p>c. ¿Cuál es la relación entre la dirección y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022?</p> <p>d. ¿Cuál es la relación entre el control y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>a. Medir la gestión empresarial de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa, año 2022.</p> <p>b. Medir la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.</p> <p>c. Determinar la relación de las dimensiones de la gestión empresarial con la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa, año 2022</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>a..Existe relación entre la planeación y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.</p> <p>b..Existe relación entre la organización y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.</p> <p>c..Existe relación entre la dirección y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.</p> <p>d..Existe relación entre el control y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022.</p>	<p>Variable V2:</p> <p>Competitividad</p> <p>Dimensiones:</p> <p>1. Diferenciación</p> <p>2. Liderazgo de coste</p> <p>3. Segmentación de plaza</p>		

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión empresarial (V1)	De acuerdo a Cannice, Koontz y Wihrich, (2012), sostienen que la Gestión empresarial está relacionada con el proceso administrativo que inicia con el planeación de objetivos, metas y estrategias para luego organizar y estructurar la organización y direccionar mediante la toma de decisiones, integrando y controlando, todos los factores determinantes de una buena comunicación entre las áreas, para luego establecer estándares, evaluar el desempeño, y corregir la variación o desviación (p.125).	La variable Gestión empresarial se operacionaliza, mediante el instrumento cuestionario de evaluación; el cual consta de 20 ítems, los cuales se distribuyen en las dimensiones siguientes: Planeación, organización, dirección y control.	Planeación	-Objetivos -Estrategias	1 - 2	Cuestionario (Escala de Likert)	Ordinal
			Organización	-Principios organizativos -Estructura organizativa	3 - 4		
			Dirección	-Comunicación -Integración -Toma de decisiones	5 - 7		
			Control	-Formulación de estándares -Evaluación de desempeño -Corrección de resultados	8 – 10		
Competitividad (V2)	De acuerdo a Porter (2015), sostiene que la Competitividad está relacionada con el producto, imagen, persona, canal con la que se ofrece un servicio, todo esto medido en la eficacia y eficiencia para ejecutar esta acción. Por lo tanto, se debe identificar el público objetivo, para ello debemos utilizar estrategias de marketing enfocados en la publicidad comercial que permita optimizar los recursos y generar mayor rentabilidad y competitividad (p. 115).	La variable Competitividad se operacionaliza mediante el instrumento cuestionario de evaluación; el cual consta de 20 ítems, los cuales se distribuyen en las dimensiones siguientes: Diferenciación, liderazgo de costos y segmentación de plaza.	Diferenciación	-Imagen -Atención al cliente -Bienes y servicios -Canal de distribución	11 - 14	Cuestionario (Escala de Likert)	Ordinal
			Liderazgo de costos	-Eficiencia -Eficacia	15 – 16		
			Segmentación de plaza	-Publicidad -Estrategias de mercadotecnia -Necesidad de mercado -Optimización de recursos	17 – 20		

Anexo 3: Instrumentos de recolección

ENCUESTA SOBRE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES

Estimado Empresario (a).

La presente encuesta busca recopilar información respecto a la relación de la gestión empresarial y la competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022. Ahora bien, le pongo de tu conocimiento que la encuesta es de manera anónima. Por lo tanto, elija y marque la respuesta que mejor exprese su satisfacción o percepción con una "X", teniendo presente la escala cualitativa y cuantitativa siguiente:

Nunca (1); Casi nunca (2); De vez en cuando (3); Casi siempre (4); Siempre (5).

GESTIÓN EMPRESARIAL					
PREGUNTAS	RESPUESTAS				
DIMENSIÓN: Planeación	1	2	3	4	5
¿La Empresa propone objetivos en un corto, mediano y largo plazo?					
¿La Empresa aplica estrategias convenientes para su desarrollo competitivo?					
DIMENSIÓN: Organización	1	2	3	4	5
¿Los principios fundamentales de la organización empresarial, son las bases del crecimiento de las distintas actividades?					
¿El organigrama que la empresa se ha propuesto contribuir a desarrollar una eficiente división de funciones?					
DIMENSIÓN: Dirección	1	2	3	4	5
¿La comunicación permanente influye en el crecimiento de la Empresa?					
¿Una positiva integración organizativa, contribuye al logro de metas propuestas?					
¿La toma de decisiones permanentes posibilitan generar mejor competencia e ingresos?					

DIMENSIÓN: Control	1	2	3	4	5
¿Los diversos estándares, como son: Rentabilidad, costo, calidad y tiempo; determinan interpretaciones evaluativas respecto a la situación actual de la empresa?					
¿La evaluación del desempeño empresarial que se realiza, demuestra el óptimo desarrollo frente a la competencia?					
¿La corrección de las diversas acciones empresariales que se realiza, determina una mejor interpretación de los resultados logrados?					
LA COMPETITIVIDAD					
PREGUNTAS	RESPUESTAS				
DIMENSIÓN: Diferenciación	1	2	3	4	5
¿La imagen definida por el buen producto o servicio ofertado, genera un impacto en su entorno social?					
¿La eficiente atención al cliente genera una competitividad significativa?					
¿La empresa ofrece productos y servicios diferenciados y de buena calidad, respecto a otras empresas?					
¿El canal de distribución o ventas que ofrece la organización empresarial es eficiente?					
DIMENSIÓN: Liderazgo de costo	1	2	3	4	5
¿Los trabajadores se desenvuelven de forma eficiente con la finalidad de disminuir los costos de productividad?					
¿La Empresa utiliza de forma eficaz los estándares de calidad, con el propósito de disminuir sus costos de producción?					
DIMENSIÓN: Segmentación de plaza	1	2	3	4	5

¿La Empresa contrata servicios de publicidad, para generar la comercialización de sus productos y servicios?					
¿La Empresa aplica estrategias de mercadotecnia para ofertar y vender sus diversos productos o servicios?					
¿La administración del centro comercial, realiza estudios de mercado, para reconocer las necesidades del público objetivo? Potencial?					
¿La Empresa optimiza los recursos de sus productos y servicios para disminuir sus costos?					

Muchas gracias mi estimado Empresario(a)

Anexo 4: Matrices de validación de instrumentos

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	Opción de respuesta					Criterios de evaluación								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	Casi nunca	De vez en cuando	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Variable 1: Gestión Empresarial	Planeación	Objetivos	1. ¿La Empresa establece objetivos en un corto, mediano y largo plazo?						X		x		x		x		
		Estrategias	2. ¿La Empresa aplica estrategias convenientes para su desarrollo competitivo?						x		x		x		x		
	Organización	Principios organizativos	3. ¿Los principios fundamentales de la organización empresarial, son las bases del crecimiento de las distintas actividades?						X		x		x		x		
		Estructura organizativa	4. ¿El organigrama que la Empresa ha propuesto, contribuye a la realización de desarrollar una eficiente división de funciones?						x		x		x		x		
	Dirección	Comunicación	5. ¿La comunicación permanente entre todos los empresarios, influye en el crecimiento de la Empresa?						X		x		x		x		
		Integración	6. ¿Una positiva integración organizativa, contribuye al logro de metas propuestas?						X		x		x		x		
		Toma de decisiones	7. ¿La toma de decisiones permanentes por parte de los propietarios de dichas empresas, posibilitan generar mejor competencia e ingresos?						x		x		x		x		
	Control	Formulación de estándares	8. ¿Los diversos estándares, como son: Rentabilidad, costo, calidad y tiempo; determinan interpretaciones evaluativas respecto a la actual situación de la empresa?						X		x		x		x		
		Evaluación de desempeño	9. ¿La evaluación permanente del desempeño empresarial, demuestra el óptimo desarrollo empresarial?						X		x		x		x		
		Corrección de resultados	10. ¿La corrección de las diversas acciones empresariales, determina una mejor interpretación de los resultados logrados?						x		x		x		x		

FECHA: 14/03/2022

DNI N° :17894472

FIRMA DEL EXPERTO


 Lic. Violeta Flores Aguilar De Larrea
 GLAD 03681
 Cod. 4078

RESULTADO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario

OBJETIVO : Se evidencia que este instrumento permitirá recoger la información adecuada

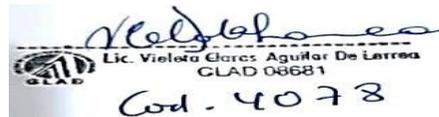
DIRIGIDO A :
.....

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : **DRA. VIOLETA CLAROS AGUILAR DE LARREA**

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : **DOCTORA EN ADMINISTRACION**



VIOLETA CLAROS AGUILAR DE LARREA
DNI N° 17894472

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMES	Opción de respuesta					Criterios de evaluación								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	Casi nunca	De vez en cuando	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Variable 1: Competitividad	Diferenciación	Imagen	11.¿La imagen definida por el buen producto o servicio ofertado, genera un impacto en su entorno social?						X		x		x		x		
		Atención al cliente	12.¿La eficiente atención al cliente genera una competitividad significativa?						x		x		x		x		
		Productos y servicios	13.¿La empresa ofrece productos y servicios diferenciados y de buena calidad, respecto a otras empresas?						X		x		x		x		
		Canal de distribución	14.¿El canal de distribución o ventas que ofrece la organización empresarial es eficiente?						x		x		x		x		
	Liderazgo de costo	Eficiencia	15.¿Los trabajadores se desenvuelven de forma eficiente frente a sus funciones establecidas?						X		x		x		x		
		Eficacia	16.¿La Empresa utiliza de forma eficaz los estándares de calidad para evaluar el producto?						x		x		x		x		
	Segmentación de plaza	Publicidad	17.¿La Empresa contrata servicios de publicidad, para generar la comercialización de sus productos y servicios?						X		x		x		x		
		Estrategias de mercadotecnia	18.¿La Empresa aplica estrategias de mercadotecnia para ofertar y vender sus diversos productos o servicios						x		x		x		x		
		Necesidad de mercado	19. ¿La administración del centro comercial, realiza estudios de mercado, para reconocer las necesidades del público objetivo Potencial?						x		x		x		x		
		Optimización de recursos	20.¿La Empresa optimiza los recursos de sus productos y servicios para disminuir sus costos						x		x		x		x		

FECHA: 14/03/2022

DNI: 17894472

FIRMA DEL EXPERTO:


 Lic. Violeta Gares Aguilar De Larrea
 GLAD 08681
 Cod. 4078

RESULTADO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

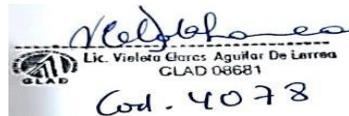
NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario
OBJETIVO : Se evidencia que este instrumento permitirá recoger la información adecuada
DIRIGIDO A :

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : **DRA. VIOLETA CLAROS AGUILAR DE LARREA**

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : **DOCTORA EN ADMINISTRACION**



VIOLETA CLAROS AGUILAR DE LARREA
DNI N° 17894472

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	Opción de respuesta					Criterios de evaluación								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	Casi nunca	De vez en cuando	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
									Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
Variable 1: Gestión Empresarial	Planeación	Objetivos	1. ¿La Empresa establece objetivos en un corto, mediano y largo plazo?						X		x		x		x		
		Estrategias	2. ¿La Empresa aplica estrategias convenientes para su desarrollo competitivo?						x		x		x		x		
	Organización	Principios organizativos	3. ¿Los principios fundamentales de la organización empresarial, son las bases del crecimiento de las distintas actividades?						X		x		x		x		
		Estructura organizativa	4. ¿El organigrama que la Empresa ha propuesto, contribuye a la realización de desarrollar una eficiente división de funciones?						x		x		x		x		
	Dirección	Comunicación	5. ¿La comunicación permanente entre todos los empresarios, influye en el crecimiento de la Empresa?						X		x		x		x		
		Integración	6. ¿Una positiva integración organizativa, contribuye al logro de metas propuestas?						x	X	x		x		x		
		Toma de decisiones	7. ¿La toma de decisiones permanentes por parte de los propietarios de dichas empresas, posibilitan generar mejor competencia e ingresos?						x		x		x		x		
	Control	Formulación de estándares	8. ¿Los diversos estándares, como son: Rentabilidad, costo, calidad y tiempo; determinan interpretaciones evaluativas respecto a la actual situación de la empresa?						X		x		x		x		
		Evaluación de desempeño	9. ¿La evaluación permanente del desempeño empresarial, demuestra el óptimo desarrollo empresarial?						X		x		x		x		
		Corrección de resultados	10. ¿La corrección de las diversas acciones empresariales, determina una mejor interpretación de los resultados logrados?						x		x		x		x		

FECHA: 12/03/2022

DNI: 18018621

FIRMA DEL EXPERTO



RESULTADO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario

OBJETIVO : Los indicadores son suficientes para medir la dimensión
DIRIGIDO A :

.....

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			x	

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : Joward Martín Ipanaqué Costilla

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Doctor en administración



DNI: 18018621

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMES	Opción de respuesta					Criterios de evaluación								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	Casi nunca	De vez en cuando	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Variable 1: Competitividad	Diferenciación	Imagen	11.¿La imagen definida por el buen producto o servicio ofertado, genera un impacto en su entorno social?						X		x		x		x		
		Atención al cliente	12.¿La eficiente atención al cliente genera una competitividad significativa?						x		x		x		x		
		Productos y servicios	13.¿La empresa ofrece productos y servicios diferenciados y de buena calidad, respecto a otras empresas?						X		x		x		x		
		Canal de distribución	14.¿El canal de distribución o ventas que ofrece la organización empresarial es eficiente?						x		x		x		x		
	Liderazgo de costo	Eficiencia	15.¿Los trabajadores se desenvuelven de forma eficiente frente a sus funciones establecidas?						X		x		x		x		
		Eficacia	16.¿La Empresa utiliza de forma eficaz los estándares de calidad para evaluar el producto?						x		x		x		x		
	Segmentación de plaza	Publicidad	17.¿La Empresa contrata servicios de publicidad, para generar la comercialización de sus productos y servicios?						X		x		x		x		
		Estrategias de mercadotecnia	18.¿La Empresa aplica estrategias de mercadotecnia para ofertar y vender sus diversos productos o servicios						x		x		x		x		
		Necesidad de mercado	19. ¿La administración del centro comercial, realiza estudios de mercado, para reconocer las necesidades del público objetivo Potencial?						x		x		x		x		
		Optimización de recursos	20.¿La Empresa optimiza los recursos de sus productos y servicios para disminuir sus costos						x		x		x		x		

FECHA: 12/03/2022

DNI: 18018621

FIRMA DEL EXPERTO:



RESULTADO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario

OBJETIVO : Los indicadores son suficientes para medir la dimensión

DIRIGIDO A :
.....

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			x	

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : Joward Martín Ipanaqué Costilla

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Doctor en administración



DNI: 18018621

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	Opción de respuesta					Criterios de evaluación								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	Casi nunca	De vez en cuando	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Variable 1: Gestión Empresarial	Planeación	Objetivos	1. ¿La Empresa establece objetivos en un corto, mediano y largo plazo?						X		x		x		x		
		Estrategias	2. ¿La Empresa aplica estrategias convenientes para su desarrollo competitivo?						x		x		x		x		
	Organización	Principios organizativos	3. ¿Los principios fundamentales de la organización empresarial, son las bases del crecimiento de las distintas actividades?						X		x		x		x		
		Estructura organizativa	4. ¿El organigrama que la Empresa ha propuesto, contribuye a la realización de desarrollar una eficiente división de funciones?						x		x		x		x		
	Dirección	Comunicación	5. ¿La comunicación permanente entre todos los empresarios, influye en el crecimiento de la Empresa?						X		x		x		x		
		Integración	6. ¿Una positiva integración organizativa, contribuye al logro de metas propuestas?						X		x		x		x		
		Toma de decisiones	7. ¿La toma de decisiones permanentes por parte de los propietarios de dichas empresas, posibilitan generar mejor competencia e ingresos?						x		x		x		x		
	Control	Formulación de estándares	8. ¿Los diversos estándares, como son: Rentabilidad, costo, calidad y tiempo; determinan interpretaciones evaluativas respecto a la actual situación de la empresa?						X		x		x		x		
		Evaluación de desempeño	9. ¿La evaluación permanente del desempeño empresarial, demuestra el óptimo desarrollo empresarial?						X		x		x		x		
		Corrección de resultados	10. ¿La corrección de las diversas acciones empresariales, determina una mejor interpretación de los resultados logrados?						x		x		x		x		

FECHA: 18/03/2022

DNI: 41330534

FIRMA DEL EXPERTO



RESULTADO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario

OBJETIVO : Se evidencia que este instrumento permitirá recoger la información real

DIRIGIDO A :
.....

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : Sandra Lizzette León Luyo

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister



DNI: 41330534

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMES	Opción de respuesta					Criterios de evaluación								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	Casi nunca	De vez en cuando	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Variable 1: Competitividad	Diferenciación	Imagen	11.¿La imagen definida por el buen producto o servicio ofertado, genera un impacto en su entorno social?						X		x		x		x		
		Atención al cliente	12.¿La eficiente atención al cliente genera una competitividad significativa?						x		x		x		x		
		Productos y servicios	13.¿La empresa oferta productos y servicios diferenciados y de buena calidad, respecto a otras empresas?						x		x		x		x		
		Canal de distribución	14.¿El canal de distribución o ventas que oferta la organización empresarial es eficiente?						x		x		x		x		
	Liderazgo de costo	Eficiencia	15.¿Los trabajadores se desenvuelven de forma eficiente frente a sus funciones establecidas?						X		x		x		x		
		Eficacia	16.¿La Empresa utiliza de forma eficaz los estándares de calidad para evaluar el producto?						x		x		x		x		
	Segmentación de plaza	Publicidad	17.¿La Empresa contrata servicios de publicidad, para generar la comercialización de sus productos y servicios?						X		x		x		x		
		Estrategias de mercadotecnia	18.¿La Empresa aplica estrategias de mercadotecnia para ofertar y vender sus diversos productos o servicios						x		x		x		x		
		Necesidad de mercado	19. ¿La administración del centro comercial, realiza estudios de mercado, para reconocer las necesidades del público objetivo Potencial?						x		x		x		x		
		Optimización de recursos	20.¿La Empresa optimiza los recursos de sus productos y servicios para disminuir sus costos						X		x		x		x		

FECHA: .18/03/2022

DNI: 41330534

FIRMA DEL EXPERTO



RESULTADO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario

OBJETIVO : Se evidencia que este instrumento permitirá recoger la información real

DIRIGIDO A :
.....
.....

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO :

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR : Sandra Lizzette León Luyo

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister



DNI: 4133053

Anexo 5: Base de datos

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Pre_1	Númérico	8	0	¿La Empresa p...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Pre_2	Númérico	8	0	¿La Empresa a...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	Pre_3	Númérico	8	0	¿Los principios...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Pre_4	Númérico	8	0	¿El organigram...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Pre_5	Númérico	8	0	¿La comunicac...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	Pre_6	Númérico	8	0	¿Una positiva i...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	Pre_7	Númérico	8	0	¿La toma de de...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	Pre_8	Númérico	8	0	¿Los diversos e...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	Pre_9	Númérico	8	0	¿La evaluación ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	Pre_10	Númérico	8	0	¿La corrección ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	Pre_11	Númérico	8	0	¿La imagen def...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Pre_12	Númérico	8	0	¿La eficiente at...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	Pre_13	Númérico	8	0	¿La empresa of...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	Pre_14	Númérico	8	0	¿El canal de di...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	Pre_15	Númérico	8	0	¿Los trabajador...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	Pre_16	Númérico	8	0	¿La Empresa u...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	Pre_17	Númérico	8	0	¿La Empresa c...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	Pre_18	Númérico	8	0	¿La Empresa a...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	Pre_19	Númérico	8	0	¿La administra...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	Pre_20	Númérico	8	0	¿La Empresa o...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	V1	Númérico	8	0	Gestión empre...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	V2	Númérico	8	0	Competitividad ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	D1	Númérico	8	0	Planeación	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	D2	Númérico	8	0	Organización	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	D3	Númérico	8	0	Dirección	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	D4	Númérico	8	0	Control	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Escribe aquí para buscar 19°C Nublado ESP 17:42 23/05/2022

*Sin título2 [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 29 de 29 variables

	Pre_1	Pre_2	Pre_3	Pre_4	Pre_5	Pre_6	Pre_7	Pre_8	Pre_9	Pre_10	Pre_11	Pre_12	Pre_13	Pre_14	Pre_15	Pr
1	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	
2	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	
3	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	
4	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	
6	1	1	2	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	3	2	
7	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	
8	3	4	4	3	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	3	
9	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
10	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	
11	3	4	2	2	5	1	2	3	3	3	2	4	4	4	3	
12	3	2	2	3	2	4	5	5	3	2	2	3	3	2	2	
13	2	2	3	3	3	1	1	1	1	2	2	3	3	1	3	
14	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	
15	5	5	4	2	4	4	2	4	4	5	4	5	5	4	4	
16	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	
17	3	4	3	4	5	5	5	3	4	5	5	4	3	5	4	
18	4	5	4	3	3	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	
19	2	5	1	3	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	5	
20	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4	
21	1	1	2	5	3	1	3	1	3	3	1	1	1	3	2	
22	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	
23	3	4	4	3	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	3	
24	5	4	4	5	3	4	5	5	3	4	5	5	4	3	5	
25	4	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Escribe aquí para buscar 18°C Nublado ESP 17:55 23/05/2022

Anexo 6

Cuadro 1

Resumen de procesamiento de pasos

		N	%
Casos	Valido	30	100,0
	Excluido*	0	,0
	Total	30	100,0

* No tomado en cuenta por el mismo proceso.

Fuente: Utilización del SPSS V. 27

Cuadro 2

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de Elementos
,957	20

Fuente: Utilización del SPSS V. 27

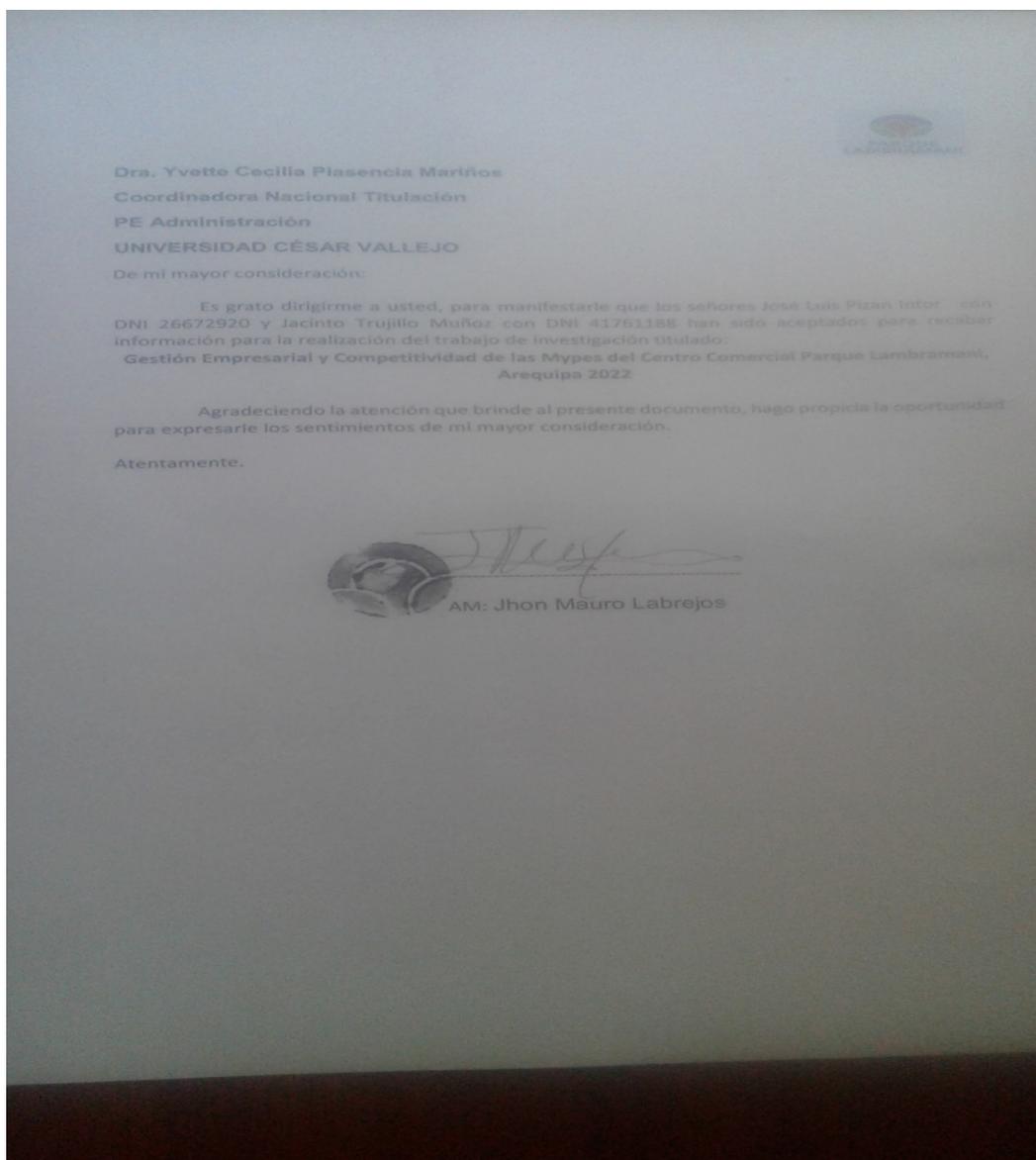
Cuadro 3

Interpretación del estadístico Alfa de Cronbach

Rango	Interpretación
Menos a 0,50	Confiabilidad No aceptable
0,50 a 0,59	Confiabilidad pobre
0,60 a 0,69	Confiabilidad débil
0,70 a 0,79	Confiabilidad aceptable
0,80 a 0,89	Confiabilidad buena
0,90 a 1	Confiabilidad Excelente

Fuente: George y Malleri (1995)

Anexo 8: Carta de la empresa





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO REDIB, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión empresarial y competitividad de las mypes del centro comercial Parque Lambramani, Arequipa 2022", cuyos autores son TRUJILLO MUÑOZ JACINTO, PIZAN INTOR JOSE LUIS, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, 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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 01 de Junio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ESPINOZA RODRIGUEZ HUGO REDIB DNI: 18138285 ORCID 0000-0003-0783-7770	Firmado digitalmente por: HESPINOZA el 05-07- 2022 21:19:49

Código documento Trilce: TRI - 0304283