



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Presupuesto maestro como herramienta administrativa y su
incidencia en las estrategias empresariales en empresas del
sector industrial, Huamanga - Ayacucho, 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORES:

Almeida Rojas, Yelsin Marco (orcid.org/0000-0003-1437-7709)

Flor Medina, Jhossely Danitza (orcid.org/0009-0008-1582-5562)

ASESOR:

Dr. Villafuerte de la Cruz, Avelino Sebastián (orcid.org/0000-0002-9447-8683)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Esta tesis dedicó a mis padres, hermano y pareja que estuvieron conmigo día adía dándome ese aliento y fortaleza para seguir adelante y no quedarme derrotado ante los problemas situados.

YELSIN MARCO

Quisiera dedicar esta tesis a mi padre JAVIER FLOR que hasta en sus últimos años de vida confió y dio todo por mí, a mi madre JHONI MEDINA que a pesar de las circunstancias me ha apoyado y acompañado en este proceso como profesional, a mi familia quienes confiaron y me brindaron todos sus consejos en mi caminar como profesional.

JHOSELY DANITZA

AGRADECIMIENTO

A nuestro asesor Dr. Villafuerte de la Cruz Avelino Sebastián, Por guiarnos y demostrarnos su interés para poder concluir el desarrollo de nuestra tesis e impartirnos sus conocimientos.

Gracias a la universidad CÉSAR VALLEJO por permitirnos formar Parte de ella, desarrollar nuestra tesis y dar un gran paso como profesional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VILLAFUERTE DE LA CRUZ AVELINO SEBASTIAN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Presupuesto maestro como herramienta administrativa y su incidencia en las estrategias empresariales en empresas del sector industrial, Huamanga - Ayacucho, 2023", cuyos autores son FLOR MEDINA JHOSSELY DANITZA, ALMEIDA ROJAS YELSIN MARCO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, 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.

LIMA, 07 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VILLAFUERTE DE LA CRUZ AVELINO SEBASTIAN DNI: 25729654 ORCID: 0000-0002-9447-8683	Firmado electrónicamente por: AVILLAFUERTE el 22-11-2023 22:18:03

Código documento Trilce: TRI - 0653233



DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, FLOR MEDINA JHOSELY DANITZA, ALMEIDA ROJAS YELSIN MARCO estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Presupuesto maestro como herramienta administrativa y su incidencia en las estrategias empresariales en empresas del sector industrial, Huamanga - Ayacucho, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
JHOSELY DANITZA FLOR MEDINA DNI: 71998178 ORCID: 0009-0008-1582-5562	Firmado electrónicamente por: JHFLORME el 07-11- 2023 22:14:14
YELSIN MARCO ALMEIDA ROJAS DNI: 70425887 ORCID: 0000-0003-1437-7709	Firmado electrónicamente por: YMALMEIDA el 07-11- 2023 20:27:38

Código documento Trilce: TRI - 0653249

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO:	4
III. METODOLOGÍA:.....	8
3.1. Tipo y diseño de investigación	8
3.2. Variables y Operacionalización:	8
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	11
3.5. Procedimientos	12
3.6. Método de análisis de datos	12
3.7. Aspectos éticos	13
IV. RESULTADOS	14
V. DISCUSIÓN.....	24
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 El presupuesto de ventas, proyecta la demanda a ser cubierta considerando la capacidad instalada	14
Tabla 2 La planificación de reposición de activos fijo, ampliaciones y mejoras son comprendidas en el presupuesto de capital o de inversiones	15
Tabla 3 Los costos le permiten ofrecer precios competitivos y accesibles al mercado.	16
Tabla 4 Se ha logrado ser competitivo en el mercado.	17
Tabla 5 La empresa está en capacidad de atender a un mercado más amplio. ..	18
Tabla 6 Prueba de normalidad de las variables	19
Tabla 7 Incidencia del presupuesto maestro en las estrategias empresariales ...	20
Tabla 8 Incidencia del presupuesto maestro en la estrategia de liderazgo	21
Tabla 9 Incidencia del presupuesto maestro en la estrategia de diferenciación ..	22
Tabla 10 Incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de enfoque ...	23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	El presupuesto de ventas, proyecta la demanda a ser cubierta.....	14
Figura 2	La planificación de reposición de activos fijo, ampliaciones y mejoras se consideran en el presupuesto de capital o de inversiones	15
Figura 3	Los costos le permiten ofrecer precios competitivos y accesibles.	16
Figura 4	Se ha logrado ser competitivo en el mercado.	17
Figura 5	La empresa está en capacidad de atender a un mercado más amplio.	18

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito, determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho. El tipo de estudio fue aplicado, con un diseño no experimental, los datos se recogieron en un solo momento, por lo que es transversal, descriptivo correlacional de nivel, se aplicó como instrumento en la recolección de datos el cuestionario, validado por expertos y con la confiabilidad de 0.806 y 0.911 confiabilidad buena y aceptable, la muestra fue de 40 empresas industriales. Los resultados muestran que el 30% considera que el presupuesto de venta no toma en consideración el poder cubrir la demanda, el 53% sostienen que los costos no le permiten ofrecer precios competitivos, en la parte inferencial, el p_valor fue .000, inferior al 5%, la incidencia respecto a Rho de Spearman fue 0.672. Se concluye que existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023, con una correlación moderada directa, es decir, si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrán calcular los costos más cercanos a lo real.

Palabras clave: Presupuesto maestro, estrategias empresariales, liderazgo en costos

ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the incidence of the master budget on the business strategies of companies in the industrial sector, Huamanga - Ayacucho. The type of study was applied, with a non-experimental design, the data were collected at a single time, so it is cross-sectional, descriptive correlational level, was applied as an instrument in data collection questionnaire, validated by experts and with the reliability of 0.806 and 0.911 good and acceptable reliability, the sample was 40 industrial companies. The results show that 30% consider that the sales budget does not take into consideration the ability to meet the demand, 53% maintain that the costs do not allow them to offer competitive prices, in the inferential part, the p_value was .000, less than 5%, the incidence with respect to Spearman's Rho was 0.672. It is concluded that there is an incidence of the master budget on the business strategies of the companies of the industrial sector, Huamanga - Ayacucho, 2023, with a moderate direct co-relation, that is to say, if the companies manage efficiently the master budget, in which the operating budgets are considered, they will have more effective business strategies, they will be able to calculate the costs closer to the real ones.

Keywords: Master budget, business strategies, cost leadership.

I. INTRODUCCIÓN

Según los estudios realizados para Latino América las micro y pequeñas empresas – Mypes, representan el 85% de la fuerza económica empresarial, además de generar el 50% de los empleos en la región, sin embargo no todo es buena noticia, pues el 80% de estas empresas, muere antes de los dos años de su formación, esto debido que todas estas no tienen la capacidad de poder enfrentar los retos y riesgos que conlleva la formación de una empresa, puesto que no tienen la capacidad de poder hacer uso de herramientas financieras para poder enfrentar dichos problemas, como son el planeamiento financiero, el presupuesto maestro, plan estratégico, estrategias empresariales, apalancamiento financiero, entre otros, por lo tanto, la empresa enfrenta problemas financieros que no le permite operar ni poder desarrollar económicamente, por lo que tienen menos posibilidades de poder subsistir en el mercado (Laitón & López, 2018).

Por otra parte, estudios internacionales, consideran que el presupuesto es un instrumento financiero muy importante para las Mypes, en el que deben de ser implementados en todas la empresas y principalmente en las micro y pequeñas empresa, puesto que son las que mayor riesgo financiero y empresarial tienen, ya es el presupuesto permite a la empresa tener una sincronización con los recursos financieros en el corto y mediano plazo, teniendo claro principalmente las metas financieras, el logro de resultados positivos en el periodo contable, todo esto por medio de la planificación y el control financiero (Parra & La Madriz, 2017).

En Colombia, estudios realizados, consideran la importancia que tiene el presupuesto para las empresas, sobre todo el presupuesto maestro, puesto que se considera como un plan para las futuras actividades económicas de las empresas, lo que permite a estas, poder tomar mejores decisiones, como la inversión, el financiamiento, estrategias de costos, diferenciación, enfoque, liderazgo, entre otros, puesto que se ve como estaría la empresa en términos económicos en el corto y mediano plazo, lo que permite a la empresa plantear estrategias de mejora antes que ocurran, por lo que tienen mayor posibilidades de lograr los objetivos trazados (Durán-Vargas, 2011).

Desde el contexto nacional, se sabe el 95% de las empresas son Mypes, con un 48% de la población económicamente activa, sin embargo tienen una alta tasa de mortalidad empresarial, esto debido a que existe una competencia muy alta, carecen de un plan de negocio o uso de herramientas financieras para poder realizar proyecciones y tomar mejores decisiones, además, la administración de los recursos, ya que tienen que tomar decisiones permanentemente sobre financiamiento y generación de recursos y por lo general no cuentan con herramientas que le ayuden a minimizar los riesgos financieros, por lo que es necesario de la aplicación de herramientas financieras como el presupuesto maestro, entre otros (Alva, 2017). Otro factor clave dentro de la mejora de las empresas, por la que muchos tienen problemas en el cálculo de sus ingresos futuros, los egresos que se necesitan para poder mejorar su rendimiento, un ejemplo de ello, es una empresa de servicios en Lima que utilizar el presupuesto maestro para poder mejorar la toma de decisiones, puesto que la gestión financiera, tendrá mejores elementos de juicio para la administración (Gómez et al., 2018).

Como parte de la problemática en el contexto local, se tiene que las empresas en general, tienen problemas de crecimiento y desarrollo empresarial, puesto que no se ve la expansión o crecimiento de la empresa, puesto que no se muestra evidencia de expansión o mayor línea de productos o servicios, por lo que se considera que, uno de los factores que contrae el desarrollo empresarial es el uso de herramientas financieras que le permita tener lo más claro posible, cada uno de los elementos de producción o actividades operativas, como es el caso del presupuesto maestro, por lo que se desarrolla el estudio sobre el presupuesto maestro y cómo este influye en las estrategias empresariales en el sector industrial de la ciudad de Ayacucho.

Se planteó como problema general del estudio, luego de la descripción problemática: ¿Cómo incide el presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023?, también como problemas específicos las siguientes interrogantes: (i) ¿Cómo incide el presupuesto maestro en la estrategia liderazgo en costos, de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023?, (ii) ¿Cómo es que incide el presupuesto maestro en la estrategia diferenciación, de las empresas del sector

industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023?, (iii)¿Cómo es que incide el presupuesto maestro en la estrategia enfoque, de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023?

Luego de poder analizar el problema existente, se tiene como justificación de la parte práctica, puesto que, se harca y analiza una realidad sobre la importancia y uso del presupuesto maestro y en general de los presupuestos en las organizaciones como un instrumento clave para poder mejorar las decisiones empresariales y establecer estrategias para lograr las metas, por otra parte, se justifica en lo social, ya que, el estudio se desarrolla en un contexto de empresas del sector industria, por lo que la producción de la región afecta a la población de manera directa, en tal sentido, la mejora de las organizaciones hace que se tengan mejores productos y servicios y se tenga una mayor competitividad, también, se justifica en lo teórico, debido a que el estudio proporciona conocimiento para estudios futuros, pues los hallazgos

Conforme a los problemas planteados, se describen los siguientes objetivos para el estudio, general: Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023, específicos: (i) Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia liderazgo en costos de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023. (ii) Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de diferenciación de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023. (iii) Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia enfoque las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.

Como hipótesis general se tiene que: Existe incidencia significativa entre el presupuesto maestro y las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023. Sobre las hipótesis en lo específico: (i) Existe incidencia del presupuesto maestro con la estrategia liderazgo en costos, Huamanga – Ayacucho, 2023. (ii) Existe incidencia significativa entre el presupuesto maestro y la estrategia de diferenciación, Huamanga – Ayacucho, 2023. (iii) Existe incidencia significativa entre el presupuesto maestro y la estrategia enfoque, Huamanga – Ayacucho, 2023.

II. MARCO TEÓRICO:

En esta parte, se presentan los estudios anteriores relacionados a la investigación, considerando el ámbito internacional, como también el nacional, además de las definiciones y conceptos de las variables y las dimensiones, los mismos que servirán para poder realizar la discusión del estudio, es decir comparar resultados entre los estudios, como también el de poder corroborar la teoría de los mismos.

Del contexto internacional, en el Ecuador, de acuerdo con Bacuelima & Pillacela (2017), referente a su estudio sobre presupuesto maestro, caso empresa Compaque Cia. Ltda. 2017. De la parte metodológica, es un estudio mixto, de análisis de documentos, información proporcionada por la empresa, los resultados muestran que existe un mal manejo del control y supervisión sobre los recursos, materiales e inmateriales, lo que ocasiona que las decisiones que se toman no son las más apropiadas para la empresa, no cuentan con presupuestos que les permita proveer o avizora los resultados esperados, lo que les ayudaría a tener un mayor control y supervisión sobre los recursos, puesto que el presupuesto al ser un instrumento para la gestión, ayudará a poder mejorar el nivel de toma de decisiones, se podrá aprovechar mejor los recursos y tener la posibilidad de poder corregir algunos errores o deficiencias en el transcurso del periodo.

Por otra parte, de acuerdo con Serrato (2019), en su estudio sobre teorías de la planeación estratégica y la contabilidad gerencial, elementos clave para una eficiente gestión en las Pymes, Colombia. Estudio de revisión de literatura, que permite aclarar los conceptos claves e importantes para las herramientas administrativas como son el plan estratégico y la contabilidad gerencial o administrativa, que componen principalmente al presupuesto maestro, abordar los conceptos de planeación estratégica y contabilidad gerencial. La búsqueda de información se realizó en importantes BD como son: Scopus, Ebsco, y Sciencedirect, considerando como palabras clave: "planeación", "contabilidad", y "toma de decisiones". De los que se consideraron 40 estudios que fueron publicados en los años 1997-2017. Se concluye que la planeación, la gestión de las empresas y la toma de decisiones son herramientas que contribuyen al crecimiento de las organizaciones, por lo que se deben de tomar en cuenta para que las

empresas puedan tener un mayor control sobre las metas propuestas y el cumplimiento del plan estratégico organizacional.

Por otra parte, en Cuba, Duardo-Ruiz et al., (2022), en el que se resolvió sobre el diseño de procesos en la elaboración del presupuesto flexible, caso empresa del sector pecuario. Se realizó una metodología propositiva, por la que busca el objetivo, de análisis de documentos, la entrevista, la muestra, los administradores y responsables del área contable financiera. Resultados muestran datos importantes, los que se realizó por medio del instrumento de tipo Cobb - Douglas, puesto que genera información que es relevante para poder ser más competitivo en el mercado, tener un aspecto diferenciador, por lo que, con todo lo propuesto se desarrolló el proceso para la implementación de un presupuesto flexible. Se concluye, la elaboración e implementación de un presupuesto, ayuda a la empresa a tener un plan sobre los costos, lo que le permita ser mas competitivo y tener un aspecto que se diferencia de las demás empresas en el mercado.

También, Gonzalo & De la Cruz, (2021), estudio en el que muestra como el presupuesto maestro se relaciona con la rentabilidad financiera, sector construcción, Huancayo, 2019. Estudio cuantitativo, del propósito del estudio se desprende que es tipo aplicado, correlacional como nivel, fueron 12 empresas del sector construcción que formaron la población de Huancayo, se aplicó el cuestionario para el levantamiento de la información, los que fueron validados por expertos, con un Alfa de Cronbach, =0,973 y 0,979 para las dos variables. Se tiene que el "r" fue 0,982, como resultado del estudio y el p menor que 0.00. De lo que se concluye, la relación es positiva entre el presupuesto maestro con la rentabilidad, puesto que, al tener un mayor control de los costos, siendo líder en la gestión de los costos, por lo que es necesario su aplicación, el mismo que contribuirá a la empresa a poder mejorar la economía, al tener el control sobre los costos, gastos e ingresos.

Desde el contexto nacional, Huaraca (2019), muestra su estudio en el que se enfocó en el presupuesto maestro y como es que éste influye con las estrategias empresariales, como es principalmente las financieras, empresas del sector manufactura, Comas, 2018. El tipo fue aplicado, con un nivel explicativo-descriptivo, en el que la muestra fue 43 trabajadores, todos ellos relacionados con su labor a la

variable del estudio, el cuestionario fue el instrumento utilizado para poder levantar la información, con validez aplicable, y el Chi-cuadrado como estadígrafo apropiado. Resultado: significación = 0,000, con un valor de la correlación positiva importante. Se concluye, las variables se relacionan entre sí, por tanto, al tener establecido la elaboración del presupuesto maestro las estrategias empresariales, como son las financieras entre otros, tienen resultados favorables, con mayores índices de rentabilidad para la organización.

Según, Diestra & Huarcaya (2019), estudio en relación al presupuesto maestro con lo que es la rentabilidad, una empresa de seguridad, 2016 - 2017. Estudio aplicativo, de variables cuantitativas, descriptivas, correlacionales y explicativas dentro de lo que al nivel se refiere, diseño no experimental, longitudinal. Resultados, se tiene que se aplicaron 6 momentos para el desarrollo, del que se tiene que, en cada una de las etapas o momentos, se tiene mejores indicadores para poder evaluar el nivel de inversión, en el que se considera que la generación de los indicadores para la evaluación del retorno, rendimiento de la empresa. Se concluye entonces que el presupuesto maestro, en su elaboración y aplicación si tiene una influencia sobre el rendimiento económico, con lo que logra los objetivos previstos o avizorados en el futuro cercano.

Además, Álvarez et al. (2016), quienes realizaron su estudio sobre presupuesto maestro y la incidencia sobre la planeación financiera, empresa comercial en San Isidro, estudio sobre la base de tipo descriptiva, de análisis de informes financieros contables, en el que se pudo encontrar como resultados, se tiene un crecimiento en el mercado no esperado, el enfoque no está siendo el apropiado, puesto que no se tiene una planificación sobre las partes fundamentales en la empresa, por lo que no se pueden establecer metas, tomar decisiones que corresponda a la realidad de la empresa, no se puede considerar con mayor criterio la inversión en la empresa, se concluye que el presupuesto maestro es una parte fundamental para el plan financiero, con el que se tomarán decisiones mas convenientes para la empresa.

Como parte de la base teórica, en lo que respecta a la variable *presupuesto maestro*, donde considera a una herramienta para poder analizar la situación económica financiera en el corto y mediano plazo, va de la mano con el plan

operativo y estratégico que contiene elementos económicos, es también una estimación en términos monetarios ayuda a pronosticar el futuro de una organización, donde fundamentalmente se muestra la ganancia estimada, por lo que se debe de incluir todos elementos relacionados con ingresos y gastos (Vargas & Zavaleta, 2020).

De las dimensiones, se tiene que, el *presupuesto de operación*, es una herramienta para poder facilitar el tomar algún tipo de decisión sobre temas financieros dentro de una organización dentro del corto plazo, para poder cubrir las necesidades de las actividades que se realiza en forma regular (Peñaloza-Vassallo et al., 2017). Del presupuesto financiero, se considera un aspecto técnico muy importante para las empresas, ya que toma en cuenta los recursos con el que cuenta la empresa para un periodo determinado, pudiendo ser de mediano y largo plazo (Gutiérrez-Ponce et al., 2018).

Por otra parte, se considera dentro de la base teórica de la variable *estrategias empresariales*, como el conjunto de actividades, programas y operaciones planificadas por una organización con la finalidad de poder tener una ventaja competitiva, por medio de recursos de tecnología, personal, materiales e infraestructura, los que ayudan a tener una ventaja competitiva en el mercado. Estos pueden ser: el liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque (Alaña et al., 2018).

De las dimensiones, *liderazgo en costos*, se considera a aquella estrategia en la que la empresa se centra en elaborar un producto considerando los valores mínimos, los más bajos del mercado, en comparación a su competencia, es el que más bajo se tiene sobre el valor de venta. (López-Zapata et al., 2019). En lo que respecta a la *estrategia de diferenciación*, es la que tiene en el mercado en el que compite una diferencia sobre sus demás competidores, que por lo general es lo que se encuentra a la vanguardia, en el que destaca de manera significativa. (Franco-Yoza et al., 2022). Finalmente, se considera a la *estrategia de enfoque*, es una estrategia que muchas empresas utilizan, puesto que busca cubrir una necesidad dentro del contexto, es decir que se orienta hacia un determinado sector de mercado, en el que no hay competencia, o mejor dicho donde los clientes tienen una insatisfecha necesidad por cubrir (Kathiusca & Alarcón, 2021).

III. METODOLOGÍA:

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de estudio:

Estudio que corresponde al tipo aplicada, puesto que este tipo de estudio busca dar solución a problemas determinados dentro de un contexto, en el que se desarrolla la investigación, por otra parte, se hace uso de la investigación básica, se plantean hipótesis para poder dar solución a los problemas planteados dentro de un contexto social (Hernández & Mendoza, 2018).

Diseño de investigación:

Es no experimental, puesto que las variables no tienen ningún estímulo del exterior, en este caso el sujeto en estudio es evaluado y observado en el estado en el que se encuentra (Arias y Covinos, 2021). También se considera de corte transversal, porque la información que se requiere se obtiene en un momento determinado, por otra parte, son estudios cuantitativos, de la parte de la cuantimetría, puesto que se realizan cálculos para evidenciar los resultados de manera cuantificada (Leydesdorff et al., 2020).

3.2. Variables y Operacionalización:

Variable 1: Presupuesto maestro

Definición conceptual

Se considera una herramienta para poder analizar la situación, tanto financiera como económica en el corto y mediano plazo, va de la mano con el plan operativo y estratégico que contiene elementos económicos, es también una estimación en términos monetarios ayuda a pronosticar el futuro de una organización, donde fundamentalmente se muestra la ganancia estimada, por lo que se debe de incluir todos elementos relacionados con ingresos y gastos (Vargas & Zavaleta, 2020).

Definición operacional

La variable presupuesto maestro y las dimensiones que le corresponden, fueron medidas y analizadas, haciendo uso del cuestionario con una escala de Likert

desde nunca (1) hasta siempre (5), como última alternativa, luego se analizó los resultados para terminar con las conclusiones del estudio.

Indicadores

Los indicadores determinados por el estudio, que son parte de los indicadores de la variable presupuesto maestro son: el presupuesto sobre las ventas, el presupuesto para la producción, también, el presupuesto que se tiene de consumo y de las compras de materiales directos, el presupuesto sobre el costo de mano de obra directa, el presupuesto de los costos indirectos de fabricación, el presupuesto sobre los inventarios, el presupuesto de costo de ventas, el presupuesto de los gastos de administración y de ventas, el Estado de Resultados proyectados, el Estado de Situación Financiera proyectado y el presupuesto de caja

Escala: Ordinal

Variable 2: Estrategias empresariales

Definición conceptual

Es el conjunto de actividades, programas y operaciones planificadas por una organización con la finalidad de poder tener una ventaja competitiva, por medio de recursos de tecnología, personal, materiales e infraestructura, los que ayudan a tener una ventaja sobre la competencia. Estos pueden ser: estrategia de liderazgo en costos, estrategia de diferenciación y la estrategia de enfoque (Alaña et al., 2018).

Definición operacional

La variable estrategia empresarial y las dimensiones que le corresponden, fueron medidas y analizadas, haciendo uso del cuestionario con una escala de Likert desde nunca (1) hasta siempre (5), como última alternativa, luego se analizó los resultados para terminar con las conclusiones del estudio.

Indicadores

Los indicadores determinados por el estudio, que son parte de los indicadores de la variable estrategias empresariales son: los costos estratégicos para precios competitivos, el estudio de la competencia, la captación de atención por el liderazgo

en costos, la calidad del servicio y producto, la innovación de productos, el nivel de competitividad en el mercado, el nivel de posicionamiento en el mercado, la atención a mercado objetivo, el nivel de satisfacción sobre los clientes, la infraestructura apropiada.

Escala: Ordinal

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

Población:

La población de estudio son 456 empresas industriales, se entiende por población al universo, a la totalidad de los elementos o unidad a estudiar, que a su vez tienen las características requeridas según el investigador, este grupo de elementos pueden ser, personas, informes, objetos, fenómenos, entre otros, con características similares (Ñaupas et al., 2018).

- **Criterios de inclusión:**

Se consideran a las empresas industriales, de la ciudad de Huamanga, que pertenecen al régimen Mype Tributario.

- **Criterios de exclusión:**

Se consideran a las empresas que no son industriales, fuera de la ciudad de Huamanga, que pertenecen al régimen especial o general.

Muestra:

Es de 40 empresas industriales de Huamanga, a quienes se aplicó el cuestionario, la muestra es una parte importante de la población, de las que se realizan las inferencias luego de aplicar métodos estadísticos, teniendo una seguridad y precisión mínimas aceptables, además se realizan la prueba de hipótesis, con lo que le da mayor precisión al estudio, dando relevancia a la investigación (Cadena et al., 2017).

Muestreo:

No probabilístico por conveniencias, puesto que por factor económico tiempo, se determinó el número razonable para realizar el estudio, este tipo de muestreo no

se aplica al azar, se utiliza el criterio del investigador para poder determinar el número de la muestra, estas son intencionadas, no hay una norma o algo en particular que determine la cantidad (Sánchez et al., 2018).

Unidad de análisis:

Se consideran para el estudio a las empresas industriales como la unidad de análisis, entendiendo que la unidad de análisis se refiere a los elementos, sujeto u objeto de estudio, sobre el cual se basa el análisis de los resultados, sobre quienes se va a concluir y poder realizar las recomendaciones del caso (García, 2018).

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos:

Técnica

La técnica para el levantamiento de la información, fue la encuesta, este tipo de técnicas permite realizar inferencias de una población numerosa, por medio de preguntas realizadas a quienes componen la muestra en la investigación, además, esta técnica se usa mucho para estudios de las ciencias sociales, por lo que se contempla las ciencias contables (Feria et al., 2020).

Instrumento

El cuestionario es el instrumento elegido y que corresponde a la técnica para poder realizar el estudio, por otra parte, el cuestionario consta de un grupo de preguntas que fueron elaboradas de los indicadores correspondientes a las dimensiones de las variables, por lo que su objetivo es tener la percepción de las personas que son parte de la muestra (Arias, 2020), por otra parte, este instrumento es validado por juicio de expertos, los que analizan el contenido del instrumento para darle viabilidad a su aplicación (Robles, 2018).

Validez

La validez fue mediante profesionales expertos en temas de investigación y sobre la temática de estudio, que en este caso fueron tres, los que dieron su aprobación para ser aplicable el instrumento, la validez muestra la consistencia interna de cada una de las preguntas, es decir que se tiene la aprobación en lo que respecta de la

coherencia, relevancia y pertinencia de cada uno de las preguntas (Moscoso et al., 2019).

Confiabilidad

Esta se realizó de acuerdo con el Alfa de Cronbach, de acuerdo al proceso que se realizó por medio del programa estadístico se obtuvo para la primera variable un valor de 0.806 y para la variable segunda, el valor determinado fue de 0.911, por lo que se considera de una alta confiabilidad, es decir que el instrumento tiene la bondad de tener el mismo resultado al aplicar en otro momento a un determinado número de elementos (Caycho-Rodríguez, 2017).

3.5. Procedimientos

El estudio se inició con la determinación de la problemática, el cual tiene un contexto social, el que se eligió para poder resolverlo, además, se determinó las variables a estudiar, de los que se pudo elaborar los instrumentos para poder realizar la investigación, luego se procedió a ubicar a las empresas industriales para poder resolver el cuestionario, los que fueron procesados por medio del SPSS v28, de los que se pudo obtener los resultados, que fueron el insumo para poder llegar a la conclusión del estudio y posterior recomendación a las empresas y público objetivo interesado en el tema.

3.6. Método de análisis de datos

El método que se aplica al estudio es el deductivo, este método es de análisis y viene de lo general a lo particular, esto principalmente, ya que se realizarán estudios sobre temas generales, que posteriormente se realizarán estudios o conclusiones sobre temas en particular (Prieto, 2018). El estudio para poder realizar el análisis, se utilizó como herramienta al software SPSS v28, para poder encontrar los resultados, en las tablas, de la parte descriptiva en tablas de frecuencia y la parte inferencial, considerando la prueba de normalidad y el análisis inferencial con el estadístico determinado.

3.7. Aspectos éticos

Se tuvo en consideración, en la elaboración del estudio, las políticas, normas y reglamentos referentes a la ética y a la investigación, considerando en primer lugar la Resolución N°062-2023-VI-UCV, del Vicerrectorado de Investigación, el que contiene el contenido en forma y desarrollo de cada uno de los capítulos, por otra parte, se consideró el principio de autonomía, ya que la participación de las empresas o representantes de las mismas, fue de manera voluntaria, teniendo el consentimiento informado de manera expresa, se consideró también, el principio de la no maleficencia, ya que no existe riesgo de poder atentar contra la integridad de los participantes, como tampoco considerar preguntas en el instrumento que afecten el bienestar emocional del participante, también se tomó en cuenta el principio de justicia, puesto que los datos son reservados y confidenciales, se respetó el derecho de los autores, de los textos utilizados en el estudio, por medio de las citas y referencias, haciendo uso del formato APA en su séptima edición..

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

En esta parte de los resultados, se toma en consideración el análisis de las preguntas que mayor significancia tienen por variable y dimensión, considerando la importancia de la pregunta y el nivel alcanzado en la misma.

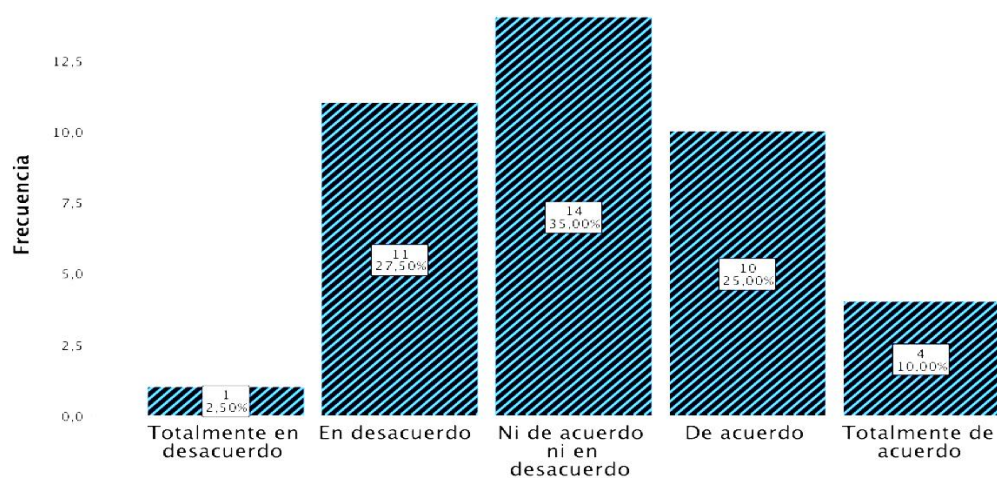
Tabla 1

Presupuesto de ventas, ayuda a proyectar la demanda para poder cubrir considerando la capacidad instalada

	Frecuencia	Porcentaje	Porc. válido	Porc. Acum.
Totalm. en desac.	1	2,5	2,5	2,5
En desac.	11	27,5	27,5	30,0
Ni de ac. ni en desac.	14	35,0	35,0	65,0
De acuerdo	10	25,0	25,0	90,0
Totalm. de acuerdo	4	10,0	10,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 1

Presupuesto de ventas, ayuda a proyectar la demanda a ser cubierta



Interpretación: Conforme a la tabla y figura, el 30% de las empresas del sector industrial que fueron encuestadas, considera que el presupuesto de venta no toma en consideración el poder cubrir la demanda ni tampoco la capacidad instalada de la empresa, lo que puede traer inconvenientes, puesto que puede producirse mucho que exceda a la demanda o poco de tal manera que tenga capacidad instalada ociosa, sin embargo el 35% si considera que el presupuesto de venta si toma en cuenta la demanda y la capacidad instalada.

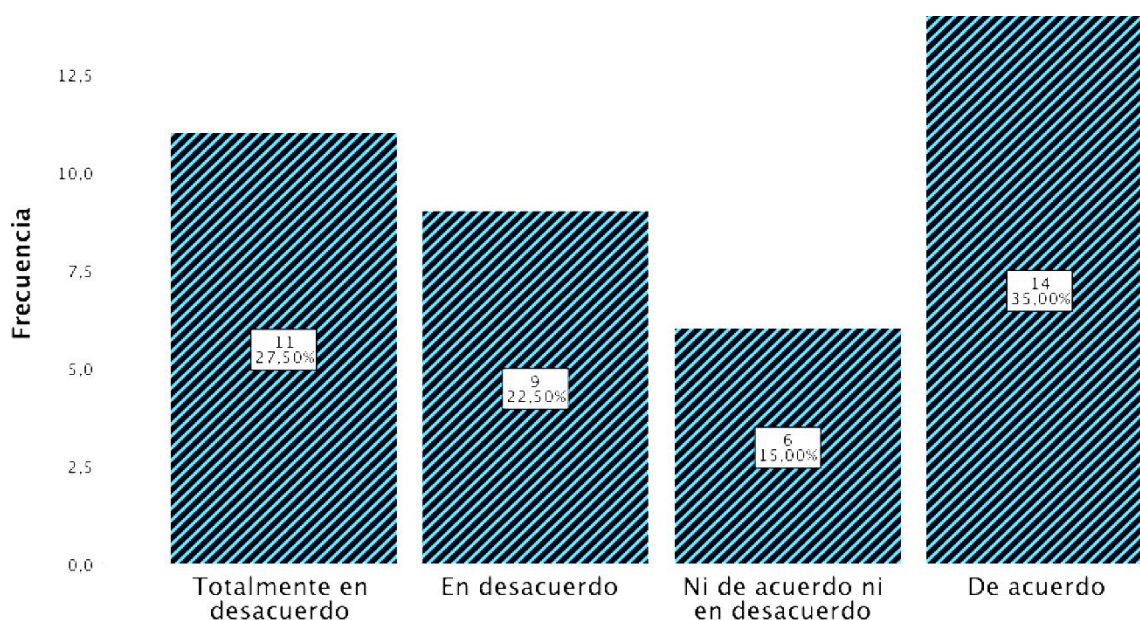
Tabla 2

Se planifica la reposición sobre los activos fijos, las mejoras en el presupuesto de inversión

	Frecuencia	Porcentaje	Porc. válido	Porc. Acum.
Totalm. en desac.	11	27,5	27,5	27,5
En desac.	9	22,5	22,5	50,0
Ni de ac. ni en desac.	6	15,0	15,0	65,0
De acuerdo	14	35,0	35,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 2

Se planifica la reposición sobre los activos fijos, las mejoras en el presupuesto de inversión



Interpretación: De la tabla y figura, se puede apreciar, que el 50% de las empresas que formaron parte del estudio, manifiesta que no hay una planificación para que se pueda reponer los activos fijo, o realizar ampliaciones y mejoras de la infraestructura, en el presupuesto que se tiene para el capital, como también en el caso de las inversiones, por lo que la empresa tendría menos oportunidad de crecimiento, mientras que el 35% si considera que la empresa considera en el presupuesto este tipo de inversiones de activos fijos e infraestructura como estrategia de crecimiento de la organización en términos económicos.

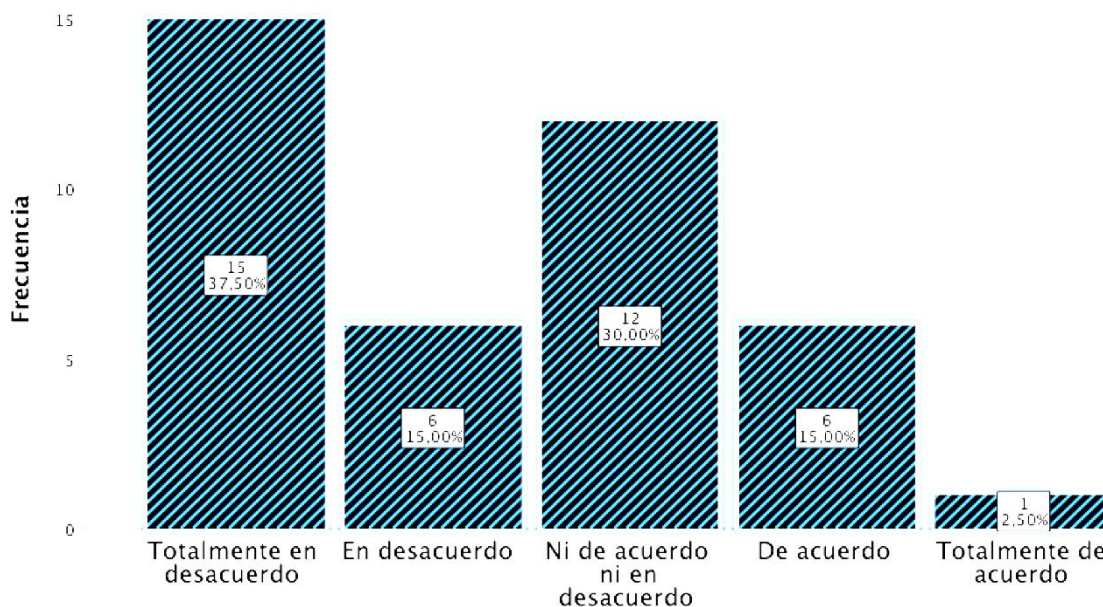
Tabla 3

Los costos le permiten ofrecer precios competitivos y accesibles al mercado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porc. válido	Porc. Acum.
Totalm. en desac.	15	37,5	37,5	37,5
En desac.	6	15,0	15,0	52,5
Ni de ac. ni en desac.	12	30,0	30,0	82,5
De acuerdo	6	15,0	15,0	97,5
Totalm. de acuerdo	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 3

Los costos le permiten ofrecer precios competitivos y accesibles.



Interpretación: Conforme a los resultados que se muestran en la tabla y figura, el 52.5% de las empresas industriales encuestadas, consideran que los costos que tienen las empresas no le permiten ofrecer precios competitivos y accesibles para sus clientes, para el mercado en el que se encuentran, lo que afecta de manera significativa a los resultados de las empresas, solo el 17.5% de las empresas si considera que se cuenta con una estructura de costos que favorece a la empresa para ser competitivos y que los precios sean accesibles a los clientes y un 30% manifiesta que no conoce con precisión sobre los costos dentro de la empresa, por lo que no sabe si son o no favorables.

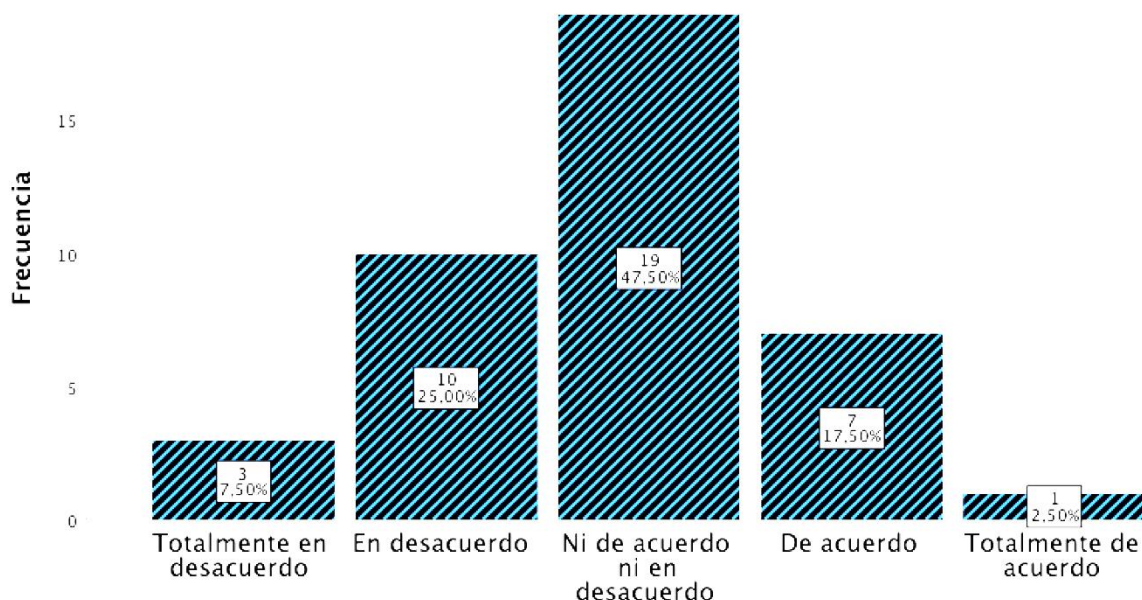
Tabla 4

Se ha logrado ser competitivo en el mercado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porc. válido	Porc. Acum.
Totalm. en desac.	3	7,5	7,5	7,5
En desac.	10	25,0	25,0	32,5
Ni de ac. ni en desac.	19	47,5	47,5	80,0
De acuerdo	7	17,5	17,5	97,5
Totalm. de acuerdo	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 4

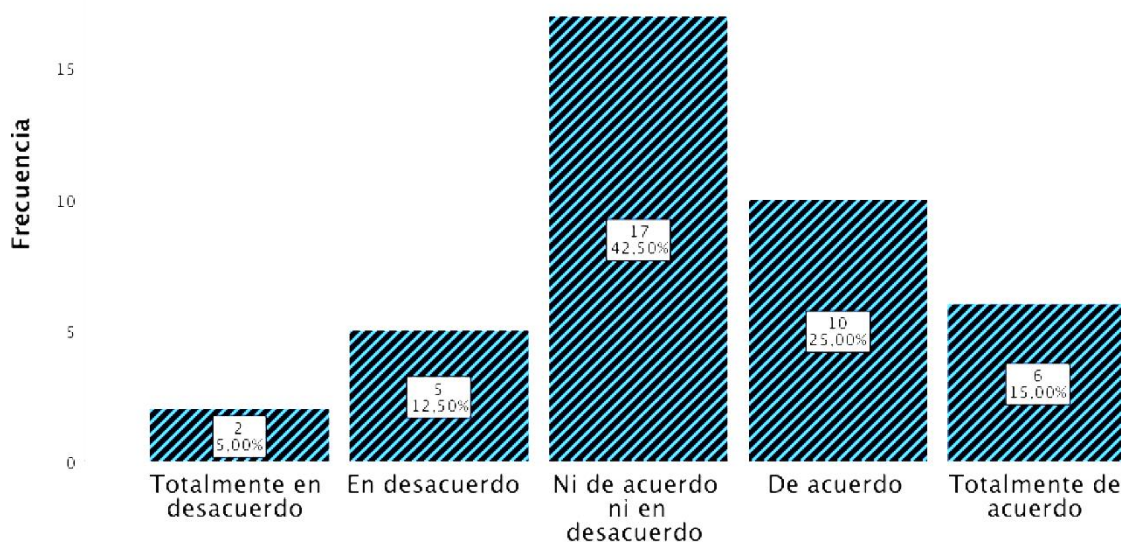
Se ha logrado ser competitivo en el mercado.



Interpretación: Por lo que se ve en la tabla y figura, cerca de la mitad de las empresas encuestadas, es decir el 47.5%, no percibe si la empresa a logrado ser competitivo en el mercado, mientras que el 32.5% de las empresas industriales encuestadas, considera que la empresa no es competitiva en el mercado, por lo que las estrategias empresariales no son las más adecuadas o no se están cumpliendo los objetivos al interior de las empresas, por otra parte, el 20% si considera que las empresas son competitivos en el mercado en el que se desarrollan.

Tabla 5*La empresa está en capacidad de atender a un mercado más amplio.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porc. válido	Porc. Acum.
Totalm. en desac.	2	5,0	5,0	5,0
En desac.	5	12,5	12,5	17,5
Ni de ac. ni en desac.	17	42,5	42,5	60,0
De acuerdo	10	25,0	25,0	85,0
Totalm. de acuerdo	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Figura 5*La empresa está en capacidad de atender a un mercado más amplio.*

Interpretación: De la figura y tabla que se muestra, es relevante resaltar que el 42.7% de las empresas que formaron parte del estudio, tienen un desconocimiento si es que la empresa está o no en capacidad de poder atender a un mercado más amplio, mientras que el 40% de estas empresas si consideran que la empresa que representa tiene la capacidad de poder ampliar su capacidad para poder atender a la demanda del mercado, con el que pueden lograr una expansión y mejorar los resultados de la empresa, mientras que el 17.5% considera que la empresa no tiene la capacidad para lograr una expansión.

Análisis inferencial

Se presenta en esta parte, en primer lugar, el análisis para la determinación de la normalidad o no de los datos de la muestra, con el que se considera el estadístico apropiado para poder realizar la prueba de hipótesis y poder medir el nivel de incidencia entre variables, tal cual corresponden a los objetivos.

Prueba de normalidad

Tabla 6

Prueba de normalidad de las variables

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Presupuesto maestro	,908	40	,003
Estrategias empresariales	,947	40	,058

Interpretación:

Para poder realizar el análisis de la normalidad de los datos, se tomó en consideración a Shapiro, puesto que los elementos, que son parte de la muestra, son 40, menor que 50 elementos, en tal sentido, se aprecia que la significancia de la variable presupuesto maestro es .003, menor al 5% y para la variable estrategias empresariales, se muestra un valor de .058, siendo este mayor al 5%, en consecuencia, se considera al estadístico de Rho de Spearman para poder realizar el análisis inferencial, como corresponde a los objetivos descritos en la investigación.

Incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.

Tabla 7

Incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales

			Presupuesto maestro	Estrategias empresariales
Rho de Spearman	Presupuesto maestro	Coeficiente de correlación	1,000	,672**
		Sig.(bilater_)	.	,000
	Estrategias empresariales	N	40	40
		Coeficiente de correlación	,672**	1,000
		Sig. (bilater_)	,000	.
		N	40	40

**Correl_significativa, nivel ,01 (bilat.).

Interpretación:

Conforme se observa en la tabla, referente al objetivo general, se tiene como resultado, que el p_valor de .000, siendo este inferior al 5%, en tal sentido se puede decir que existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, además, conforme al nivel de correlación o incidencia de Rho de Spearman, el valor es de .672, siendo este una correlación moderada directa, lo que quiere decir que si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrán calcular los costos más cercanos a lo real, con el que se puede lograr un liderazgo en costos, se puede tener un aspecto diferenciador, al tener mejor conocimiento sobre los costos y precios, todo esto en la medida y nivel que se tiene del nivel de correlación.

Incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de liderazgo en costos de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.

Tabla 8

Incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de liderazgo

			Presupuesto maestro	Estrategia de liderazgo
Rho de Spearman	Presupuesto maestro	Coefficiente de correlación	1,000	,710**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Estrategia de liderazgo	Coefficiente de correlación	,710**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

**Correl_significativa, nivel ,01 (bilat.).

Interpretación:

De la tabla, se puede ver que, en lo que se referente al objetivo específico uno, se tiene como resultado, que el p_valor de .000, siendo este inferior al 5%, en tal sentido se puede decir que existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias de liderazgo de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, por otra parte, conforme al nivel de correlación o incidencia de Rho de Spearman, el valor es de .710, siendo este una correlación alta directa, lo que quiere decir que si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrán calcular los costos más cercanos a lo real, con el que se puede lograr un liderazgo en costos, teniendo un control efectivo sobre los costos de materia prima, los costos directos y las gastos indirectos, todo esto en el nivel de incidencia que se tiene.

Incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia diferenciación de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.

Tabla 9

Incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de diferenciación

			Presupuesto maestro	Estrategia diferenciación
Rho de Spearman	Presupuesto maestro	Coefficiente de correlación	1,000	,507**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Estrategia diferenciación	Coefficiente de correlación	,507**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

**Correl_significativa, nivel ,01 (bilat.).

Interpretación:

Según lo que se aprecia en la tabla, en lo que se referente al objetivo específico dos, se tiene como resultado, que el p_valor de .000, siendo este inferior al 5%, en tal sentido se puede decir que existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias de diferenciación de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, por otra parte, conforme al nivel de correlación o incidencia de Rho de Spearman, el valor es de .507, siendo este una correlación moderada directa, lo que quiere decir que, si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrá utilizar la estrategia de diferenciación con mayores elementos de juicio, con mayor calidad del producto, generando una mayor oportunidad de ser innovadores y se puede tener un posicionamiento del mercado.

Incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia enfoque las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.

Tabla 10

Incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de enfoque

			Presupuesto maestro	Estrategia de enfoque
Rho de Spearman	Presupuesto maestro	Coeficiente de correlación	1,000	,435**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	40	40
	Estrategia de enfoque	Coeficiente de correlación	,435**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	40	40

**Correl_significativa, nivel ,01 (bilat.).

Interpretación:

Por otra parte, de la tabla, se observa, referente al objetivo específico tres, se tiene como resultado, que el p_valor de .000, siendo este inferior al 5%, en tal sentido se puede decir que existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias de enfoque de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, por otra parte, conforme al nivel de correlación o incidencia de Rho de Spearman, el valor es de .435, siendo este una correlación moderada directa, lo que quiere decir que, si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrá tener un nivel de satisfacción sobre los productos, en el que la infraestructura sea la más adecuada, todo en relación al nivel de la correlación.

V. DISCUSIÓN

Conforme al objetivo de estudio general, determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, se tuvo como resultado, que el p_valor de .000, siendo este inferior al 5%, por lo que, existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, además, la correlación o incidencia de Rho de Spearman, el valor fue .672, siendo este una correlación moderada directa, lo que quiere decir que si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrán calcular los costos más cercanos a lo real, con el que se puede lograr un liderazgo en costos, se puede tener un aspecto diferenciador, al tener mejor conocimiento sobre los costos y precios, todo esto en la medida y nivel que se tiene del nivel de correlación, este resultado se asemeja al de Huaraca (2019), estudio en el que se enfocó en el presupuesto maestro y como es que éste influye con las estrategias empresariales, como es principalmente las financieras, empresas del sector manufactura, Comas, 2018. El tipo fue aplicado, con un nivel explicativo-descriptivo, en el que la muestra fue 43 trabajadores, todos ellos relacionados con su labor a la variable del estudio, el cuestionario fue el instrumento utilizado para poder levantar la información, con validez aplicable, y el Chi-cuadrado como estadígrafo apropiado. Resultado: significación = 0,000, con un valor de la correlación positiva importante. Se concluye, las variables se relacionan entre sí, por tanto, al tener establecido la elaboración del presupuesto maestro las estrategias empresariales, como son las financieras entre otros, tienen resultados favorables, con mayores índices de rentabilidad para la organización, además, se puede contrastar con la teoría sobre presupuesto maestro que sustenta Vargas & Zavaleta (2020), donde se considera como una herramienta para poder analizar la situación económica fi-

nanciera en el corto y mediano plazo, va de la mano con el plan operativo y estratégico que contiene elementos económicos, es también una estimación en términos monetarios ayuda a pronosticar el futuro de una organización, donde fundamentalmente se muestra la ganancia estimada, por lo que se debe de incluir todos elementos relacionados con ingresos y gastos.

En lo que se refiere al objetivo uno, de la parte específica, determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de liderazgo en costos de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, el resultado fue, que el p_valor de .000, siendo este inferior al 5%, por tanto, existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias de liderazgo de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, por otra parte, conforme al nivel de correlación o incidencia de Rho de Spearman, el valor es de .710, siendo este una correlación alta directa, lo que quiere decir que si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrán calcular los costos más cercanos a lo real, con el que se puede lograr un liderazgo en costos, teniendo un control efectivo sobre los costos de materia prima, los costos directos y las gastos indirectos, todo esto en el nivel de incidencia que se tiene, este resultado se corrobora con el estudio de Gonzalo & De la Cruz, (2021), estudio en el que muestra como el presupuesto maestro se relaciona con la rentabilidad financiera, sector construcción, Huancayo, 2019. Estudio cuantitativo, del propósito del estudio se desprende que es tipo aplicado, correlacional como nivel, fueron 12 empresas del sector construcción que formaron la población de Huancayo, se aplicó el cuestionario para el levantamiento de la información, los que fueron validados por expertos, con un Alfa de Cronbach, =0,973 y 0,979 para las dos variables. Se tiene que el “r” fue 0,982, como resultado del estudio y el p menor que 0.00. De lo que se concluye, la relación es positiva entre el presupuesto maestro con la rentabilidad, puesto que, al tener un mayor control de los costos, siendo líder en la gestión de los costos, por lo que es necesario su aplicación, el mismo que contribuirá a la empresa a poder mejorar la economía, al tener el control sobre los costos, gastos e ingresos, también, se corrobora la base teórica de López-Zapata et al., (2019),

quien considera que el liderazgo en costos, es aquella estrategia en la que la empresa se centra en elaborar un producto considerando los valores mínimos, los más bajos del mercado, en comparación a su competencia, es el que más bajo se tiene sobre el valor de venta, por lo que el presupuesto maestro ayuda a identificar los costos antes de ejecutar, lo que permite tener un mayor análisis sobre el mismo.

Referente al objetivo dos, en la parte específica, determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia diferenciación de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, se tiene como resultado, que el p_valor de .000, siendo este inferior al 5%, por tanto, existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias de diferenciación de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, por otra parte, conforme al nivel de correlación o incidencia de Rho de Spearman, el valor es de .507, siendo este una correlación moderada directa, lo que quiere decir que, si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrá utilizar la estrategia de diferenciación con mayores elementos de juicio, con mayor calidad del producto, generando una mayor oportunidad de ser innovadores y se puede tener un posicionamiento del mercado, resultado que se ve relacionado con lo investigado por Duardo-Ruiz et al., (2022), en el que se resolvió sobre el diseño de procesos en la elaboración del presupuesto flexible, caso empresa del sector pecuario. Se realizó una metodología pro positiva, por la que busca el objetivo, de análisis de documentos, la entrevista, la muestra, los administradores y responsables del área contable financiera. Resultados muestran datos importantes, los que se realizó por medio del instrumento de tipo Cobb - Douglas, puesto que genera información que es relevante para poder ser más competitivo en el mercado, tener un aspecto diferenciador, por lo que, con todo lo propuesto se desarrolló el proceso para la implementación de un presupuesto flexible. Se concluye, la elaboración e implementación de un presupuesto, ayuda a la empresa a tener un plan sobre los costos, lo que le permita ser más competitivo y tener un aspecto que se diferencia de las demás empresas en el mercado, en lo que respecta a la base teórica, se puede corroborar, según

Franco-Yoza et al. (2022), quienes consideran que referente a la estrategia de diferenciación, es la que tiene en el mercado en el que compite una diferencia sobre sus demás competidores, que por lo general es lo que se encuentra a la vanguardia, en el que destaca de manera significativa, dado que al tener un presupuesto sobre lo que se necesita para poder crecer, entonces se puede mejorar las estrategias por diferenciación.

Finalmente, sobre el objetivo tres, de lo específico, determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia enfoque las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, se tiene como resultado, que el p -valor de .000, siendo este inferior al 5%, por lo que, existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias de enfoque de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, por otra parte, conforme al nivel de correlación o incidencia de Rho de Spearman, el valor es de .435, siendo este una correlación moderada directa, lo que quiere decir que, si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrá tener un nivel de satisfacción sobre los productos, en el que la infraestructura sea la más adecuada, todo en relación al nivel de la correlación, este resultado se corrobora con lo expuesto por Álvarez et al. (2016), quienes realizaron su estudio sobre presupuesto maestro y la incidencia sobre la planeación financiera, empresa comercial en San Isidro, estudio sobre la base de tipo descriptiva, de análisis de informes financieros contables, en el que se pudo encontrar como resultados, se tiene un crecimiento en el mercado no esperado, el enfoque no está siendo el apropiado, puesto que no se tiene una planificación sobre las partes fundamentales en la empresa, por lo que no se pueden establecer metas, tomar decisiones que corresponda a la realidad de la empresa, no se puede considerar con mayor criterio la inversión en la empresa, se concluye que el presupuesto maestro es una parte fundamental para el plan financiero, con el que se tomarán decisiones más convenientes para la empresa, por otra parte, se contrasta el resultado con la teoría de acuerdo con Kathiusca & Alarcón (2021) sobre, la estrategia de enfoque, es una estrategia que muchas empresas utilizan, puesto que busca cubrir una necesidad dentro del contexto, es decir que se orienta hacia

un determinado sector de mercado, en el que no hay competencia, o mejor dicho donde los clientes tienen una insatisfecha necesidad por cubrir, en tal sentido, al tener un presupuesto integral en que se tenga los ingresos y salidas proyectadas de nuevos mercados, el margen de error será menor.

VI. CONCLUSIONES

PRIMERO. Se llega a concluir: existe incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023, con una correlación moderada directa, ya que el p_valor fue .000, inferior al 5%, además, la incidencia respecto a Rho de Spearman, el valor fue 0.672, es decir, si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrán calcular los costos más cercanos a lo real.

SEGUNDO. Se pudo concluir: existe incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de liderazgo en costos de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023, con una correlación alta directa, ya que el p_valor fue .000, inferior al 5%, además, la incidencia respecto a Rho de Spearman, el valor fue 0.710, es decir, si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros, se tendrá una estrategia de liderazgo en costos más efectivas, se podrán calcular los costos más cercanos a lo real, teniendo un control efectivo sobre los costos de materia prima, los costos directos y los gastos indirectos, todo esto en el nivel de incidencia que se tiene.

TERCERO. Se concluye: existe incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de diferenciación de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023, con una correlación moderada directa, ya que el p_valor fue .000, inferior al 5%, además, la incidencia respecto a Rho de Spearman, el valor fue 0.507, es decir, si las empresas manejan de manera correcta el presupuesto maestro, considerando los presupuestos de operación, como el de ventas, compras, producción, financiero, el flujo de caja y estados financieros proforma, se tendrán estrategia de diferenciación con mayores elementos de juicio, con mayor calidad del producto, generando una mayor oportunidad de ser innovadores y se puede tener un posicionamiento del mercado, en el nivel de la correlación.

CUARTO. Se puede concluir: existe incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia de enfoque de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023, con una correlación moderada directa, ya que el p_valor fue .000, inferior al 5%, además, la incidencia respecto a Rho de Spearman, el valor fue 0.435, es decir, si las empresas manejan de manera eficiente el presupuesto maestro, en el que se consideran los presupuestos de operación, es decir el de ventas, compras, producción, entre otros y el presupuesto financiero, es decir el flujo de caja y estados financieros proforma, como consecuencia, se tendrán estrategias empresariales más efectivas, se podrá tener un nivel de satisfacción sobre los productos, en el que la infraestructura sea la más adecuada, todo en relación al nivel de la correlación.

VII. RECOMENDACIONES

7.1. Se recomienda a los gerentes o administradores de las empresas del sector industrial de Huamanga, Ayacucho, contar con un área contable financiera que cuente con personal capacitado para poder elaborar el presupuesto maestro, teniendo en consideración, los presupuestos de ventas, producción, gastos, flujo de caja y terminando en los estados financieros proforma, para poder gestionar y controlar los recursos de la empresa.

7.2. Se recomienda a los responsables del área financiera contable, elaborar un sistema de costos para poder terminar con mayor precisión los costos de producción, tomando en consideración todos los elementos que lo componen, con el que se puede negociar con los proveedores, para poder hacer de las empresas un factor clave de competencia, siendo este un elemento diferenciador de los principales competidores en el que se desarrolla.

7.3. Se recomienda a los responsables del área administrativa, comunicaciones contables financiero, desarrollar un plan de atención al cliente, para mejorar el servicio que se les brinda a los clientes, desarrollar ideas de nuevos productos que permita a la empresa ser competitivo en el mercado y estar bien posicionados ante los clientes y la competencia.

7.3. Se recomienda a los responsables del área administrativa y financiera, de las empresas del sector industrial de Huamanga, Ayacucho, establecer metas, claras y realistas, como por ejemplo mejorar el nivel de satisfacción ante los clientes, con el que se pueda trabajar y tener mejores resultados en la empresa.

REFERENCIAS

- Alaña, T., Crespo, M., & Gonzaga, S. (2018). ¿Cómo las estrategias empresariales permiten una ventaja competitiva en las micro, pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro?. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 257-262. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200257&lng=es&tlng=es.
- Alva, Edgar. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, 158(2), 76-90. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842017000200005&lng=es&tlng=es.
- Álvarez, A., Gonzáles, S., Shapiani, K. (2016). El presupuesto maestro y su incidencia en la planeación financiera en la empresa “Comercial Skp S.A.C” en el distrito de San Isidro. [Tesis de pre grado, Universidad de Ciencias y Humanidades]. <http://repositorio.uch.edu.pe/handle/uch/76>
- Arias Gonzales, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. Enfoques Consulting EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2238>
- Arias Gonzáles, J. y Covinos Gallardo, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. Enfoques Consulting EIRL. ISBN: 978-612-48444-2-3 <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Bacuelima, S. & Pillacela, P. (2017). Presupuesto maestro para la Empresa Compaque Cia. Ltda. para el año 2017. [Tesis de pre grado, Universidad de Cuenca, Ecuador]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/28634>
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F. y Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263153520009>

- Caycho-Rodríguez, Tomás. (2017). Intervalos de Confianza para el coeficiente alfa de Cronbach: aportes a la investigación pediátrica. *Acta pediátrica de México*, 38(4), 291-292. <https://doi.org/10.18233/apm38no4pp291-2941440>
- Diestra, M. & Huarcaya, G. (2019). Presupuesto maestro y la rentabilidad en la empresa de seguridad ISEG Perú S.A.C., períodos 2016-2017. [Tesis de pre grado, Universidad Nacional del Callao]. <http://hdl.handle.net/20.500.12952/4245>
- Duardo, Y., O'farrill, I., & Molina, S. (2022). Diseño de un procedimiento para la elaboración de un presupuesto flexible en la Empresa Pecuaria Genética Los Naranjos. *Cofin Habana*, 16(2), e8. Epub 01 de julio de 2022. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612022000200008&lng=es&tlng=es.
- Durán-Vargas, Emerson Leonardo (2011). Presupuestación bajo incertidumbre. *Cuadernos de Contabilidad*, 12 (30), 309-326. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v12n30/v12n30a12.pdf>
- Feria, Matilla & Mantecón (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica y educación*. 11(3), 62–79. ISSN 2224-2643.
- Franco Yoza, J. A., Macías-Pillasagua, S. R., & Lucas Pincay, G. B. (2022). Estrategias de diferenciación como herramienta para el crecimiento empresarial de la asociación de comerciantes Bahía 3 de diciembre del cantón Puerto López. *Dominio De Las Ciencias*, 8(3), 2387–2400. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i3.3007>
- García, G. (2018). *Casos de investigación. Una práctica empresarial*. (1°ed). Colombia: ESIC
- Gómez, A., Pascual, S. & Vasconzuelo, L. (2018). El presupuesto maestro y su influencia en la toma de decisiones de la Empresa Laboratorio Gastronómico SAC en el Distrito de Miraflores en el año 2017. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/326>
- Gonzalo, A. & De la Cruz, M. (2021). Presupuesto Maestro y Rentabilidad Financiera de las empresas constructoras del Distrito de Huancayo – 2019.

[Tesis pre grado, Universidad Peruana Los Andes].
<https://hdl.handle.net/20.500.12848/2699>

Gutiérrez Ponce, Herenia, Chamizo González, Julián, & Cano Montero, Elisa Isabel. (2018). Estabilidad presupuestaria, financiamiento y responsabilidad social en los municipios españoles. *Contaduría y administración*, 63(3)<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1419>

Hernández & Mendoza (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill, México.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Huaraca, G. (2019). Presupuesto maestro y su influencia en estrategias financieras de empresas manufactureras de moldes de suelas de zapato, distrito Comas 2018. [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo, Perú].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/47523>

Kathiusca Loor, Karen, & Alarcón Barcia, Laura Andrea. (2021). Estrategias metodológicas creativas para potenciar los Estilos de Aprendizaje. *Revista San Gregorio*, 1(48), 1-14. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i48.1>

Mias, C. (2018). Metodología de investigación Estadística Aplicada e instrumentos en Neuropsicología. 1a ed. - Córdoba: Encuentro Grupo Editor, Archivo Digital: online ISBN 978-987-4078-98-8

Moscoso, Miguel G, Villarreal-Zegarra, David, Castillo, Ronald, Bellido-Boza, Luciana, & Mezones-Holguín, Edward. (2019). Validez y confiabilidad de la escala de satisfacción de los usuarios de consulta médica ambulatoria en Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica*, 36(2), 167-177. <https://dx.doi.org/10.17843/rpmesp.2019.362.4621>

Ñaupas, P., Valdivia, M., Palacios, J. & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Ediciones de la U. Colombia. ISBN. 978-958-762-876-0.

Laitón Ángel, Sandra Yadira, & López Lozano, Juanita. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras en pymes: estudio para América Latina.

- Leydesdorff, L., Ràfols, I., & Milojević, S. (2020). Bridging the divide between qualitative and quantitative science studies. *Quantitative Science Studies*, 1(3), 918–926. https://doi.org/10.1162/qss_e_00061
- López-Zapata, Esteban, López-Moros, Gloria P., & Agudelo-Muñoz, Sabrina M.. (2019). Relación entre Estrategias Competitivas y Tipos de Aprendizaje Organizativo en Empresas Colombianas. *Información tecnológica*, 30(5), 191-202. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500191>
- Parra, J. & La Madriz, J. (2017). Presupuesto como instrumento de control financiero en pequeñas empresas de estructura familiar. *Revista Negotium*. 38(13) 33-48. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78253678003.pdf>
- Peñaloza-Vassallo, K, Gutiérrez-Aguado, A, & Prado-Fernández, M. (2017). Evaluaciones de diseño y ejecución presupuestal, un instrumento del presupuesto por resultados: algunas experiencias aplicadas en salud. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica*, 34(3), 521-527. <https://dx.doi.org/10.17843/rpmesp.2017.343.3074>
- Prieto Castellanos, B. J. (2018). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de contabilidad*, 18(46). <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc18-46.umdi>
- Robles Pastor, B. (2018). Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken. *Pueblo Continente*, 29(1), 193–197. <http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/991>
- Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). Manual de Términos en Investigación. Primera Edición, Bussiness Support Aneth S.R.L. ISBN N° 978-612-47351-4-1. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Serrato Guana, Andrés David. (2019). Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión

de las pymes en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (46), 161-186.
<https://doi.org/10.14482/pege.46.3580>

Vargas, J. y Zavaleta, W. (2020). La gestión del presupuesto por resultados y la calidad del gasto en gobiernos locales. *Revista Científica Visión de Futuro*, 24(2), 36-54. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2020.24.02.002.es>

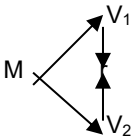
ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Presupuesto maestro	Se considera una herramienta para poder analizar la situación económica financiera en el corto y mediano plazo, va de la mano con el plan operativo y estratégico que contiene elementos económicos, es también una estimación en términos monetarios ayuda a pronosticar el futuro de una organización, donde fundamentalmente se muestra la ganancia estimada, por lo que se debe de incluir todos elementos relacionados con ingresos y gastos (Vargas & Zavaleta, 2020).	La variable presupuesto maestro y las dimensiones que le corresponden, fueron medidas y analizadas, por medio de un cuestionario con una escala de Likert desde nunca (1) hasta siempre (5), como última alternativa, luego se analizó los resultados para terminar con las conclusiones del estudio.	Presupuesto de operación	Presupuesto de ventas Presupuesto de producción Presupuesto de consumo y compra de materiales directos Presupuesto de costo de mano de obra directa Presupuesto de costos indirectos de fabricación Presupuesto de inventario final Presupuesto de costo de ventas Presupuesto de gasto de administración y ventas	Ordinal
			Presupuesto Financiero	Estado de Resultados proyectados Estado de Situación Financiera proyectado Presupuesto de caja	
Estrategia Empresarial	Es el conjunto de actividades, programas y operaciones planificadas por una organización con la finalidad de poder tener una ventaja competitiva, por medio de recursos de tecnología, personal, materiales e infraestructura, los que ayudan a tener una ventaja competitiva en el mercado. Estos pueden ser: el liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque (Alaña et al., 2018).	La variable estrategia empresarial y las dimensiones que le corresponden, fueron medidas y analizadas, por medio de un cuestionario con una escala de Likert desde nunca (1) hasta siempre (5), como última alternativa, luego se analizó los resultados para terminar con las conclusiones del estudio.	Liderazgo en costos	Costos para precios competitivos Estudio de la competencia Captar la atención por el liderazgo en costos	Ordinal
			Diferenciación	Calidad del servicio y producto Innovación de productos Competitivo en el mercado Posicionamiento en el mercado	
			Enfoque	Atención a mercado objetivo Nivel de satisfacción Infraestructura apropiada	

Anexo 2: Matriz de consistencia

Título: “Presupuesto maestro como herramienta administrativa y su incidencia en las estrategias empresariales en empresas del sector industrial, Huamanga - Ayacucho, 2023”

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos									
<p>Problema general: ¿Cómo incide el presupuesto maestro en las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cómo incide el presupuesto maestro en la estrategia liderazgo en costos, de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023? ¿Cómo incide el presupuesto maestro en la estrategia diferenciación, de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023? ¿Cómo incide el presupuesto maestro en la estrategia enfoque, de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia liderazgo en costos de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023. Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia diferenciación de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023. Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre la estrategia enfoque de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.</p>	<p>Hipótesis general: Existe incidencia significativa entre el presupuesto maestro y las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.</p> <p>Hipótesis específicas: Existe incidencia significativa entre el presupuesto maestro y la estrategia liderazgo en costos de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023. Existe incidencia significativa entre el presupuesto maestro y la estrategia diferenciación de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023. Existe incidencia significativa entre el presupuesto maestro y la estrategia enfoque de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023.</p>	<p>Técnica Encuesta</p>									
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones										
<p>Diseño de investigación. no experimental de corte transaccional</p>  <p>Donde: M = Muestra V1= Presupuesto maestro V2= Estrategias empresariales i = Incidencia entre variables</p>	<p>Población Para el estudio, se considera como población a las empresas del sector industrial de la ciudad de Huamanga, 456, según el portal de la SUNAT.</p> <p>Muestra: La muestra es de 40 empresas industriales de Huamanga, a quienes se les aplicará el instrumento de recolección de datos,</p> <p>Muestreo: No probabilístico por conveniencias, puesto que por factor económico tiempo, se determinó el número razonable para realizar el estudio. .</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variables</th> <th>Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Presupuesto maestro</td> <td>Presupuesto de operación</td> </tr> <tr> <td>Presupuesto Financiero</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Estrategias empresariales</td> <td>Liderazgo en costos</td> </tr> <tr> <td>Diferenciación</td> </tr> <tr> <td>Enfoque</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Presupuesto maestro	Presupuesto de operación	Presupuesto Financiero	Estrategias empresariales	Liderazgo en costos	Diferenciación	Enfoque	<p>Instrumentos Cuestionario</p>
Variables	Dimensiones											
Presupuesto maestro	Presupuesto de operación											
	Presupuesto Financiero											
Estrategias empresariales	Liderazgo en costos											
	Diferenciación											
	Enfoque											

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario de la variable Presupuesto maestro

Estimado(a) participante, la presente investigación, tiene como propósito: Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023, como también realizar una descripción de la variable presupuesto maestro en las empresas, por lo que se le pide que pueda contestar el cuestionario con toda libertad y con la mayor veracidad posible, el cuestionario le tomará uno diez minutos aproximadamente.

Agradecemos su gentil colaboración.

Acepto participar voluntariamente en el estudio: Si () No ()

Alternativas a las preguntas del cuestionario:

- [1] Totalmente en desacuerdo
- [2] En desacuerdo
- [3] Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- [4] De acuerdo
- [5] Totalmente de acuerdo

Nº	Presupuesto de operación	1	2	3	4	5
1	El presupuesto de ventas proyecta la futura demanda a ser cubierta limitándose a la capacidad instalada de la empresa					
2	El presupuesto de producción es la base de determinación de costos y gastos necesarios para cubrir la demanda estimada.					
3	El presupuesto de compra de materiales directos asegura la disponibilidad de los mismos para garantizar la producción.					
4	El presupuesto de mano de obra directa estima el esfuerzo requerido del capital humano involucrado en el proceso de producción.					

5	El presupuesto de gastos indirectos de fabricación a través de tasas es asignado como costos de producción					
6	El presupuesto de costo de ventas muestra la actividad fabril en términos monetarios					
7	Los gastos operativos no forman parte del costo del producto.					
8	El presupuesto de otros ingresos y gastos son los que por su naturaleza no forman parte del presupuesto económico.					
Nº	Presupuesto Financiero	1	2	3	4	5
9	La planificación de reposición de activos fijo, ampliaciones y mejoras son comprendidas en el presupuesto de capital o de inversiones.					
10	La ganancia o pérdida del ejercicio determinado a base del presupuesto se presenta en el estado de resultados proyectados.					
11	El efecto de las operaciones planeadas sobre la situación financiera de la misma es presentado en el estado de situación financiera.					
12	Los ingresos, desembolsos de efectivo y necesidades de financiamiento se calculan en el presupuesto de caja.					

Cuestionario de la variable Estrategias empresariales

Estimado(a) participante, la presente investigación, tiene como propósito: Determinar la incidencia del presupuesto maestro sobre las estrategias empresariales de las empresas del sector industrial, Huamanga – Ayacucho, 2023, como también realizar una descripción de la variable presupuesto maestro en las empresas, por lo que se le pide que pueda contestar el cuestionario con toda libertad y con la mayor veracidad posible, el cuestionario le tomará uno diez minutos aproximadamente.

Agradecemos su gentil colaboración.

Acepto participar voluntariamente en el estudio: Si () No ()

Alternativas a las preguntas del cuestionario:

[1] Totalmente en desacuerdo

[2] En desacuerdo

[3] Ni de acuerdo ni en desacuerdo

[4] De acuerdo

[5] Totalmente de acuerdo

Nº	Liderazgo en costos	1	2	3	4	5
1	Los costes le permiten ofrecer servicios a precios competitivos y accesibles.					
2	Los precios que establece a sus productos están en relación a la competencia.					
3	La competencia lo ha obligado a implementar estrategias para sobresalir para mejorar sus productos.					
4	La participación de mercado que posee le permite mantener una posición de liderazgo frente a otras empresas de su rubro.					
5	Ha logrado captar la atención de los clientes a través de su liderazgo en costes que llevan a fijar precios bajos.					
Nº	Diferenciación	1	2	3	4	5
6	La atención al cliente que brinda es de calidad.					

7	El servicio pre y post venta que brinda cumple con las expectativas de los clientes.					
8	El servicio al cliente puede catalogarse como la diferenciación de su negocio.					
9	Tiene una cultura de innovación de manera permanente en sus productos y servicios					
10	Ante alguna sugerencia o reclamo del cliente se atiende de manera oportuna.					
11	Se ha logrado ser competitivo en el mercado.					
12	Su negocio posee una diferenciación que lo hace ser preferido por los clientes.					
13	La diferenciación es un factor que permite a todo negocio mejorar su posicionamiento.					
Nº	Enfoque	1	2	3	4	5
14	La empresa está en capacidad de atender a un mercado más amplio.					
15	La capacidad de atención de su empresa lo lleva a enfocarse en un segmento.					
16	El abastecer a un segmento específico permite atender con mayor nivel de satisfacción a los clientes.					
17	La infraestructura que posee su negocio lo obliga a enfocarse en un segmento y no en un mercado total.					

Captar la atención por el liderazgo en costos	¿La participación de mercado que posee le permite mantener una posición de liderazgo frente a otras empresas de su rubro?	4	4	4	
	¿Ha logrado captar la atención de los clientes a través de su liderazgo en costos que llevan a fijar precios bajos?	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Diferenciación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel que tiene la empresa sobre la diferenciación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs/Rec
Calidad del servicio y producto	¿La atención al cliente que brinda es de calidad?	4	4	4	
	¿El servicio pre y post venta que brinda cumple con las expectativas de los clientes?	3	4	4	
Innovación de productos	¿El servicio al cliente puede catalogarse como la diferenciación de su negocio?	4	4	4	
Competitivo en el mercado	¿Tiene una cultura de innovación de manera permanente en sus productos y servicios?	4	4	4	
	¿Ante alguna sugerencia o reclamo del cliente se atiende de manera oportuna.	4	4	4	
	¿Se ha logrado ser competitivo en el mercado?	4	4	4	
	¿Su negocio posee una diferenciación que lo hace ser preferido por los clientes?	4	4	3	
	¿La diferenciación es un factor que permite a todo negocio mejorar su posicionamiento?	4	4	4	

- Quinta dimensión: Enfoque
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel que tiene la empresa sobre el enfoque

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs/Rec
Atención a mercado objetivo	¿La empresa está en capacidad de atender a un mercado más amplio?	4	4	3	
Nivel de satisfacción	¿La capacidad de atención de su empresa lo lleva a enfocarse en un segmento?	4	4	4	
Infraestructura apropiada	El abastecer a un segmento específico permite atender con mayor nivel de satisfacción a los clientes.	4	4	4	
	La infraestructura que posee su negocio lo obliga a enfocarse en un segmento y no en un mercado total.	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mtro. Manuel Amasifuén Reategui

Especialidad del evaluador: Tributación, Contabilidad y Metodología de IC

29 de junio de 2023



Firma del evaluador
DNI 45295390

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Presupuesto maestro como herramienta administrativa y su incidencia en las estrategias empresariales en empresas del sector industrial, Huamanga - Ayacucho, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer contable. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre y apellidos:	Ayly Salas Sánchez
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social (<input checked="" type="checkbox"/>) Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Presupuesto y Planeamiento de los sectores públicos y privados
Institución donde labora:	Universidad Nacional de San Martín
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)
Experiencia en Investigación /Temática (si corresponde)	Docente de talleres de tesis. Asesor de tesis
Código Orcid	0000-0002-6931-6199

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario de la variable de presupuesto maestro y estrategia empresarial
Autor(es):	Almeida Rojas, Yelsin Marco; Flor Medina, Jhossely Danitza
Procedencia:	Universidad César Vallejo
Administración:	De manera directa
Tiempo de aplicación:	10 O 15 min.
Ámbito de aplicación:	Sector empresarial
Significación:	La escala de tipo Likert, compuesta por 5 dimensiones y 29 ítems, cuyo objetivo es describir las variables y determinar la incidencia/relación/efecto entre var1 y la var2

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Likert	Presupuesto de operación	Es una herramienta para poder facilitar el tomar algún tipo de decisión sobre temas financieros dentro de una organización dentro del corto plazo, para poder cubrir las necesidades de las actividades que se realiza en forma regular (Peñaloza-Vassallo et al., 2017).
	Presupuesto financiero	Se considera un aspecto técnico muy importante para las empresas, ya que toma en cuenta los recursos con el que cuenta la empresa para un periodo determinado, pudiendo ser de mediano y largo plazo (Gutiérrez-Ponce et al., 2018)
	Liderazgo en costos	Se considera a aquella estrategia en la que la empresa se centra en elaborar un producto considerando los valores mínimos, los más bajos del mercado, en comparación a su competencia, es el que más bajo se tiene sobre el valor de venta. (López-Zapata et al., 2019)

Captar la atención por el liderazgo en costos	¿La participación de mercado que posee le permite mantener una posición de liderazgo frente a otras empresas de su rubro?	4	4	4	
	¿Ha logrado captar la atención de los clientes a través de su liderazgo en costos que llevan a fijar precios bajos?	4	4	3	

- Cuarta dimensión: Diferenciación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel que tiene la empresa sobre la diferenciación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs/Rec
Calidad del servicio y producto	¿La atención al cliente que brinda es de calidad?	4	4	3	
Innovación de productos	¿El servicio pre y post venta que brinda cumple con las expectativas de los clientes?	4	4	4	
Competitivo en el mercado	¿El servicio al cliente puede catalogarse como la diferenciación de su negocio?	4	4	4	
Posicionamiento en el mercado	¿Tiene una cultura de innovación de manera permanente en sus productos y servicios?	4	4	4	
	¿Ante alguna sugerencia o reclamo del cliente se atiende de manera oportuna.	4	4	4	
	¿Se ha logrado ser competitivo en el mercado?	4	4	4	
	¿Su negocio posee una diferenciación que lo hace ser preferido por los clientes?	4	4	4	
	¿La diferenciación es un factor que permite a todo negocio mejorar su posicionamiento?	4	4	4	

- Quinta dimensión: Enfoque
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel que tiene la empresa sobre el enfoque

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs/Rec
Atención a mercado objetivo	¿La empresa está en capacidad de atender a un mercado más amplio?	4	4	4	
Nivel de satisfacción	¿La capacidad de atención de su empresa lo lleva a enfocarse en un segmento?	4	4	4	
Infraestructura apropiada	El abastecer a un segmento específico permite atender con mayor nivel de satisfacción a los clientes.	4	4	4	
	La infraestructura que posee su negocio lo obliga a enfocarse en un segmento y no en un mercado total.	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mira, Ayly Salas Sánchez

Especialidad del evaluador: Presupuesto y Planeamiento de los sectores públicos y privados

28 de junio de 2023

Firma del evaluador
DNI 01159822

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Presupuesto maestro como herramienta administrativa y su incidencia en las estrategias empresariales en empresas del sector industrial, Huamanga - Ayacucho, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer contable. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre y apellidos:	Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz
Grado profesional:	Maestría () Doctor (X)
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Finanzas, Contabilidad y Metrolingüa de IC
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación /Temática (si corresponde)	Publicación de artículos científicos en revistas

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario de la variable de presupuesto maestro y estrategia empresarial
Autor(es):	Almeida Rojas, Yelsin Marco; Flor Medina, Jhossely Danitza
Procedencia:	Universidad César Vallejo
Administración:	De manera directa
Tiempo de aplicación:	10 O 15 min.
Ámbito de aplicación:	Sector empresarial
Significación:	La escala de tipo Likert, compuesta por 5 dimensiones y 29 ítems, cuyo objetivo es describir las variables y determinar la incidencia/relación/efecto entre var1 y la var2

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Likert	Presupuesto de operación	Es una herramienta para poder facilitar el tomar algún tipo de decisión sobre temas financieros dentro de una organización dentro del corto plazo, para poder cubrir las necesidades de las actividades que se realiza en forma regular (Peñaloza-Vassallo et al., 2017).
	Presupuesto financiero	Se considera un aspecto técnico muy importante para las empresas, ya que toma en cuenta los recursos con el que cuenta la empresa para un periodo determinado, pudiendo ser de mediano y largo plazo (Gutiérrez-Ponce et al., 2018)
	Liderazgo en costos	Se considera a aquella estrategia en la que la empresa se centra en elaborar un producto considerando los valores mínimos, los más bajos del mercado, en comparación a su competencia, es el que más bajo se tiene sobre el valor de venta. (López-Zapata et al., 2019)

Captar la atención por el liderazgo en costos	¿La participación de mercado que posee le permite mantener una posición de liderazgo frente a otras empresas de su rubro?	4	4	4	
	¿Ha logrado captar la atención de los clientes a través de su liderazgo en costos que llevan a fijar precios bajos?	4	4	3	

- Cuarta dimensión: Diferenciación
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel que tiene la empresa sobre la diferenciación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs/Rec
Calidad del servicio y producto Innovación de productos Competitivo en el mercado Posicionamiento en el mercado	¿La atención al cliente que brinda es de calidad?	3	4	4	
	¿El servicio pre y post venta que brinda cumple con las expectativas de los clientes?	4	4	4	
	¿El servicio al cliente puede catalogarse como la diferenciación de su negocio?	4	4	3	
	¿Tiene una cultura de innovación de manera permanente en sus productos y servicios?	4	4	4	
	¿Ante alguna sugerencia o reclamo del cliente se atiende de manera oportuna.	4	4	4	
	¿Se ha logrado ser competitivo en el mercado?	4	4	4	
	¿Su negocio posee una diferenciación que lo hace ser preferido por los clientes?	4	4	4	
	¿La diferenciación es un factor que permite a todo negocio mejorar su posicionamiento?	4	4	4	

- Quinta dimensión: Enfoque
- Objetivos de la Dimensión: Mide el nivel que tiene la empresa sobre el enfoque

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Obs/Rec
Atención a mercado objetivo Nivel de satisfacción	¿La empresa está en capacidad de atender a un mercado más amplio?	4	4	4	
	¿La capacidad de atención de su empresa lo lleva a enfocarse en un segmento?	4	4	4	
Infraestructura apropiada	El abastecer a un segmento específico permite atender con mayor nivel de satisfacción a los clientes.	4	4	4	
	La infraestructura que posee su negocio lo obliga a enfocarse en un segmento y no en un mercado total.	4	4	3	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. Avelino Sebastián Villafuerte de la Cruz

Especialidad del evaluador: Finanzas, Contabilidad y Metodología de IC

30 de junio de 2023



Firma del evaluador
DNI 25729654

Anexo 5: Confiabilidad de las variables

Fiabilidad

[ConjuntoDatos27]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,806	12

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
p1	35,95	58,613	-,216	,844
p2	35,48	47,589	,535	,785
p3	37,00	53,333	,141	,817
p4	35,10	47,272	,840	,771
p5	35,23	53,820	,227	,808
p6	35,38	45,420	,543	,783
p7	35,20	45,600	,479	,791
p8	35,40	48,862	,291	,811
p9	36,50	41,641	,820	,753
p10	35,95	45,536	,560	,781
p11	36,23	44,948	,705	,769
p12	36,43	44,815	,697	,769

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,911	17

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
p.1	47,60	113,785	,667	,903
p.2	47,53	115,692	,769	,901
p.3	46,75	117,064	,564	,907
p.4	47,18	113,533	,782	,900
p.5	46,32	114,943	,623	,905
p.6	46,63	124,958	,281	,914
p.7	46,35	121,721	,430	,910
p.8	47,38	113,676	,756	,901
p.9	47,25	116,705	,677	,903
p.10	47,28	115,128	,731	,902
p.11	47,07	122,225	,466	,909
p.12	45,98	126,076	,264	,914
p.13	46,32	114,943	,623	,905
p.14	46,57	121,943	,402	,911
p.15	47,07	122,225	,466	,909
p.16	47,60	113,785	,667	,903
p.17	47,53	115,692	,769	,901

Anexo 6: Trabajo de campo

