



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Competencias Gerenciales y la relación con el Crecimiento
Empresarial en la empresa CAM del Perú SAC, 2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

AUTOR:

Atusparia Jamanca, Oscar Fernando. (ORCID: 0000-0002-6746-928X)

ASESOR:

Dr. Bustamante Cabello, Julio Cesar. (ORCID: 0000-0002-8717-4411)

LINEA DE INVESTIGACION:

Gestión de Organizaciones

Huaraz - Perú

2020

Dedicatoria

A mi familia, en especial a mis hermanos por el apoyo incondicional brindado en todo este tiempo de mi carrera universitaria, al brindarme palabras de aliento para seguir adelante con perseverancia y esmero al cumplimiento de mis objetivos.

A mi querida madre Mercedes, por ser mi fuente de motivación e inspiración para cumplir mis metas, razón de superación para tener un futuro mejor.

El autor.

Agradecimiento

Agradecer a Dios por impulsarme a siempre confiar en él y mostrarme siempre una solución a los problemas y situaciones más difíciles que hayan sido.

De la misma manera agradecer a la Universidad César Vallejo por brindarme la oportunidad de cultivar sabiduría y abrirme las puertas al mundo científico, pudiendo conocer excelentes docentes quienes me infundieron sus conocimientos con mucho empeño y dedicación otorgándome las facilidades de información para llevar a cabo esta investigación.

Por último, a la empresa CAM del Perú SAC, por brindarme las facilidades de información para llevar a cabo la investigación.

El autor.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras:.....	vii
Resumen	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCION:.....	1
II. MARCO TEORICO:.....	4
III. METODOLOGIA:.....	13
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION:	13
3.2. VARIABLES Y OPERACIONALIZACION:.....	14
3.3. Población, muestra y muestreo:.....	14
3.3.1. Población:	14
3.3.2. Muestreo:	15
3.3.3. Unidad de Análisis:	15
3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	15
3.4.1. Técnicas de recolección de datos:	15
3.4.2. Instrumentos de recolección de datos	16
3.4.3. Validez y confiabilidad	16
3.5. Procedimiento	16
3.6. Método de análisis de datos	17
3.7. Aspectos Éticos	17
IV. RESULTADOS.....	18
4.1. Resultados según el Objetivo General.....	18
4.2. Resultados según los objetivos específicos	19
V. DISCUSION	24
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS	37

Anexo 01: Matriz de operacionalización de variables.....	38
Anexo 03: Ficha técnica del instrumento.....	43
Anexo 04: Validez del Instrumento.....	48
Anexo 05: Confiabilidad.	78
Anexo 06: Documentos de presentación y autorización.....	79
Anexo 07: Matriz de consistencia.....	87

Índice de tablas

Tabla 1: Resultado de Competencias Gerenciales y Crecimiento Empresarial... 18	18
Tabla 2: Prueba de Chi - Cuadrado para determinar la relación entre Competencias Gerenciales y Crecimiento empresarial..... 19	19
Tabla 3: Resultado de Competencias para la Comunicación y Publicidad 19	19
Tabla 4: Prueba de Chi - Cuadrado para identificar la relación entre Competencias para la Comunicación y Publicidad..... 20	20
Tabla 5: Resultado de Competencias para la Gestión y Organización Empresarial 21	21
Tabla 6: Prueba de Chi - Cuadrado para describir la relación entre Competencias para la Gestión y Organización Empresarial 22	22
Tabla 7: Resultado de Competencias para la Acción Estratégica y Expansión... 22	22
Tabla 8: Prueba de Chi - Cuadrado para conocer la relación entre la Acción Estratégica y Expansión 23	23

Índice de figuras:

Figura 1. Esquema de relacion de las variables 13

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020, contando con una población censal de 37 trabajadores a través del muestreo no probabilístico por conveniencia. Se empleó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal, descriptivo – correlacional, teniendo como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario para su aplicación. Los resultados estadísticos fueron 10,601^a de valor Chi – cuadrado y de 0.005 de significancia, además se obtuvo un 89,2% para las competencias gerenciales y un 89,2% para el crecimiento empresarial, ambos en un nivel eficaz y adecuado respectivamente, llegando así a la conclusión que dentro de la empresa CAM del Perú SAC. Existe relación entre las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial en la cual se encuentra en un nivel eficaz y adecuado respectivamente debido a que la empresa tiene una excelente competencia de comunicación en la que hay capacitaciones permanentes, así como las negociaciones se realizan de manera eficaz, como la rápida acción de las resoluciones de problemas, toma de decisiones y la acción estratégica de la empresa hace que los colaboradores se sientan más identificados. Así como también por qué tiene una eficaz publicidad donde marca diferencia entre las demás empresas realizando una mayor expansión y la mejora de la organización empresarial conjunto con los colaboradores.

Palabras claves: Competencias gerenciales, crecimiento empresarial, expansión.

Abstract

The main objective of this research work was to determine the relationship of managerial competencies in the business growth of the CAM del Peru 2020 company, counting on a census population of 37 workers through non-probabilistic convenience sampling. A quantitative approach was used, with a non-experimental, cross-sectional, descriptive-correlational design, using the survey as a technique and the questionnaire for its application as an instrument. The statistical results were 10,601st Chi-square value and 0.005 of significance, in addition, 89.2% were obtained for managerial competencies and 89.2% for business growth, both at an effective and adequate level respectively, reaching thus to the conclusion that within the company CAM del Perú SAC. There is a relationship between managerial competencies and business growth in which it is at an effective and appropriate level respectively because the company has excellent communication skills in which there are permanent training, as well as negotiations are carried out effectively, as the rapid action of problem solving, decision making and strategic action of the company makes the collaborators feel more identified. As well as why it has an effective advertising where it makes a difference among other companies, making a greater expansion and improvement of the business organization together with the collaborators.

Keywords: Management skills, business growth, expansion.

I. INTRODUCCION:

En la presente investigación, se observó a nivel internacional, Milton Beck (2020), mencionó en una entrevista para la revista semana de Colombia, que la mayoría de Gerentes tienen las habilidades técnicas, pero ellos no saben cómo manejar conflictos o ser creativos para el rol o cargo que desempeñan. Así como también manifestó que esas competencias no se aprenden en la universidad, se da a base de la experiencia, de tal forma que no están muy capacitados para el puesto, las empresas necesitan colaboradores con destrezas en habilidades interpersonales y en tecnología e información de software.

Así mismo, BBC News mundo (2018), mencionó, que el problema de muchas empresas es; que promueven a sus trabajadores de primera línea, a puestos de gerencia, debido a que, demuestran calidad técnica. Pero después de un tiempo se dan cuenta que no cumplen con las competencias gerenciales para dicho cargo, en ejemplo, a un vendedor que siempre es el vendedor del mes, lo promueven para ser jefe de ventas, este no se va a desenvolver de forma idónea debido a que no tienen las competencias para liderar o gestionar un grupo humano de vendedores. Por ende, también manifestó que el gerente debe saber; establecer expectativas idóneas, dar retroalimentación si se requiere, delegar responsabilidades, controlar los trabajos, así como también ser efectivo a la hora de reclutar el personal, y resolver conflictos en la organización.

Por otra parte a nivel nacional, viviendo la coyuntura de la pandemia del coronavirus en nuestro país, que ha afectado a todas las empresas, es importante que las organizaciones tengan buenos gestores, líderes, gerentes que tengan competencias correctas de manera que la empresa tenga buenos resultados en estos tiempos; el sector automotriz peruano también no fue ajeno a ello, Revilla, gerente de la Asociación Automotriz Del Perú (AAP), mencionó en el diario El Comercio (2020), que el cierre de locales comerciales, talleres de post venta, showrooms, provocado por la pandemia hicieron que se registren pérdidas para este sector; además indicó que las ventas de vehículos livianos, cayeron en más de 40% respecto al mismo periodo del 2019, por consecuencia, el mes de marzo se habrían dejado de vender más de 4.759 autos nuevos en el mercado local. Además, mencionó que las prioridades del consumidor cambiarán fuertemente y la

confianza de este y de los empresarios será drásticamente mellada, por lo que la demanda de vehículos será golpeada en el presente año.

Por otro lado, diario Gestión (2020), a través de su plataforma virtual, recalcó a base de un estudio por parte de Boston Consulting Group (BCG); las decisiones de los directores de las empresas en la actualidad que vivimos debido al coronavirus, que es necesario que estos líderes empresariales examinen el mercado y sus tendencias donde podrán estimar la recuperación de sus empresas en el sector y proponer estrategias de gestión para los gerentes y que no afecten los objetivos de la empresa.

Por otra parte, el Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial de IPAE acción empresarial, a través de su gerente quien manifestó en el diario Gestión (2016), que por la mala gestión de los gerentes, dos de ocho empresas medianas registraron pérdidas del 50% en sus ventas; las organizaciones cometen errores comunes como; dos personas ocupan la misma función cuando no se requiere, no se transmite de manera clara y precisa los objetivos, además que los trabajadores no entienden la misión y visión empresarial, en tal aspecto para hacer exitosa a la organización y para asegurar su crecimiento en el mercado, los gerentes tienen que prestarle atención a todo su entorno y hacer una gestión extraordinaria.

Así mismo, a inicios de la pandemia del COVID-19 en nuestra región, se observó, que las empresas concesionarias de vehículos cerraron sus puertas, conllevando a la liquidación de personal al cumplir su contrato, además el stock de sus unidades quedaron estancadas en todos los almacenes y tiendas; después de ello las empresas aplicaron los protocolos de acuerdo al MINSA, para poder reabrir sus puertas, pero esto no les garantiza a tener buenos resultados ya que la demanda de vehículos ha bajado considerablemente en estos tiempos.

Por lo tanto se consideró el siguiente problema general; ¿De qué manera se relacionan las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?, y los problemas específicos considerados fueron; ¿En qué medida se relacionan la competencia para la comunicación con la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020?, así mismo; ¿De qué manera las competencias para la gestión se relacionan con la organización empresarial de la

empresa CAM del Perú 2020?, y por último ¿Cómo se relacionan la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020?.

Así como también la investigación se justifica en el ámbito social; porque favorecerá a la empresa en comprender a los clientes y trabajadores, del mismo modo en el ámbito práctico; para que la empresa pueda desarrollar las competencias gerenciales de manera óptima y llegar al crecimiento empresarial adecuado, y de la misma manera en el ámbito teórico, ya que empleara la teoría tridimensional de la eficacia de Reddin, para las competencias gerenciales, y para la variable crecimiento empresarial, encontramos la teoría del desarrollo organizacional, de French y Bel; y por último en el ámbito metodológico ya que servirá de antecedente para otras empresas del mismo sector y porque se usará el método científico.

De esta manera el objetivo general de la investigación es; determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020, y como objetivos específicos; identificar la relación entre la competencia para la comunicación y la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020, de la misma forma, describir la relación de la competencia para la gestión y la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020, y por último, conocer la relación entre la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020.

Así mismo, se presenta la siguiente hipótesis; existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020. Por otro lado, la hipótesis nula planteada es; no existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

II. MARCO TEORICO:

A nivel internacional Reyes (2016), en su investigación; “habilidades gerenciales y desarrollo organizacional; estudio realizado con gerentes de los hoteles inscritos en la Asociación de Hoteles de Quetzaltenango” para obtener el grado académico de Licenciada, esta investigación tuvo como objetivo, relacionar sus variables de estudio, con los miembros de la alta gerencia de su objeto de estudio. Se realizó bajo la investigación de tipo descriptiva, correlacional, el método estadístico empleado fue la fiabilidad y significación de proporciones; concluyendo que entre ambas variables si existe relación, de manera que los administradores empleen sus habilidades, experiencias, para mejorar la organización, dirección y motivación a los subordinados, llevándolos al cumplimiento de los objetivos y aumentar la productividad; en la cual se encuentra que el 50% de los administradores, están detrás de los trabajadores para que se cumplan las metas de la empresa, las metas se llegan a alcanzar porque el 80% de los directivos creen que siempre y casi siempre asignan labores adecuadamente, por lo que se crea compromiso por parte de los trabajadores, además a ello el 65% de los directivos hacen que el personal este comprometido con la empresa, mientras que el 15% indican que tienen que mejorar para poder comprometer a los trabajadores con la organización.

De este modo a nivel nacional; Chinchay (2018) en su tesis: “Competencias Gerenciales y Desarrollo Organizacional en la Municipalidad Distrital de Miguel Checa, 2018” donde obtuvo el grado de Maestro en Gestión Pública, busco si sus variables se relacionaban, de tal manera que, por medio de un muestreo probabilístico del total de todos los trabajadores, evaluó a 39 trabajadores entre gerentes, subgerentes, jefes de oficina de su objeto de estudio. Esta tesis fue cuantitativa, descriptiva, correlacional de corte transversal. Concluyo lo siguiente; que se encuentra, $\rho = 0.0702$ y $p = 0.000$, que significa la correlación positiva para sus dos variables, por lo que acepto de manera general la hipótesis de su tesis, en la cual el personal que respondió la encuesta, reflejan que si poseen un alto nivel de competencias (69%) y dentro de ello, en un nivel óptimo (82%) para el desarrollo organizacional.

Salazar (2017), en su tesis “Competencias laborales y comunicación interna en la División de Tránsito de la PNP Lima. 2016” para obtener el grado de Maestro en

Gestión Pública; determinó la relación de sus variables, su muestra fue de 60 efectivos de la División de Tránsito. Lima. 2016; su investigación fue realizada a través del diseño no experimental, que tuvo una correlación descriptiva; Así mismo para contrastar su hipótesis, fue analizado con la correlación Rho Spearman, donde concluye que tienen alto grado de relación entre su primera variable y la comunicación interna en su objeto de estudio en el año 2016; de manera que la correlación fue de Rho Spearman es 0777.

Arevalo (2018), en su tesis denominada, “Gestión por competencias y gestión administrativa en el Gobierno Regional del Callao, año 2018”, donde obtuvo el grado de Maestra en Gestión Pública, relacionó su dos variables de estudio, donde su estudio fue cuantitativa básica, no experimental, correlacional-transversal, obtuvo 278 trabajadores como muestra, con el muestreo probabilístico, a través del estadístico alfa de Cronbach; Donde determinó que existe una correlación directa alta de 0.768 de acuerdo al Rho de Spearman, entre sus variable independiente y dependiente, además con relación a sus objetivos específicos, menciona que la variable independiente a través de una de sus dimensiones que es; las competencias específicas gerenciales está relacionada con su variable dependiente directamente moderada, con grado de correlación moderada de 0.626 mediante el Rho de Spearman.

Así como también, Esquivel (2019), en su investigación “Relación de las competencias gerenciales de los Químicos Farmacéuticos con la productividad en una cadena de boticas de la ciudad de Trujillo, 2019”, para obtener el grado de Maestra en gestión de los servicios de la salud, relacionó las variables de estudio, bajo el enfoque cuantitativo, de diseño correlacional, a través de la investigación de tipo no experimental, obtuvo como muestra a 40 químicos farmacéuticos de una cadena de boticas de la ciudad de Trujillo. Se encontró en la primera variable de estudio que el mayor nivel, son buenas (95%); y, en la segunda variable de estudio, el mayor nivel es el alto (97.5%). De esta manera igual en una de sus dimensiones que es la relación entre la acción estratégica de las competencias gerenciales y la segunda variable es de 0.751; de esa manera concluyo; que existe relación directa significativa, con un $p\text{-valor}=0.002$ ($p\text{-valor}<0.05$) para sus variables de estudio.

Las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial cuentan con los siguientes fundamentos teóricos:

Encontramos la teoría tridimensional de la eficacia, para las competencias gerenciales, Reddin (como se citó en Chiavenato, 2006, p.343 - 344).

“Teoría tridimensional de la eficacia gerencial de Reddin Reddin presenta un modelo para el Desarrollo de la Eficacia gerencial, denominado Teoría tridimensional. El modelo conceptual de Reddin se basa en el hecho de que se solicita que el administrador sea eficaz en una variedad de situaciones y su eficacia se mide en la proporción en que él es capaz de transformar su estilo de forma apropiada en situaciones de cambio. La única tarea del administrador es la de ser eficaz. Los principales conceptos de la Teoría tridimensional son; eficacia gerencial. Estilos gerenciales. Las habilidades gerenciales básicas”

Así mismo en la definición conceptual encontramos a Hellriegel, Jackson y Slocum (2009), mencionan que las competencias gerenciales engloban habilidades, destrezas, actitudes, y conocimientos que el gerente debería de tenerlas, para que se pueda desenvolver de manera eficaz en un universo grande de oportunidades, y puestos en muchos tipos de organización.

Por otro lado; Galleli, Hourneaux y Munck (2019), referencian a, Berenyi; en la cual, el menciona que la administración basada en competencias, son fundamentales para la implementación de herramientas y procedimientos, que por medio de estas competencias se obtiene un alto impacto en la organización.

De igual modo; Smutny, Prochazka y Vaculik (2016), definen que las competencias gerenciales engloban a las habilidades gerenciales, como también las competencias individuales, las cuales influyen en la efectividad de la empresa y su cultura corporativa general.

Por otra parte; Garmendia (2015), menciona a Drucker, por lo que él define que las habilidades gerenciales son parte de las competencias gerenciales, en la cual son capacidades que una persona debería de tener para desarrollar su trabajo de en coordinación y liderazgo a la función de gerente.

Por ende, se consideró tres dimensiones para la primera variable.

Primero, competencia para la comunicación; Hellriegel, et al. (2009), referencian que, es la capacidad de las personas con la finalidad de intercambiar información con efectividad, de manera que esto sea entendible en los demás. En tal aspecto esta competencia va más allá de cualquier medio de comunicación que podría usarse, esta competencia es fundamental para la práctica de un gerente o administrador e incluye: la comunicación informal, que se refiere a la comunicación bilateral, escuchando a los demás de manera que se pueda tomar y dar en la conversación creando relaciones interpersonales y en la cual se ve mucho los sentimientos de las personas; la comunicación formal, esta comunicación se detalla de manera, transparente, precisa y eficaz, empleando los recursos de la tecnología como correos, páginas web, además de capacitaciones, retroalimentación, etc. En la cual mantiene informados a los clientes y trabajadores de la empresa y por último, pero no menos importante, la negociación que implica acciones, propuestas contundentes para manejar problemas dentro de la organización y fuera de ella, puede ser con trabajadores, clientes, proveedores. Así mismo, el proceso de la comunicación menciona tres pasos: escribir, hablar y escuchar, como también ver el lenguaje corporal de las personas y captar las señales que estas emiten en algunos casos para dar contexto a sus palabras, a lo que llamamos comunicación no escrita o no verbal, esto es importante para mantener los vínculos de la empresa a nivel interno y externo de ella.

Así mismo; Pacheco (2005), manifiesta que para la buena comunicación organizacional el gerente debe tener características como; liderazgo, para facilitar el trabajo en equipo, adecuado manejo de los conflictos; en base a eso obtener un clima organizacional óptimo donde todos los trabajadores se encaminen en las metas de la organización.

Como también; Segredo, García, López, León & Perdomo (2017), mencionan que la comunicación es el proceso que caracteriza la relación de las personas y está vigente en los lugares que se desenvuelven las personas, fundamentalmente esto se da en el ámbito laboral.

Segundo, competencia para la gestión: Hellriegel, et al. (2009), mencionan que esto conlleva a designar que trabajos se van a desempeñar, de qué forma se realizarán, con qué recursos se medirá el desempeño, para posteriormente supervisar el avance de los trabajos que se está realizando, que los gerentes son encargados y responsables de que todo esto marche en óptimas condiciones para el bien de la organización; en esta competencia menciona el autor algunas actividades que se desarrolla para esta investigación, solo algunas tomamos en cuenta, que son: análisis y solución de problemas, también recolección de información, en esta parte se identifica los problemas y se busca alternativas y soluciones; organización de proyectos, es para que la organización alcance las metas, encomendando responsabilidad para desempeñar las tareas con eficiencia; administración del tiempo, se maneja varios temas de la empresa al mismo tiempo, supervisando, si es necesario se modifica algunas cosas para que se trabaje con efectividad a pesar de la presión del tiempo; la elaboración de proyectos y administración financiera, con lleva a que se observe toda la actividad financiera de la empresa con registros exactos y completos.

Como también; Mora, Duran & Zambrano (2016), mencionan que la gestión engloba operaciones con la dirección y administración de la empresa, además es un trámite con documentación, para hacer, conseguir, resolver asuntos en la organización.

Así mismo; Marulanda, López & López (2016), manifiestan que la gestión por competencias dispone de personas con conocimientos que exige su ámbito laboral, y que tienen que saber poner en práctica cuando ocurran problemas en la empresa.

Tercero, competencia para la acción estratégica: Hellriegel, et al. (2009), mencionan que esto conlleva a saber sobre la organización, objetivos, metas de la empresa, como también sus valores corporativos, por lo que se requiere con todo aquello que los colaboradores de la empresa se identifiquen y piensen en estrategias para poder realizar mejor la labor que ellos hacen; en esta competencia los autores incluyen tres puntos clave para poder desarrollarlos: el conocimiento de la industria, que aquellos trabajadores que conozcan el mercado en su totalidad, son capaces de adelantar con precisión estrategias y ver necesidades de la empresa a largo plazo; el conocimiento de la organización, implica saber cómo se relacionan las áreas de la empresa, divisiones y funciones entre sí y no solamente

el área en particular donde desempeña sus labores; y emprender acción estratégica, un buen administrador podrá diagnosticar y evaluar distintos problemas y situaciones de la empresa que pudiera surgir, esta acción mayormente comprende a los gerentes de nivel alto.

Así como también, Contreras (2013), Cita a Davies, donde el define que la estrategia tiene múltiples opciones, caminos y resultados, para hacer de manera adecuada cualquier trabajo, su diseño engloba todo eso y es más difícil de proponer estrategias que, hablar de soluciones lineales y simples.

Así mismo, Mendoza & López (2015), mencionan que la estrategia empresarial ayuda a concretar los objetivos y las acciones para la empresa de acuerdo a su ámbito competitivo, y también de las acciones potenciales y actuales de la organización.

Por otro lado, para la variable crecimiento empresarial, encontramos la teoría del desarrollo organizacional, French y Bel (como se citó en Chiavenato, 2006, p.327). Donde mencionan que el desarrollo organizacional es:

"esfuerzo de largo plazo, apoyado por la alta dirección, con el propósito de mejorar los procesos de resolución de problemas de renovación organizacional, particularmente por medio de un diagnóstico eficaz y colaborativo y de la administración de la cultura organizacional con énfasis especial en los equipos formales de trabajo, en los equipos temporales y en la cultura intergrupal, con la asistencia de un consultor-facilitador y la utilización de la teoría y de la tecnología de las ciencias conductistas, incluyendo acción e investigación"

De tal manera a base de la teoría del desarrollo organizacional, en la definición conceptual, Aguilera, Puerto (2012), mencionan en la revista científica pensamiento y gestión, al crecimiento empresarial como la conducta ágil de la organización que gestiona su capacidad para incrementar las posibilidades de crecer en el mercado, así mismo de manera tecnológica y financiera, y tener capacidad de adaptarse al cambio, en resultado, siempre hay incertidumbre a los mercados que pertenecen muchas empresas, por ello las empresas se proyectan a ser competitivos con sus competidores directos, se

proyectan a crecer mediante inversión a nivel externo e interno, también en Investigación y Desarrollo, publicidad y equipos nuevos para ser más productivos, con ello se podría decir que la longevidad de la organización está asegurada.

Por otro lado; Aguilera, Virgen (2016), mencionan a Blázquez, Dorta y Verona; en la cual ellos definen que el crecimiento empresarial es la adaptabilidad a los cambios que van surgiendo en el entorno, como también pueden surgir por los cambios del directivo emprendedor, mediante esto la organización desarrolla o amplía su productividad, por lo que es necesario reajustar o adquirir los recursos, por ello se realiza cambios empresariales que puedan soportar las modificaciones que se van a realizar, esto debe ser garantizado financieramente, todo este proceso permitirá que la empresa perdure en el tiempo de manera competitiva.

Así mismo; Erecia, Raath (2013), nombra a Wickham; donde señala un modelo dinámico del crecimiento empresarial en la cual, tienen cuatro perspectivas relacionadas que son; financiera, estratégica, estructural y organizativo. El descuido de alguno de estos elementos puede llevar al fracaso comercial.

Como también; Daza (2016), cita a, Myers y Majluf, donde ellos mencionan que algunas empresas para llegar a crecer, optan por el financiamiento interno, por ende se tiene que dar el aumento de beneficios retenidos que permitan a la empresa a crecer en el mercado.

En tal caso, se consideró tres dimensiones para la segunda variable.

Primero, publicidad: Gómez (2017). En su libro fundamentos de la publicidad, menciona que la publicidad convierte el producto objeto en producto signo, que detalla de la siguiente manera, que el individuo compra no por lo que es en sí el producto, sino por lo que representa. No se adquiere un vehículo para ir de un sitio a otro: se compra status y clase social; no compramos una camisa o un traje, compramos diseño y modernidad; no compramos una aroma para que tener impregnada una fragancia, compramos atracción y hermosura, y nos presenta estos ejemplos de forma extraordinaria, como lo demuestran esas piezas míticas y esos ejemplos de spots que constituyen verdaderas obras

de arte, asimismo nos menciona que la publicidad en la actualidad nos dice que podemos llevarnos a casa.

Como también; Godas (2007), define a la publicidad como un instrumento para la promoción; informa las características del producto o servicio, como también trata de persuadir al cliente para que pueda variar su conducta al momento de comprar.

Así mismo; Gómez (2016), manifiesta que la publicidad es parte del consumismo, mediante se persuade al cliente de un deseo imaginario por bienes y servicios que a veces no lo necesita y al conseguirlos le genera una satisfacción.

Segundo, organización empresarial; Pavía (2012), Se refiere a que la organización, hace referencia a la ordenación de las personas sistemáticamente, que tiene una finalidad específica, si bien es cierto hay varios tipos de organización, todas estas se relacionan en los siguientes puntos: objetivos claros para alcanzar las metas de la empresa, están las personas dentro de esto, que son las encargadas de lograr los objetivos de la empresa; donde se utiliza métodos y facultades para puntualizar y concretar el actuar de los individuos que pertenecen a la empresa.

La organización, entonces, establece una estructura dentro la empresa, hace que los recursos sean bien empleados para obtener buenos resultados en dirección a las metas de la empresa, al mencionar el uso de los recursos se habla de la división del trabajo, plasmada en todas las áreas, y los mecanismos para conectar dichas áreas en la empresa, con estrategias adecuadas.

Como también, Bohórquez (2013), menciona a Mitleton, donde el manifiesta 4 principios en las cuales la organización podrían ser analizadas; tales como; procesos de auto-organización, interconectividad de los elementos de la organización, áreas anexadas donde las áreas se relacionan entre sí, y el intercambio de información con el entorno, por ende, mantiene a las organizaciones como alejados sistemas del equilibrio al elaborar nuevas estructuras y orden.

Así mismo, Feijoo (2009), menciona que la organización empresarial es la pro siguiente distribución de funciones y tareas dentro de la organización encargadas por una persona o área.

Y por último, expansión; Tarzinján (2018) menciona que las formas más frecuentes para expandir los límites de una empresa se pueden descomponer en cuatro categorías, que son: fusiones y adquisiciones; alianzas y joint ventures; franquicias y otros contratos; crecimiento interno. Las expansiones que se desarrollan mediante fusiones de organizaciones representan la mezcla de las actividades totales de dos o más empresas. Las alianzas y joint ventures se realizan entre empresas de forma que cada una aporta algún recurso para su formación y desarrollo; y franquicias son uno de los tipos de contratos que las empresas hacen con terceros para modificar su ámbito corporativo. Las expansiones a través del crecimiento interno, por su parte, son aquellas en que las empresas crecen por sí solas sin tener alianzas o adquirir otro competidor.

Arango, Briceño & Delegado (2018), también mencionan a la expansión como; la relación con los recursos y capacidades, con la diversificación para el crecimiento empresarial.

Así mismo, León, Vásquez & Vergara (2018). nos menciona que es importante el tamaño de la empresa para la rentabilidad, en donde se ve reflejado en las economías de escala y para la expansión de la cuota de mercado.

III. METODOLOGIA:

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION:

La presente investigación se realizó a través de un enfoque cuantitativo, en la cual Hernández, Fernández & Baptista (2014), mencionan que, parte de un concepto en la cual se acotan diversas ideas en un preciso orden, sin embargo, se puede redefinir alguna fase. Una vez que se encuentre delimitada se procede a establecer los objetivos y preguntas de estudio para construir las hipótesis y fijar las variables, se emplea un procedimiento para probarlas (diseño); las variables son medidas en un contexto determinado y se examinan las medidas adquiridas a través de métodos estadísticos para extraer una serie de conclusiones.

Además; el estudio es de tipo aplicada, Lozada (2014), define que “La investigación aplicada se ocupa de todo el proceso de enlace entre la teoría y el producto” (p. 35)

Al no sufrir manipulación de variables se trabajó con el diseño no experimental, Fracitelli, Uribe, Gonzales, Moreno & Orengo (2017), citan a Hernández, et al. Donde ellos mencionan que este diseño describe y observa tal como se presenta las variables en su ambiente natural. Además detalla que el estudio no experimental tiene una mayor posibilidad de diversificar los resultados a otras personas y posturas comunes, debido a que se encuentra más próximo a las variables propuestas hipotéticamente.

Becerra, Cortes & Bravo (2014), mencionan que el tipo transeccional correlacional, es cuando se recogen los datos, además se describen relaciones entre las variables, de forma teórica, donde después se analiza y se establece la correlación, en un momento dado.

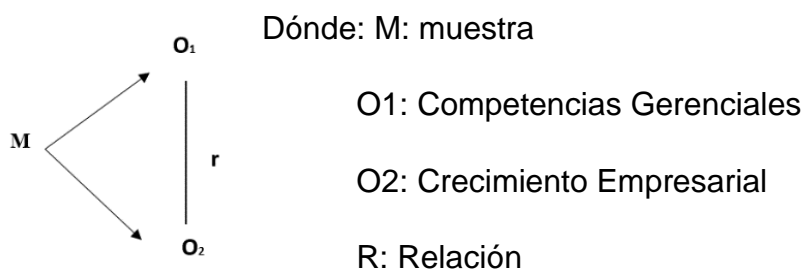


Figura 1.

3.2. VARIABLES Y OPERACIONALIZACION:

La presente investigación, se ha considerado, como primera variable, a las competencias gerenciales, según la teoría tridimensional de la eficacia de Reddin, se consideró como dimensión a la competencia para la comunicación, con sus indicadores; capacitaciones, correos, comunicación bilateral, relaciones interpersonales y negociación; también la dimensión competencias para la gestión, con sus indicadores; resolución de problemas, supervisión de tareas, liderazgo para el cambio, desarrollo del equipo y toma de decisiones; y finalmente la dimensión competencias para la acción estratégica con sus indicadores; identificación empresarial, conocimiento del mercado, conocimiento de la organización, ejecución de estrategias y alternativas de administración.

De la misma manera, para la segunda variable, se ha considerado, el crecimiento empresarial, según la teoría del desarrollo organizacional de French y Bel, se consideró tres dimensiones; como primera dimensión a la publicidad, con sus indicadores; ¿qué vender?, ¿cómo vender?, medios digitales, publicidad tradicional y promoción; como segunda dimensión; organización empresarial, con sus indicadores; estructura organizacional, delegación de trabajos, áreas anexadas, optimización de recursos y objetivo empresarial; y como tercera dimensión, expansión, con sus indicadores; crecimiento interno, alianzas estratégicas, sucursales, proveedores y clientes.

3.3. Población, muestra y muestreo:

3.3.1. Población:

El universo es de población finita Arias, Villasís & Miranda (2016), mencionan que todos los elementos de la población pueden ser delimitados y cuantificados, además se cuenta con un registro exacto de todos los elementos de la población.

Así mismo, se empleó una población censal, Arias (2012), define que el censo recaba información de la totalidad de una población, además menciona que si la población, es accesible por la cantidad de sujetos que la conforman, no es necesario sacar una muestra. Por lo tanto, se puede investigar con toda la población de estudio.

En ese sentido, en esta investigación la población es finita, la cual está compuesta por los trabajadores de la empresa CAM del Perú SAC, siendo un total de 37 trabajadores; por lo tanto, trabajamos con todos los colaboradores de la empresa.

3.3.2. Muestreo:

Para la presente investigación, se empleó el muestreo no probabilístico, por conveniencia, dado a que se presenta una población pequeña, en la cual se trabajara con todos los colaboradores de la empresa CAM del Perú SAC.

Otzen, Manterola (2017), Definen al tipo de muestreo no probabilísticos donde no se conoce la probabilidad de cada elemento de la población, que se tiene que seleccionar y forma parte de la muestra.

Así mismo, fue de muestreo por conveniencia, Mendieta (2015), menciona que este tipo de muestreo se emplea en una población, que está compuesta por elementos agrupados fácilmente, aquí se recurre a los sujetos que se encuentran porque esta selecciona el segmento y analiza los elementos del segmento.

3.3.3. Unidad de Análisis:

La unidad de análisis para la presente investigación son todos los trabajadores de la empresa CAM del Perú SAC.

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas de recolección de datos:

La técnica viene a ser el procedimiento para la obtención de datos o información, en ese caso, la técnica para la recolección de datos que se aplicó en la investigación fue a través de la encuesta, la cual fue aplicada a los 37 colaboradores de la empresa CAM del Perú SAC con el fin de poder entender sus opiniones y así estimarlas.

Loureiro (2015), define a la encuesta como un método para obtener datos cuantitativos, sustentados en un cuestionario perfectamente estructurado, que consiste en interpelar a los integrantes de una muestra representativa.

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se aplicó fue el cuestionario; que constó de 30 preguntas, estas fueron realizadas en función de los indicadores.

Por ende, Torres, Paz y Salazar (2019), mencionan que el cuestionario es un instrumento esencial para la obtención de datos, en la cual, engloba preguntas precisas sobre los aspectos y hechos que se necesita saber en la investigación, las cuales son respondidas por los encuestados.

3.4.3. Validez y confiabilidad

Urrutia, Barrios, Gutiérrez, & Mayorga (2014), mencionan que la validez es el grado para medir de manera real la variable y determinar lo importante que es la evidencia empírica, las teorías en base a la investigación que respaldaran el instrumento.

Por ende, la validez del instrumento del presente trabajo de investigación, fue a través del tipo de validez por contenido, en tal caso, fueron 3 expertos quienes validaron el instrumento, ellos fueron administradores, expertos en la gestión de organizaciones.

Por otro lado, Aravena, Moraga, Cartes & Manterola (2014), señalan que la confiabilidad del instrumento es cuando la aplicación reiterativa del mismo, da resultados iguales en diferentes aplicaciones.

Por ello, la confiabilidad de la investigación se realizó a través del procedimiento de la consistencia interna, ya que se aplicó el Alfa de Cronbach, dado a que los ítems del cuestionario son politómicas, cuyo resultado fue de 0.826, que muestra que el instrumento es confiable. Donde se tomó el 20% del total de la muestra, para la confiabilidad.

3.5. Procedimiento

Para la investigación se realizó, las coordinaciones con la empresa Automotores Yoshival SAC. Para aplicar a sus trabajadores la prueba piloto en un día hábil, después desarrolló, las coordinaciones con la empresa CAM del Perú SAC para poder evaluar a su personal en un determinado horario y fecha; añadiendo los documentos de presentación con la formalidad del caso a la empresa, por lo tanto,

a través de la población censal, trabajamos con todos los colaboradores de la empresa CAM del Perú SAC; donde se aplicó la encuesta a través del cuestionario perfectamente estructurado en base a la matriz de operacionalización de manera online; posteriormente se procesó toda la información obtenida en el programa SPPSS y Microsoft Excel.

3.6. Método de análisis de datos

Para el análisis de los datos se aplicó el método estadístico descriptivo, la información recaudada fue interpretada a través de las tablas de frecuencias y gráficos estadísticos, como también se empleó la estadística inferencial, para la prueba de las hipótesis planteada; se desarrolló la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk dado a que la muestra fue menor a 50, con una significancia de 0.000 para las competencias gerenciales y con una significancia de 0.000 para el crecimiento empresarial, lo cual indica que la prueba es no paramétrica dado a que es menor que 0.5, es por ello que se empleó el Chi-Cuadrado para aceptar o rechazar la hipótesis.

Por otra parte, en el presente trabajo de investigación se empleó un análisis estadístico en donde los resultados fueron procesados en el programa Statistical Package for the Social (SPSS), los cuales se proyectan los cálculos correspondientes y son representados por tablas para la obtención de información que es vital para el estudio realizado.

3.7. Aspectos Éticos

El presente trabajo de investigación está vinculado a los siguientes aspectos éticos; principio de autenticidad, cumpliendo la veracidad de toda la información considerada en el presente trabajo de investigación, además del consentimiento informado de todos los trabajadores de la empresa y añadido a eso la confidencialidad, de toda la información recogida.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados según el Objetivo General

Determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

Tabla 1

Resultado de Competencias Gerenciales y Crecimiento Empresarial

		CRECIMIENTO EMPRESARIAL			
		Inadecuado	Intermedio	Adecuado	Total
COMPETENCIAS GERENCIALES	Ineficaz	0	0	0	0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Intermedio	1	1	2	4
		2,7%	2,7%	5,4%	10,8%
	Eficaz	0	2	31	33
		0,0%	5,4%	83,8%	89,2%
Total		1	3	33	37
		2,7%	8,1%	89,2%	100,0%

Fuente: Base de datos del SPSS de la encuesta a los trabajadores de la empresa CAM DEL PERU SAC, 2020

Interpretación:

En la tabla 1 se aprecia que el crecimiento empresarial se encuentra en un nivel adecuado con un 89,2%, la variable de competencias gerenciales se ubica en un nivel eficaz con un 89,2%; y la intersección que se puede apreciar entre las dos variables se encuentra en un nivel adecuado en un 83,8%.

De esta forma se deduce que las competencias gerenciales están en un nivel eficaz porque la empresa tiene una excelente competencia de comunicación en la que hay capacitaciones permanentes, así como las negociaciones se realizan de manera eficaz, como la rápida acción de las resoluciones de problemas, toma de decisiones y la acción estratégica de la empresa hace que los colaboradores se sientan más identificados. Así como también el crecimiento empresarial se encuentra en un nivel adecuado porque tiene una eficaz publicidad donde marca diferencia entre las demás empresas realizando una mayor expansión y la mejora de la organización empresarial conjunto con los colaboradores.

Prueba de Hipótesis:

Tabla 2

Prueba de Chi – cuadrado para determinar la relación entre competencias gerenciales y crecimiento empresarial.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,601 ^a	2	,005
Razón de verosimilitud	6,439	2	,040
Asociación lineal por lineal	9,652	1	,002
N de casos válidos	37		

Fuente: Base de datos del SPSS 2020.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 2, se aprecia los resultados de la prueba estadística Chi – Cuadrado resultó 10,601a con 2 grados de libertad y el valor de significancia que se obtuvo fue de 0.005 lo que significa que está por debajo del 0.05 demostrando que la hipótesis de trabajo es válida y rechazándose a la hipótesis nula, con lo que se concluye que hay relación entre las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial.

4.2. Resultados según los objetivos específicos

Objetivo específico 01: Identificar la relación entre la competencia para la comunicación y la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020.

Tabla 3

Resultado de Competencias para la Comunicación y Publicidad

		PUBLICIDAD			
		Inadecuado	Intermedio	Adecuado	Total
COMPETENCIAS PARA LA COMUNICACION	Ineficaz	0	0	0	0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Intermedio	1	3	10	14
		2,7%	8,1%	27,0%	37,8%
	Eficaz	0	1	22	23
		0,0%	2,7%	59,5%	62,2%
Total		1	4	32	37
		2,7%	10,8%	86,5%	100,0%

Fuente: Base de datos del SPSS de la encuesta a los trabajadores de la empresa CAM DEL PERU SAC, 2020

Interpretación:

En la tabla 3 se aprecia que la publicidad se encuentra en un nivel adecuado con un 86,5%, la dimensión competencias para la comunicación se ubica en un nivel eficaz con un 62,2%; y la intersección que se puede apreciar entre las dos dimensiones se encuentra en un nivel adecuado en un 59,5%.

De esta forma se deduce que las competencias para la comunicación están en un nivel eficaz porque la empresa utiliza los correos constantemente, debido a que las capacitaciones son permanentes, también debido a que se desarrolla excelente comunicación bilateral, las relaciones interpersonales son óptimas en la empresa, y el excelente manejo de las negociaciones. Así como también la publicidad se encuentra en un nivel adecuado porque los trabajadores conocen que vender, saben cómo vender, además se hace un alto uso de medios digitales como también publicidad tradicional conllevando a varias promociones para los clientes.

Tabla 4

Prueba de Chi – cuadrado para identificar la relación entre competencias para la comunicación y publicidad.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,582 ^a	2	,101
Razón de verosimilitud	4,833	2	,089
Asociación lineal por lineal	4,386	1	,036
N de casos válidos	37		

Fuente: Base de datos del SPSS, 2020

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 4, se aprecia los resultados de la prueba estadística Chi – Cuadrado empleado para identificar la relación entre las dimensiones de estudio cuyo resultado fue 4,582a con 2 grados de libertad y un valor de significancia de 0.101 que es por encima del margen de error del 0.05, demostrando que no existe una relación significativa entre las dimensiones competencias para la comunicación y publicidad.

Objetivo específico 02: Describir la relación de la competencia para la gestión y la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

Tabla 5

Resultado de Competencias para la Gestión y Organización Empresarial

		ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL			Total
		Inadecuado	Intermedio	Adecuado	
COMPETENCIAS PARA LA GESTION	Ineficaz	0	0	0	0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Intermedio	1	2	3	6
		2,7%	5,4%	8,1%	16,2%
	Eficaz	0	3	28	31
		0,0%	8,1%	75,7%	83,8%
Total		1	5	31	37
		2,7%	13,5%	83,8%	100,0%

Fuente: Base de datos del SPSS de la encuesta a los trabajadores de la empresa CAM DEL PERU SAC, 2020

Interpretación:

En la tabla 5 se aprecia que la organización empresarial se encuentra en un nivel adecuado con un 83,8%, la dimensión competencias para la gestión se ubica en un nivel eficaz con un 83,8%; y la intersección que se puede apreciar entre las dos dimensiones se encuentra en un nivel adecuado en un 75,7%.

De esta forma se deduce que las competencias para la gestión están en un nivel eficaz porque la empresa mediante la gerencia tiene una constante resolución de problemas, además que tienen la capacidad para la supervisión de las tareas en todas las áreas, añadido del liderazgo al cambio para que el desarrollo del equipo sea el mejor, con todo eso para que la toma de decisiones sean óptimas. Así como también la organización empresarial se encuentra en un nivel adecuado porque presenta adecuada estructura organizacional, lo que indica que hay una excelente delegación de trabajos y que las áreas estén anexadas adecuadamente, como también la optimización de recursos se desarrolla de manera excelente junto al óptimo objetivo empresarial.

Tabla 6

Prueba de Chi – cuadrado para describir la relación entre competencias para la gestión y organización empresarial.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,224 ^a	2	,016
Razón de verosimilitud	6,357	2	,042
Asociación lineal por lineal	7,657	1	,006
N de casos válidos	37		

Fuente: Base de datos del SPSS, 2020

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 6, se aprecia los resultados de la prueba estadística Chi – Cuadrado empleado para identificar la relación entre las dimensiones de estudio cuyo resultado fue 8,224a con 2 grados de libertad y un valor de significancia de 0.016 que es por debajo del margen de error del 0.05, demostrando que existe una relación significativa entre las dimensiones competencias para la gestión y organización empresarial.

Objetivo específico 03: Conocer la relación entre la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020.

Tabla 7

Resultado de Competencias para la Acción Estratégica y Expansión.

		EXPANSION			
		Inadecuado	Intermedio	Adecuado	Total
COMPETENCIAS PARA LA ACCION ESTRATEGICA	Ineficaz	0	0	0	0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Intermedio	1	1	2	4
		2,7%	2,7%	5,4%	10,8%
	Eficaz	0	1	32	33
		0,0%	2,7%	86,5%	89,2%
Total		1	2	34	37
		2,7%	5,4%	91,9%	100,0%

Fuente: Base de datos del SPSS de la encuesta a los trabajadores de la empresa CAM DEL PERU SAC, 2020

Interpretación:

En la tabla 7 se aprecia que la expansión se encuentra en un nivel adecuado con un 91.9%, la dimensión competencias para la acción estratégica se ubica en un

nivel eficaz con un 89.2%; y la intersección que se puede apreciar entre las dos dimensiones se encuentra en un nivel adecuado en un 86.5%.

De esta forma se deduce que las competencias para la acción estratégica están en un nivel eficaz debido a que los trabajadores se identifican con la empresa, lo que conlleva a que conozcan el mercado al que pertenece la empresa, como también conocen toda la organización, de esta manera ejecutan estrategias y alternativas de administración constantemente . Así como también la expansión se encuentra en un nivel adecuado debido a que el crecimiento interno es adecuado, con excelentes alianzas estratégicas, además poseen sucursales en varias ciudades del país con proveedores fijos en la empresa, añadiendo también que la empresa tiene una creciente fidelización de clientes.

Tabla 8

Prueba de Chi – cuadrado para conocer la relación entre competencias para la acción estratégica y expansión.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,292 ^a	2	,002
Razón de verosimilitud	7,363	2	,025
Asociación lineal por lineal	11,948	1	,001
N de casos válidos	37		

Fuente: Base de datos del SPSS, 2020

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 8, se aprecia los resultados de la prueba estadística Chi – Cuadrado empleado para identificar la relación entre las dimensiones de estudio cuyo resultado fue 12,292a con 2 grados de libertad y un valor de significancia de 0.002 que es por debajo del margen de error del 0.05, demostrando que existe una relación significativa entre las dimensiones competencias para la acción estratégica y expansión.

V. DISCUSION

En el presente trabajo de investigación se empleó para la discusión la triangulación que consiste en relacionar los resultados obtenidos de la investigación con los antecedentes relacionados al tema y las teorías empleadas.

El objetivo general hace referencia a las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú SAC, 2020. Con respecto a los resultados obtenidos a través de la prueba Chi-cuadrado se determinó que existe relación entre ambas variables de estudio al contar con un resultado de 10,601a con 2 grados de libertad y el valor de significancia 0.005, de la misma manera en los resultados de la encuesta aplicada se pudo apreciar que las competencias gerenciales se ubican en un nivel eficaz con un 89,2%, y el crecimiento empresarial en un nivel adecuado con un 89,2%.

Estos resultados se asemejan con los de Chinchay (2018), concluyendo que las competencias gerenciales se relacionan con el desarrollo organizacional, con un resultado; $\rho = 0.0702$ y $p = 0.000$, que significa la correlación positiva para sus dos variables, reflejándose que si poseen un alto nivel de competencias gerenciales (69%) y dentro de ello, el desarrollo organizacional en un nivel óptimo (82%).

Además de ello, los resultados mostrados se asemejan por que se halló la relación, en el caso de la presente investigación el Chi-cuadrado y en el caso del antecedente el coeficiente de Spearman, la población estuvo conformada por 91 trabajadores, el instrumento empleado fue el cuestionario, conformados por 20 ítems para su primera variable y por 25 ítems para la segunda variable ambos en la escala de Likert, de tal manera que por medio de un muestreo probabilístico del total de todos los trabajadores, evaluó a 39 trabajadores entre gerentes, subgerentes, jefes de oficina de su objeto de estudio. Las dimensiones del estudio no se asemejan así como los indicadores a comparación del estudio realizado.

De esta manera, se confirma la teoría tridimensional de la eficacia gerencial de Reddin, citado en Chiavenato (2006), quien menciona que al administrador o gerente sea eficaz en varias situaciones y medir su desempeño en la capacidad

de que él pueda variar su estilo de manera correcta en situaciones de cambio, en la cual se basa en tres conceptos; eficacia gerencial, estilos gerenciales y las habilidades gerenciales básicas; sumado a ello el aporte de Hellriegel, Jackson y Slocum (2009), quienes mencionan que la empresa es un grupo formal y coordinado de personas, la cual se desarrolla para cumplir objetivos específicos, y así llegar al desarrollo organizacional y que la longevidad de la organización esté asegurada, por lo que los gerentes cada vez tienden a ser más competentes y prestar gran atención a todo lo que ocurre dentro y fuera de sus organizaciones.

En tal sentido, el trabajo realizado tomo como pautas la teoría de la eficacia gerencial de Reddin, donde se ratifica los resultados en los que se muestran que las competencias gerenciales empleadas de manera eficaz ayudan al óptimo crecimiento empresarial.

De la misma manera, de acuerdo al primer objetivo específico basado en identificar la relación de las competencias para la comunicación con la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020, a través de la prueba Chi-cuadrado se identificó que no existe relación entre ambas dimensiones de estudio al contar con un resultado de 126.127a con 2 grados de libertad y un valor de significancia de 0.101 que es por encima del margen de error del 0.05, así mismo en los resultados de la encuesta aplicada se pudo apreciar que las competencias para la comunicación se encuentran en nivel eficaz con un 62,2%, y la publicidad se encuentra en un nivel adecuado con un 86,2%, y con una intersección de ambas dimensiones en un 59,5%.

Estos resultados no guardan similitud con los de Salazar (2017), debido a que sostiene que al analizar la estadística inferencial con el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0777. Determinando que si existe un alto grado de relación entre su primera variable y la comunicación interna en su objeto de estudio.

Por lo tanto, estos resultados difieren del aporte de Pacheco (2005), quien manifiesta que para la buena comunicación organizacional el gerente debe tener características como; liderazgo, para facilitar el trabajo en equipo, adecuado manejo de los conflictos; en base a eso obtener un clima organizacional óptimo donde todos los trabajadores se encaminen en las metas de la organización.

En tal sentido, el estudio tomo como pautas el aporte de Pacheco (2005), donde se constató que los resultados en los que demuestran que si no se aplica una eficaz competencias para la comunicación no permitirá a la empresa que haya más publicidad, debido a que las competencias para la comunicación son aquellas que permiten crear en los trabajadores, liderazgo, capacidad de negociación, buenas relaciones interpersonales para facilitar el trabajo en equipo todo ello con el fin de que la publicidad no se vea estancada.

De acuerdo al segundo objetivo específico basado en describir la relación de la competencia para la gestión y la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020, a través de la prueba Chi-cuadrado se describió que existe relación entre ambas dimensiones de estudio al contar con un resultado de 150.364a con un 8,224a con 2 grados de libertad y un valor de significancia de 0.016 que es por debajo del margen de error del 0.05, así mismo en los resultados de la encuesta aplicada se pudo apreciar que las competencias para la gestión se encuentran en un nivel eficaz con un 83,8%, y la organización empresarial en un nivel adecuado con un 83,8%; y con una intersección de ambas dimensiones en un 75,7%.

Estos resultados se asemejan con la investigación de Arévalo (2018), quien determinó que existe una correlación directa alta de 0.768 de acuerdo al Rho de Spearman, entre sus variables; Gestión por competencias y gestión administrativa.

Por lo siguiente, se confirma el aporte de Mora, Duran & Zambrano (2016), donde mencionan que la gestión engloba operaciones con la dirección y administración de la empresa, además es un trámite con documentación, para hacer, conseguir, resolver asuntos en la organización.

En tal sentido, el estudio toma como pautas el aporte de Mora, Duran & Zambrano (2016), donde se afirma que, los resultados en los que se demuestra que las competencias para la gestión brindan ventajas en cuanto a la organización empresarial.

Por último, en el tercer objetivo específico basado en conocer la relación entre la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020, a través de la prueba Chi-cuadrado se determinó que existe relación

entre ambas dimensiones de estudio al contar con un resultado de 12,292a con 2 grados de libertad y un valor de significancia de 0.002 que es por debajo del margen de error del 0.05, así mismo en los resultados de la encuesta aplicada se pudo apreciar que las competencias para la acción estratégica se ubica en un nivel eficaz con un 89,2%, y la expansión se encuentra en un nivel adecuado en un 91,9%; y con una intersección en un 86,5%.

Estos resultados guardan similitud con la investigación de Esquivel (2019), quien sustenta que sus dimensiones que es la relación entre la acción estratégica de las competencias gerenciales y la segunda variable es de 0.751; de esa manera concluyó; que existe relación directa significativa, con un p-valor=0.002 (p-valor<0.05) para sus variables de estudio.

Por lo siguiente, se confirma el aporte de Contreras (2013), en la cual cita a Davies, donde manifiesta que la estrategia tiene múltiples opciones, caminos y resultados, para hacer de manera adecuada cualquier trabajo, su diseño engloba todo eso y es más difícil de proponer estrategias que, hablar de soluciones lineales y simples.

En tal sentido, el estudio tomó como pautas el aporte de Contreras (2013), donde se corroboró los resultados en los que demuestran que el manejo de eficaz de las competencias para la acción estratégica logra resultados importantes a nivel de expansión y el crecimiento empresarial.

VI. CONCLUSIONES

- Primero: Se determinó que las competencias gerenciales se relacionan significativamente con el crecimiento empresarial, al obtener los resultados de la prueba Chi-cuadrado, donde se obtuvo el valor de 10,601a con 2 grados de libertad y con una significancia de 0,005, menor a 0,05, las competencias gerenciales se encontraron en un nivel eficaz de 89,2%, y el crecimiento empresarial en 89,2%, considerando que en la empresa se emplean las competencias gerenciales de manera eficaz porque existe competencias para la comunicación, gestión y acción estratégica para alcanzar el crecimiento empresarial.
- Segundo: Se identificó que las competencias para la comunicación no se relacionan con la publicidad, al obtener los resultados de la prueba Chi-cuadrado, donde se obtuvo el valor de 4,582a con 2 grados de libertad y con una significancia de 0,101, mayor a 0,05, las competencias para la comunicación se encontraron en un nivel eficaz de 62,2%, y la publicidad en 86,5%, considerando que la empresa emplea los correos, comunicación bilateral, relaciones interpersonales y negociación interna y externa de manera eficaz, pero esto no se ve relacionado en cuanto a la publicidad de la empresa.
- Tercero: Se describió que existe una relación significativa entre las competencias para la gestión y la organización empresarial, al obtener los resultados de la prueba Chi-cuadrado, donde se obtuvo un valor de 8,224a con 2 grados de libertad y con una significancia de 0.016, menor a 0,05, las competencias para la gestión se encontraron en un nivel eficaz de 83,8%, y la organización empresarial en 83,8%, considerando que la empresa desarrolló las competencias para la gestión tales como resolución de problemas, supervisión de tareas designadas, liderazgo, desarrollo de equipo y la buena toma de decisiones y así, la organización empresarial se muestra correcta dentro de la organización.

Cuarto: Se conoció que existe una relación significativa entre las competencias para la acción estratégica y la expansión, al obtener los resultados de la prueba Chi-cuadrado, donde se obtuvo un valor de 12,292a con 2 grados de libertad y con una significancia de 0,002, menor a 0,05, las competencias para la acción estratégica se encontraron en un nivel eficaz con un valor un 89.2%, y la expansión en 91.9%, considerando que la empresa desarrolló las competencias para la acción estratégica de manera eficaz relacionándolos de manera adecuada para la expansión que tiene la empresa en cuanto a alianzas estrategias y sucursales a nivel nacional.

VII. RECOMENDACIONES

- Primero: Al gerente de la empresa CAM del Perú SAC, implementar una base de datos donde se encuentren, los documentos de los clientes, también crear un sistema interconectado con todas las sucursales para que los colaboradores observen en tiempo real la cantidad de stock que tienen.
- Segundo: Al gerente de la empresa CAM del Perú SAC, realizar talleres de comunicación para mejorar la atención al cliente, así como capacitaciones constantes al personal sobre nuevas técnicas de ventas y generar así la publicidad de boca a boca, para que la empresa sea más reconocida.
- Tercero: A los supervisores de área de la empresa CAM del Perú SAC, crear incentivos a través de reconocimiento al mejor personal por mes de igual manera ofrecer regalos, vales de consumo de tal manera que al colaborador siga en una constante mejora dentro de la empresa.
- Cuarto: Al personal administrativo de la empresa CAM del Perú SAC, buscar nuevos proveedores con el fin de optimizar los gastos y crear exhibiciones, pruebas de manejo, show rooms, ferias donde se promocióne la marca y ofreciendo promociones en ciertos productos, para generar fidelización en el cliente.

REFERENCIAS

- Aguilera, A. y Puerto, D. (Enero/junio, 2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Revista científica pensamiento y gestión* (3977). Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3977/3864>
- Aguilera, A. y Virgen, V. (Julio/diciembre, 2016). Model for developing strategies specific to sme business growth. *Entramado* (2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265449670003>
- Arango, E. Briceño, A y Delegado, J. (2018), Diversificación como estrategia de expansión: efectos en el rendimiento operativo de empresas mexicanas. *Universidad del Zulia* (83). Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29058775005/html/index.html>
- Aravena, P. Moraga, J. Cartes, R. y Manterola, C. (abril, 2014), Validity and Reliability in Dental Research. *Int. J. Odontostomat.* (1). Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijodontos/v8n1/art09.pdf>
- Arevalo, A. (2018). Gestión por Competencias y Gestión Administrativa en el Gobierno Regional del Callao, 2018 (Tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21250/Arevalo_AA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (6.ª ed.). Caracas: editorial Episteme.
- Arias, J. Villasís, M. y Miranda, M. (abril/junio, 2016), The research protocol III. Study population. *Revista alergia*. (2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Bbc New mundo. (2018). *Why are there so many bad bosses that we don't know how to manage their teams?* Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46297455>
- Becerra, M. Cortes, E y Bravo, J (agosto, 2014). Factores de la Satisfacción del Cliente y su Influencia En La Competitividad De La Industria

Restaurantera. *European Scientific Journal* (22). Recuperado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.841.1696&rep=rep1&type=pdf>

Bohórquez, L. (abril/junio, 2013). La organización empresarial como sistema adaptativo complejo. *Estudios Gerenciales* (127). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21229175015.pdf>

Chiavenato, I. (2006). *Introducao à Teoría Geral da Administraco*. (7.^a ed.). México: McGraw – Hill.

Chinchay, C. (2018). Competencias gerenciales y desarrollo organizacional en la Municipalidad Distrital de Miguel Checa, 2018 (Tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/28576/Chinchay_CC_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Contreras, E (julio/diciembre, 2013), El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*. (35). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

Daza, J. (abril/junio, 2016). Firm growth and profitability for the industrial sector in Brazil. *Contaduría y administración* (2). Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215001278>

Eke, E. y Raath E. (noviembre, 2013) SMME Owners' Financial Literacy and Business Growth. *MC SER Publishing* (13). Recuperado de <https://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/1528>

El Comercio. (2020). *Más de 4.700 autos nuevos se dejaron de vender en marzo de este año*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/mas-de-4700-autos-nuevos-se-dejaron-de-vender-en-marzo-autos-asociacion-automotriz-del-peru-adrian-revilla-coronavirus-noticia/?ref=ecr>

Esquivel, R. (2019). Relación de las Competencias Gerenciales de los Químicos Farmacéuticos con la productividad en una cadena de boticas de la ciudad de Trujillo, 2019 (Tesis de maestría). Recuperado de

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/37951/esquivel_lr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Feijo, B. (noviembre, 2009). Imputación de hechos delictivos en estructuras empresariales complejas. *CIIDPE*. Recuperado de <http://www.ciidpe.com.ar/area1/imputacion%20de%20hechos%20delictivos.feijoosanchez.pdf>

Fracitelli, F. Uribe, A. Gonzales, R. Moreno, I y Orengo, J. (Mayo/agosto, 2017), Investigación: Diseño, construcción y validación de una escala para medir los factores psicosociales y la sintomatología orgánica en el área laboral. *Informes Psicológicos*, 18(1). Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/informespsicologicos/article/download/622/454/848>

Galleli, Hourneaux y Munck (setiembre, 2019) A Proposal for the Management of Human Competences for Sustainability. *Revista de Administração FACES Journal* (3). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194062320001>

Garmendia, J. (octubre, 2015). Border SME entrepreneurs management skills, its context and its success Real. *Aibi revista de investigacion* (2). Recuperado de <http://revistas.udes.edu.co/index.php/aibi/article/view/511>

Gestión. (2016). *Una de cada cuatro medianas empresas registran caídas de 50% en ventas por su mala gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/cuatro-medianas-empresas-registran-caidas-50-ventas-mala-gestion-115183-noticia/?ref=gesr>

Gestión. (2020). *Coronavirus: 12 acciones que deben considerar los CEO en tiempos de pandemia*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/coronavirus-peru-12-acciones-que-deben-considerar-los-ceo-en-tiempos-de-pandemia-del-covid-19-estado-de-emergencia-nndc-noticia/?ref=gesrd>

Gil León, J. M.; Cruz Vásquez, J. L. y Lemus Vergara, A. Y. (2018). Desempeño financiero empresarial del sector agropecuario: un análisis comparativo

entre Colombia y Brasil -2011-2015-. *Revista EAN*, 84, (pp 109-131). DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1920>

Godas, L. (septiembre, 2007), El uso de la Publicidad, Instrumentos para el diseño de marketing en la oficina de farmacia XII. *Gestión Farmacéutica* (8). Recuperado de <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-pdf-13109819>

Gómez, B. (2016). Advertising: ethics and manipulation to the service of the organizations. *Sphera Publica*, (2). Recuperado de <http://193.147.26.137/index.php/sphera-01/article/download/285/263>

Gómez, B. (2017). *Basics of Advertising*. (1.ª ed.). Madrid: Esic editorial.

Helleriegel, D. Jackson, S. y Slocum, J. (2009). *Administration. A Skill-Based Approach*. (11.ª ed.). México: Cengage Learnig.

Hernández, S. Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de Investigación*. (6.ª ed.). México: McGraw – Hill.

Loureiro, D. (2015). *Investigación y recogida de información de mercados: Identificación de variables de estudio y desarrollo del trabajo de campo*. Vigo: Ideas propias.

Lozada, J. (diciembre, 2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *Cienciamerica* (3). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

Marulanda, C. López, M. y López, F. (julio/agosto, 2016) La Cultura Organizacional y las Competencias para la Gestión del Conocimiento en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) de Colombia. *Inf. tecnol. La Serena* (6). Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v27n6/art02.pdf>

Mendieta, G. (abril/setiembre, 2015). Informantes y muestreo en investigación cualitativa. *Investigaciones Andina*. (30). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2390/239035878001.pdf>

Mendoza, D. y López, D. (mayo/junio, 2015), Pensamiento Estratégico: Centro Neurálgico De La Planificación Estratégica Que Transforma La Visión En

Acción. *Económicas CUC* (1). Recuperado de <http://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2373/Pensamiento%20estrat%C3%A9gico.%20centro%20neur%C3%A1lgico%20de%20la%20planificaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20que%20transforma%20la%20visi%C3%B3n%20en%20acci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mora, L. Duran, M. y Zambrano, J. (2016), Current Considerations on Business Management. *Revista científica dominio de las ciencias* (4). Recuperado de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/276>

Otzen, T. Manterola, C. (marzo, 2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol* (1). Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Pacheco, R. (junio, 2005). Competencias claves para la comunicación Organizacional. *Revista Latinoamérica Para La Comunicación Chasqui*. (90). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16009013.pdf>

Pavía, I. (2012). *Business and Human Resources Organization*. (1.^a ed.). Malaga: IC Editorial.

Reyes, K. (2016). Habilidades gerenciales y Desarrollo organizacional (estudio realizado con gerentes de los hoteles inscritos en la asociación de Hoteles de Quetzaltenango) (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/43/Reyes-karla.pdf>

Salazar, R. (2017). Competencias laborales y Comunicación interna en la División de Transito de la PNP Lima. 2016 (Tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7125/Salazar_SR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Segredo, A. García, A. López, P. León, P. Perdomo, I. (enero/abril, 2017) Organizational communication as a necessary dimension to measure the environment in public health organizations. *Horiz. Sanitario* (1). Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/hs/v16n1/2007-7459-hs-16-01-00028.pdf>

- Semana. (2020). *Muchas habilidades que buscan las empresas no se aprenden en la universidad*. Recuperado de [https://www.semana.com/educacion/articulo/como-hacer-una-buena-
hoja-de-vida-entrevista-al-director-de-linkedin/668934](https://www.semana.com/educacion/articulo/como-hacer-una-buena-hoja-de-vida-entrevista-al-director-de-linkedin/668934)
- Smutny, P. Prochazka, J. y Vaculik, M. (octubre/diciembre, 2016) The Relationship between Managerial Skills and Managerial Effectiveness in a Managerial Simulation Game. *Rev Innovar* (62). Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v26n62/v26n62a02.pdf>
- Tarziján, J. (2018). *Fundamentals of Business Strategy*. (5.^a ed.). Santiago: Editorial UC.
- Torres, M. Paz, K. y Salazar, F. (2019). Métodos de recolección de datos para una Investigación. *UDG virtual* (3). Recuperado de [http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-
PRIMERO/boletin03/URL_03_BAS01.pdf](http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin03/URL_03_BAS01.pdf)
- Urrutia, M. Barrios, S. Gutiérrez, M. y Mayorga, M. (julio/setiembre, 2014) Métodos óptimos para determinar validez de contenido. *Educ. Med. Super.* (3). Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v28n3/ems14314.pdf>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de operacionalización de variables.

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
V1 Competencias Gerenciales	Hellriegel, Jackson y Slocum (2002), mencionan que "Las competencias gerenciales son el conjunto de conocimientos, habilidades, comportamientos y actitudes que una persona debe poseer para ser efectiva en un amplio abanico de puestos y en distintas clases de organizaciones". (p. 4)	Esta variable será operacionalizada a través de 3 dimensiones: competencias para la comunicación efectiva, competencias para la gestión; lo que nos permitirá determinar la relación que existe entre las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú SAC 2020. En lo cual será valorada a través de un cuestionario la misma que tiene ítems para cada una de las dimensiones.	Competencia para la Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitaciones - Correos - Comunicación bilateral - relaciones interpersonales - negociación 	ORDINAL
			Competencias para la gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Resolución de problemas - Supervisión de tareas - Liderazgo para el cambio - Desarrollo del equipo - Toma de decisiones 	
			Competencias para la Acción Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación empresarial - Conocimiento del mercado. - Conocimiento de la organización - Ejecución de estrategias - Alternativas de administración 	
V2 Crecimiento Empresarial	Aguilera, Puerto (2012), definen al "crecimiento empresarial como un índice de comportamiento dinámico de la empresa que mide su aptitud para ensanchar sus posibilidades comerciales, financieras y técnicas en mercados con alto grado de dinamismo tecnológico y, en consecuencia, con altas dosis de incertidumbre, lo que obliga a las empresas que quieran mantener la paridad competitiva con sus más directos rivales, a igualar, al menos, la generación de recursos para desarrollar sus estrategias de inversión en I+D, marketing y nuevos equipos productivos, asegurando con ello la supervivencia". (p. 3).	Esta variable se medirá mediante 3 dimensiones: expansión, publicidad, organización empresarial; en la que se relacionan con el crecimiento empresarial, en lo cual será valorada a través de un cuestionario, la misma que tiene ítems para cada una de sus dimensiones	Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> - que vender - como vender - Medios Digitales - Publicidad tradicional - Promoción 	ORDINAL
			Organización Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura organizacional - Delegación de trabajos - Áreas anexadas - Optimización de recursos - Objetivo empresarial 	
			Expansión	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento interno - Alianzas estratégicas - sucursales - Proveedores - Clientes 	

Anexo 02: Instrumento de recolección de datos.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ENCUESTA A LOS TRABAJADORES DEL "CENTRO AUTOMOTRIZ MULTIMARCA DEL PERU SAC" SOBRE
COMPETENCIAS GERENCIALES Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL

I. DATOS GENERALES:

- | | | |
|--------------|-------------------|-------------------|
| 1. GENERO: | 2. AREA: | 3. EDAD: |
| A) Masculino | A) Ventas | A) (18 - 33 años) |
| B) Femenino | B) Postventa | B) (34 - 49 años) |
| | C) Administrativo | C) (50 - 65 años) |

II. INSTRUCCIONES:

Estimado(a) colaborador(a) la presente encuesta hace referencia a las Competencias Gerenciales y el Crecimiento Empresarial, por lo que se le solicita responder con total sinceridad marcando con una (X) la alternativa que usted crea conveniente. Les agradezco por su apoyo.

III. PREGUNTAS:

1.	¿La empresa realiza capacitaciones dirigido hacia los trabajadores?
	A) Sí, varias veces trimestralmente
	B) Sí, solo una vez trimestralmente
	C) Solo cuando se acuerdan
	D) Solo cuando ocurre algo
	E) Nunca hay capacitación
2.	¿Utilizan los correos para el intercambio de información todos los miembros de la empresa?
	A) Sí, todos los trabajadores
	B) Solo el personal administrativo
	C) Personal administrativo y vendedores
	D) Solo los vendedores
	E) Nadie utiliza correos
3.	El gerente da charlas a todos los miembros de la empresa, pero justo ese día falta un trabajador, ¿Usted le informa a su compañero de todo lo que se habló en dicha reunión?
	A) Sí, siempre hacemos eso
	B) Si, si me lo pide
	C) Solo a veces
	D) Cuando se me ocurre
	E) No, nunca hacemos eso
4.	Si llega un trabajador nuevo a la empresa, ¿Cómo es su actitud hacia él?
	A) Le brinda su amistad y socializa con el
	B) Le da su confianza y le enseña del trabajo
	C) Solo le enseña del trabajo
	D) Es indiferente
	E) No socializo con nadie
5.	¿En algún momento usted tuvo ciertos impases en la empresa que terminó en una negociación con el gerente?
	A) Si hubo, pero se negoció
	B) Si hubo y no se negoció
	C) No hubo impases
	D) Siempre ocurren impases, pero se negocia
	E) Siempre ocurren impases, pero no se negocia

6.	¿Si vendió o reparó un vehículo y en ese momento no arranca como soluciona el problema?
	A) Actúas de inmediato tratando de solucionar el problema
	B) Al cliente le dices que regrese otro día
	C) Avisas a tu jefe inmediato
	D) Buscas ayuda
	E) No haces nada
7.	¿Usted llena un control de las actividades que desempeña en su área de trabajo?
	A) Si llenan el control, especificando todas las actividades
	B) Solo a veces llenan el control
	C) Solo cuando se les pide llenan el control
	D) No llenamos un control
	E) Solo trabajan y no saben más nada
8.	Mediante el tiempo que está en la organización, ¿Usted creció profesionalmente y ayudo a sus compañeros para que también lo hagan?
	A) Si creció, y ayudo a sus compañeros a crecer profesionalmente
	B) Usted solo creció profesionalmente
	C) Solo sus compañeros crecieron profesionalmente
	D) Solo la empresa crece y los trabajadores no
	E) Nadie crece profesionalmente
9.	Si le dieran a elegir entre trabajar solo o trabajar en equipo, ¿Cuál elegiría usted?
	A) Trabaja en equipo y comparte experiencia
	B) Trabaja en equipo sin dialogar
	C) Trabaja en equipo pero no se siente cómodo
	D) Trabaja solo
	E) No trabaja en ninguno de los dos casos
10.	Si usted tuviera dos clientes que desean un mismo vehículo que es el único que tiene en stock la tienda, ¿Qué decisión tomaría usted?, si el primer cliente quiere pagar al contado , pero llegó segundo a cotizar el vehículo; el segundo cliente llegó primero a cotizar el vehículo pero lo desea financiado
	A) Vendes el vehículo al segundo cliente que llevo a la tienda
	B) Vendes el vehículo al primer cliente que llevo a la tienda
	C) Ofreces otro vehículo a ambos clientes para no quedar mal con ellos
	D) Vendes el vehículo al que no pide descuento
	E) No doy la cara a los clientes
11.	Si le dan a elegir para que pueda trabajar en otras concesionarias de la ciudad de Huaraz, ¿Se iría de la empresa?
	A) No, estoy bien en esta empresa
	B) No, pero si se cumple el contrato lo consideraría
	C) Se retiraría, renunciando a su contrato
	D) Menciona a la empresa que se retira por otros temas y se retira para trabajar en la otra concesionaria
	E) Se retira sin decir nada a nadie
12.	Usted tiene conocimiento de las siguientes concesionarias de la ciudad de Huaraz : - Autonort - Grupo Moreno - Perú car - Automotores Yoshival - CAM del Perú - Interamericana Trujillo - FIMSAC
	A) Sí, todas las concesionarias
	B) Solo algunas, en su mayoría
	C) Solo algunas, en su minoría
	D) Solo conoce la concesionaria donde trabaja
	E) No conoce ninguna concesionaria
13.	¿Conoce el rubro que pertenece la empresa donde usted trabaja?
	A) Si conozco, porque es de importancia
	B) No conozco, porque no es de importancia
	C) Tiene dudas
	D) Solo se dedica a trabajar
	E) Desconoce

14. Viviendo la actualidad con respecto al COVID -19, ¿La empresa, estableció protocolos para su trabajo?	A) Si lo hizo en su totalidad
	B) Lo hizo, pero evito algunos protocolos
	C) Aún están evaluando los protocolos
	D) No hizo ningún protocolo y no trabajamos
	E) Trabajan sin ningún protocolo
15. Cuando ocurre un problema "X" en la empresa, ¿Cómo solucionan dicho problema?	A) Avisan al supervisor y juntos solucionan el problema
	B) Avisan al supervisor y que él lo solucione
	C) Lo solucionan entre los trabajadores
	D) No es problema de los trabajadores
	E) No hacen nada
16. ¿Usted conoce las partes de un vehículo automotriz que sirve para la venta de los productos?	A) Sí, en su totalidad
	B) Solo algunas partes
	C) Conoce el vehículo pero no sus partes
	D) Solo la carrocería y el color
	E) No conoce que es un vehículo automotriz
17. Si un cliente llega a cotizar un vehículo o repuesto, ¿Cómo actúa ante el cliente?	A) Se presenta formalmente, lo saluda y le menciona en que le podría ayudar
	B) Solo lo saluda
	C) Deja que el cliente solo hable
	D) Busca ayuda para atender al cliente
	E) Se esconde del cliente
18. ¿Usted ha podido apreciar publicidad de la empresa por los medios digitales?	A) Si por Facebook y pagina web de la empresa
	B) Solo Facebook
	C) Solo, pagina web de la empresa
	D) No ha visto publicidad de la empresa
	E) La empresa no realiza publicidad digital
19. ¿Usted ha podido apreciar publicidad de la empresa mediante televisión y radio?	A) Sí, me agrado
	B) Sí, pero no me agrado
	C) Sí, solo televisión
	D) Sí, solo radio
	E) No existe publicidad de la empresa en televisión y radio
20. ¿Qué incentivo le ofrece usted a su cliente, para que pueda cerrar la venta?	A) Promociones de precio
	B) Promociones de regalo
	C) Promociones de prueba del vehículo
	D) Ninguna promoción, se cierra la venta tal y como es
	E) No se hace promociones
21. ¿Conoce sus funciones y en qué área está dentro de la empresa?	A) Conoce sus funciones y el área donde trabaja, como también las demás áreas de la empresa
	B) Si conoce sus funciones y el área donde trabaja
	C) Solo conoce sus funciones
	D) Solo conoce el área donde trabaja
	E) No conoce sus funciones ni las áreas de trabajo
22. ¿La empresa le otorga autoridad y responsabilidad de tomar sus propias decisiones en el proceso de su trabajo?	A) Sí, pero siempre informando lo que acontece
	B) Sí, pero no se informa nada
	C) Solo en ocasiones le otorga autoridad y responsabilidad
	D) Solo le dan responsabilidad pero no autoridad para el trabajo
	E) No otorga nada la empresa

23. Cuando tiene que enviar un reporte de su trabajo, ¿A quiénes envía el reporte?	A) A las áreas que necesitan del reporte
	B) A todas las áreas de la empresa
	C) A su jefe inmediato
	D) Al supervisor, y el que envía a los demás
	E) No envía a nadie el reporte
24. Usted observa en la empresa, cuando van a desarmar o hacer montaje de un vehículo, ¿Lo hacen de forma mecánica, o utilizan las herramientas hidráulicas?	
	A) Emplea ambas, si la situación lo requiere
	B) Utiliza herramientas hidráulicas
	C) Utiliza la forma mecánica
	D) Emplea otro tipo de herramientas
	E) No se atreve a desarmar un vehículo
25. ¿Le dieron a conocer los objetivos a cumplir en este año de la empresa?	
	A) Si los conozco
	B) Sí, pero le mencionaron solo algunos
	C) Conoce menos que más objetivos
	D) Si le menciona ron, pero no se acuerda
	E) No conoce ningún objetivo de la empresa
26. Usted en el transcurso que está en el empresa, ¿Aprecia que la empresa va renovando herramientas de trabajo más modernas?	
	A) Las herramientas cada vez son más modernas
	B) Existen herramientas modernas , como antiguas
	C) Las herramientas son antiguas
	D) Las herramientas son las mismas
	E) Las herramientas son antiguas y obsoletas
27. ¿Conoce si la empresa donde trabaja, esta aliada a otra empresa del mismo sector?	
	A) Sí, por eso es una concesionaria
	B) Sí, por eso se trabaja en nombre de otra empresa
	C) Sí, la empresa depende de otra empresa
	D) La empresa es única e independiente
	E) La empresa no necesita de otras empresas
28. ¿Usted sabe si la empresa tiene otros lugares de atención a nivel nacional?	
	A) Sí, por eso es una concesionaria
	B) Sí, por eso se trabaja en nombre de otra empresa
	C) Sí, la empresa depende de otra empresa
	D) La empresa es única e independiente
	E) La empresa no necesita de otras empresas
29. Usted en el transcurso que está en la empresa, ¿Ha podido apreciar que la empresa trabaja con los mismos proveedores?	
	A) Sí, son los mismos
	B) A veces varia
	C) Tiene los mismos y contrata otros
	D) Siempre se cambian los proveedor es
	E) No hay proveedores
30. ¿La empresa tiene documentos que validen si los clientes retornan?	
	A) Sí, proformas en el área de ventas y ordenes de entrada en el área de postventa
	B) Solo ordenes de entrada en postventa
	C) Solo proformas en ventas
	D) Otros documentos se utiliza
	E) Ningún documento se utiliza

Fecha: _____

Hora: _____

Anexo 03: Ficha técnica del instrumento.

FICHA TECNICA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS N° 1	
Tipo de instrumento	Cuestionario personal
Denominado del instrumento	Cuestionario para determinar la relación de las Competencias Gerenciales y el Crecimiento Empresarial
Autoría	• Atusparia Jamanca Oscar Fernando
Duración de la aplicación	Aproximadamente 10 minutos
Muestra	37 trabajadores de la empresa CAM del Perú SAC.
Numero de ítems	30
Escala de medición	Ordinal
Dimensiones que evalúa	Competencias para la Comunicación, Competencias para la Gestión, Competencias para la Acción Estratégica, Publicidad, Organización empresarial, Expansión.
Método de muestreo	No probabilístico – Por conveniencia
Lugar de realización de campo	Empresa "CAM del Perú SAC" - Huaraz
Fecha de realización de campo	Del 28 al 30 de septiembre del 2020
Programa estadístico	IBM SPSS Statistics 22 y Microsoft Office

TABLA DE ESPECIFICACIONES

Cuestionario de Competencias Gerenciales y Crecimiento empresarial.

I. Datos Informativos:

- Autor : Atusparia Jamanca Oscar Fernando.
- Tipo de instrumento : Escala de opción de respuesta libre o distinta.
- Niveles de aplicación : Trabajadores de la empresa CAM del Perú.
- Administración : Individual
- Duración : 10 minutos.
- Materiales : Hoja impresa, lapicero.
- Responsable de la aplicación : Autor.

II. Descripción del Propósito:

El instrumento consta de 30 ítems de opinión con alternativas para determinar el nivel de relación entre las Competencias Gerenciales y el Crecimiento Empresarial de la empresa CAM del Perú.

III. Tabla de Especificaciones:

Dimensión	Indicador de evaluación	Peso %	Ítems	Puntaje
D1. Competencias para la Comunicación.	1. Capacitaciones	17%	1	1 - 5
	2. Correos		2	
	3. Comunicación bilateral		3	
	4. Relaciones interpersonales		4	
	5. Negociación		5	
D2. Competencias para la Gestión	6. Resolución de problemas	17%	6	1 - 5
	7. Supervisión de tareas		7	
	8. Liderazgo para el cambio		8	
	9. Desarrollo del equipo		9	
D3. Competencias para la Acción Estratégica	10. Toma de decisiones	17%	10	1 - 5
	11. Identificación empresarial		11	
	12. Conocimiento del mercado		12	
	13. Conocimiento de la organización		13	
	14. Ejecución de estrategias		14	
D4. Publicidad	15. Alternativas de administración	16%	15	1 - 5
	16. ¿Qué vender?		16	
	17. ¿Cómo vender?		17	
	18. Medios digitales		18	
	19. Publicidad tradicional		19	
D5. Organización Empresarial	20. Promoción	16%	20	1 - 5
	21. Estructura organizacional		21	
	22. Delegación de trabajos		22	
	23. Áreas anexadas		23	
	24. Optimización de recursos		24	
D6. Expansión	25. Objetivo empresarial	17%	25	1 - 5
	26. Crecimiento interno		26	
	27. Alianzas estratégicas		27	
	28. Sucursales		28	
	29. Proveedores		29	
	30. Clientes		30	
TOTAL		100 %	30 ítems	30 - 150

IV. Opciones de respuesta:

Nº de ítems	Opción de respuesta no homogénea	Puntaje
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30.	- A	5
	- B	4
	- C	3
	- D	2
	- E	1

V. Niveles de Valoración:

5.1. Valoración de las variables: Competencias Gerenciales y Crecimiento Empresarial.

VARIABLE	NIVEL	PUNTUACION
Competencias Gerenciales	Ineficaz	15 – 35
	Intermedio	36 – 55
	Eficaz	56 – 75

VARIABLE	NIVEL	PUNTUACION
Crecimiento Empresarial	Inadecuado	15 – 35
	Intermedio	36 – 55
	Adecuado	56 – 75

5.2. Valoración de la Variable 1: Competencias Gerenciales.

NIVEL	CRITERIOS	VALORES
Eficaz	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitaciones permanentes - Excelente uso de correos - Excelente comunicación bilateral - Relaciones interpersonales optimas - Excelente manejo de negociación - Constante resolución de problemas - Capacidad de supervisión de tareas - Constante liderazgo para el cambio - Adecuado desarrollo de equipo - Toma de decisiones optimas - Identificación empresarial excelente - Alto conocimiento del mercado - Alto conocimiento de la organización - Constante ejecución de estrategias - Constantes alternativas de administración 	56 – 75
Intermedio	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitaciones esporádicas - Eventual uso de correos - Comunicación bilateral media - Relaciones interpersonales esporádicas - Poco manejo de negociación - Se resuelven algunos problemas y otros no - Supervisión de tareas esporádicamente - Liderazgo para el cambio regular - Desarrollo de equipo deficiente - Toma de decisiones esporádicas - Poca identificación empresarial - Conocimiento del mercado con poca experiencia 	36 – 55

	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de la organización con poca experiencia - La ejecución de estrategias es temporal - administración con poca experiencia 	
Ineficaz	<ul style="list-style-type: none"> - No se desarrollan constantemente las capacitaciones - No se utiliza mucho los correos - Poco desarrollo de comunicación bilateral - Las relaciones interpersonales no son constantemente - Inadecuado manejo de negociación - Deficiente resolución de problemas - Inexistencia de supervisión de tareas - Inadecuado liderazgo para el cambio - Inadecuado desarrollo de equipo - Ineficiente toma de decisiones - Poca identificación empresarial - Conocimiento del mercado inadecuado - Conocimiento de la organización inadecuado - Ejecución de estrategias pésimas - Alternativas de administración sin experiencia 	15 – 35

5.3. Valoración de la variable 2: Crecimiento Empresarial.

NIVEL	CRITERIOS	VALORES
Adecuado	<ul style="list-style-type: none"> - Conocen que vender - Saben cómo vender - Alto uso de medios digitales - Alto uso de publicidad tradicional - Alta promoción - Adecuada estructura organizacional - Excelente delegación de trabajos - Áreas anexadas adecuadas - Excelente optimización de recursos - Optimo objetivo empresarial - Crecimiento interno adecuado - Excelentes Alianzas estratégicas - Sucursales en varias ciudades del país - Proveedores fijos - Creciente fidelización de clientes 	56 – 75
Intermedio	<ul style="list-style-type: none"> - Pocos saben que vender - Pocos saben cómo vender - Mediano uso de medios digitales - Mediano uso de publicidad tradicional - Medianas promociones - Estructura organizacional deficiente - Poca delegación de trabajos - Áreas anexadas deficientes - Optimización de recursos eventuales - Objetivo empresarial regular - Crecimiento empresarial deficiente - Alianzas estratégicas limitadas - Pocas sucursales en las ciudades del país - Rotación proveedores - Poco crecimiento de fidelización de clientes 	36 – 55

<p>Inadecuado</p>	<ul style="list-style-type: none"> - No conocen lo que van a vender - No saben cómo vender - Bajo uso de medios digitales - Bajo uso de publicidad tradicional - Bajas promociones - Inadecuada estructura organizacional - Delegación de trabajos nula - Inadecuadas áreas anexadas - Ausencia de optimización de recursos - Objetivo empresarial pésimos - Crecimiento empresarial inadecuado - No existen alianzas estratégicas - No existen sucursales - Rotación de proveedores no fijos - Ningún cliente regresa 	<p>15 – 35</p>
--------------------------	---	----------------

Anexo 04: Validez del Instrumento.

“Año de la Universalización de la Salud”

SOLICITA: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.

Lic. Junior Henry Espinoza Romero.

ATUSPARIA JAMANCA, Oscar Fernando, identificado con DNI N° 70839227, estudiante del IX ciclo de la Escuela de Administración de la “Universidad César Vallejo”, ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que, considerando que un instrumento de investigación elaborado debe ser válido y confiable para ser aplicado, solicito su apoyo profesional para realizar la validez del instrumento de investigación a juicio de experto, del proyecto de Tesis Titulado: Competencias Gerenciales y la relación con el Crecimiento Empresarial en la Empresa CAM Del Perú SAC, 2020. En tal sentido, solicito su cooperación y valioso aporte en su calidad de experto en la carrera profesional de Administración.

Por lo expuesto, agradezco por anticipado su espíritu altruista de colaboración y espero sus observaciones, indicaciones y visto bueno sobre el particular que contribuirán a la mejora del cuestionario para su posterior aplicación.

Adjunto:

- Elementos principales de plan de investigación.
- Guía de validez de contenido.
- Cuadro de validez de contenido o cuestionario con las dos variables.

Huaraz, 23 de junio del 2020.



ATUSPARIA JAMANCA, Oscar Fernando

DNI N° 70839227

ELEMENTOS PRINCIPALES DEL PROYECTO DE TESIS

1. TÍTULO: COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA CAM DEL PERÚ SAC, 2020.

2. PROBLEMA:

2.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera se relacionan las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?

2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

1.- ¿En qué medida se relacionan la competencia para la comunicación efectiva con la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020?

2.- ¿De qué manera las competencias para la gestión se relacionan con la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?

3.- ¿Cómo se relacionan la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020?

3. HIPÓTESIS

Hipótesis alterna: Existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

Hipótesis nula: No existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1.- Identificar la relación entre la competencia para la comunicación efectiva y la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020.

2.- Describir la relación de la competencia para la gestión y la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

3.- Conocer la relación entre la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020.

5. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se realizó a través de un enfoque cuantitativo, el estudio es de tipo aplicada y el diseño no experimental de tipo transeccional correlacional

GUÍA DE VALIDEZ DEL CUESTIONARIO ACERCA DE “Competencias Gerenciales y la relación con el Crecimiento Empresarial en la empresa CAM del Perú SAC, 2020.”

1.-CRITERIOS:

Se llevará a cabo la validez del cuestionario, mediante la validez de contenido a juicio de expertos: en tal sentido se debe evaluar si el instrumento es adecuado para demostrar o comprobar las hipótesis, la coherencia entre la variable y las dimensiones, coherencia entre las dimensiones y los indicadores, coherencia entre los indicadores y los ítems, así mismo se debe evaluar si la redacción es clara, precisa y comprensiva, y si las opciones de respuesta tienen coherencia con el ítem.

2.- INSTRUCCIONES:

En las columnas indicar con una (X) si existe coherencia de acuerdo a las categorías:

SI o NO.

- Si la mitad o la mayoría de las marcas (X) son desaprobatorias en cada pregunta escriba el término “INCORRECTO” en la columna DECISIÓN.
- Si la minoría de las marcas (X) son desaprobatorias en cada pregunta escriba brevemente su principal OBSERVACIONES en la columna DECISIÓN.
- Si toda las marcas (X) son aprobatorias en cada pregunta escriba “CORRECTO” en la columna DECISIÓN

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
TÍTULO DE LA TESIS: COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA CAM DEL PERÚ SAC, 2020.**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA												CRITERIOS DE EVALUACION				OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				Opciones de respuesta				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE ITEM Y LA OPCION DE RESPUESTA						
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
VI COMPETENCIAS GERENCIALES	COMPETENCIAS PARA LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Capacitaciones	1. ¿La empresa realiza capacitaciones dirigidas a los trabajadores?	A) si, varias veces trimestralmente	B) si, solo una vez trimestralmente	C) solo cuando se acuerdan	D) solo cuando ocurre algo	E) nunca hay capacitación	X		X				X			correcto		
		Correos	2. ¿Utilizan los correos para el intercambio de información todos los miembros de la empresa?	A) si, todos los trabajadores	B) solo el personal administrativo	D) personal administrativo y vendedores	C) solo los vendedores	E) nadie utiliza correos	X		X				X			correcto		
		comunicación bilateral	3. El gerente da charlas a todos los miembros de la empresa, pero justo ese día falta un trabajador. ¿usted le informa a su compañero de todo lo que se habló en dicha reunión?	A) si, siempre hacemos eso	B) si, si me lo pide	C) solo a veces	D) cuando se me ocurre	E) no, nunca hacemos eso	X		X				X			correcto		
		Relaciones interpersonales	4. Si llega un trabajador nuevo a la empresa como es su actitud hacia el:	A) le brinda su amistad y socializa con él	B) le da su confianza y le enseña del trabajo	C) solo le enseña del trabajo	D) es indiferente	E) no socializo con nadie	X		X				X			correcto		
	COMPETENCIAS PARA LA GESTION	Negociación	5. ¿En algún momento usted tuvo ciertos impases en la empresa que termino en una negociación con el gerente?	A) si hubo, pero se regreso a negocio	B) si hubo negocio	C) no hubo impases	D) siempre ocurren impases pero no se negocia	E) siempre ocurren impases pero no se negocia	X		X				X				correcto	
		Resolución de problemas	6. ¿si vendió o reparo un vehículo y en ese momento no arranca como solución a el problema?	A) actúas de inmediato tratando de solucionar el problema	B) al cliente le dices que regrese otro día	C) avisas a tu jefe inmediato	D) buscas ayuda	E) no haces nada	X		X				X			correcto		
		Supervisión de tareas	7. ¿usted llena un control de las actividades que desempeña en su área de trabajo?	A) si llenan el control especificando todas las actividades	B) solo a veces llenan el control	C) solo cuando se les pide llenan el control	D) no llenamos un control más nada	E) solo trabajan y no saben más nada	X		X				X			correcto		
		Liderazgo para el cambio	8. mediante el tiempo que está en la organización, usted creció profesionalmente y ayudo a sus compañeros para que también lo hagan	A) si creció, y ayudo a sus	B) usted solo creció	C) solo sus compañeros crecieron	D) solo la empresa crece	E) nadie crece profesionalmente	X		X				X				correcto	

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
TÍTULO DE LA TESIS: COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA CAM DEL PERÚ SAC, 2020.**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CRITERIOS DE EVALUACION												OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
					RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCION DE RESPUESTA		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCION DE RESPUESTA		
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
V2 CRECIMIENTO EMPRESARIAL	PUBLICIDAD	¿Que vender?	16. ¿usted conoce las partes de un vehículo automotriz que sirve para la venta de los productos?	A) si, en su totalidad	B) solo algunas partes	C) conoce el vehículo pero no sus partes	D) solo la carrocería y el color	E) no conoce que es un vehículo automotriz	X	X	X	X	X	X		correcto	
		¿Cómo vender?	17. ¿Cuándo un cliente ingresa a la tienda, como actúa usted?	A) se presenta formalmente, lo saluda y le menciona en que le podría ayudar	B) solo lo saluda	C) deja que el cliente solo hable	D) busca ayuda para atender al cliente	E) se esconde del cliente	X	X	X	X	X	X		correcto	
		medios digitales	18. ¿usted ha podido apreciar publicidad de la empresa por medios digitales?	A) si por Facebook y web de la empresa	B) solo Facebook	C) solo, pagina web de la empresa	D) no ha visto publicidad de la empresa	E) la empresa no realiza publicidad digital	X	X	X	X	X	X		correcto	
		Publicidad tradicional	19. ¿usted ha podido apreciar publicidad de la empresa mediante televisión y radio?	A) si, me agrado	B) si, pero no me agrado	C) si, solo televisión	D) si, solo radio	E) no existe publicidad de la empresa en televisión y radio	X	X	X	X	X	X		correcto	
		Promoción	20. que incentivo le ofrece usted a su cliente, para que pueda cerrar la venta	A) promoción es de precio	B) promoción es de regalo	C) promoción es de prueba del vehículo	D) ninguna promoción, se cierra la venta tal y como es	E) no se hace promoción es	X	X	X	X	X	X		correcto	
	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	Estructura organizacional	21. conoce de sus funciones y en qué área está dentro de la empresa	A) conoce sus funciones y el área donde trabaja, también las demás áreas de la empresa	A) si conoce sus funciones donde trabaja	C) solo conoce sus funciones	D) solo conoce el área donde trabaja	E) no conoce sus funciones ni las áreas de trabajo	X	X	X	X	X	X		correcto	

Delegación de trabajos	22. la empresa le otorga autoridad y responsabilidad de tomar sus propias decisiones en el proceso de su trabajo	A) si, pero siempre informando lo que acontece	B) si, pero no se informa nada	C) solo en ocasiones le otorga autoridad y responsabilidad	D) solo le dan responsabilidad pero no autoridad para el trabajo	E) no otorga la empresa	X	X	X	X	X	X	correcto
Áreas anexadas	23. cuando tiene que enviar un reporte de su trabajo, a quienes envía el reporte	A) a las áreas que necesitan del reporte	B) a todas las áreas de la empresa	C) a su jefe inmediato	D) al supervisor, y el que envía a los demás	E) no envía a nadie el reporte	X	X	X	X	X	X	correcto
Optimización de recursos	24. cuando va desarmar un vehículo, lo hace de forma mecánica, o utiliza las herramientas hidráulicas	A) emplea ambas, si la situación lo requiere	B) utiliza herramientas hidráulicas	C) utiliza la forma mecánica	D) emplea otro tipo de herramientas	E) no se atreve a desarmar un vehículo	X	X	X	X	X	X	correcto
Objetivo empresarial	25. le dieron a conocer los objetivos a cumplir en este año de la empresa	A) si los conozco	B) si, pero le mencionaron solo algunos	C) conoce menos que más objetivos	D) si le mencionaron, pero no se acuerda	E) no conoce ningún objetivo de la empresa	X	X	X	X	X	X	correcto
Crecimiento interno	26. usted en el transcurso que está en la empresa, ha podido apreciar que la empresa va renovando herramientas de trabajo más modernas	A) las herramientas son más modernas	B) existen herramientas modernas, como antiguas	C) las herramientas son antiguas	D) las herramientas son las mismas	E) las herramientas son antiguas y obsoletas	X	X	X	X	X	X	correcto
Alianzas estratégicas	27. conoce si la empresa donde trabaja, esta aliada a otra empresa del mismo sector	A) si, por eso es una concesionaria	B) si, por eso se trabaja en otra empresa	C) si, la empresa depende de otra empresa	D) la empresa es única e independiente	E) la empresa no necesita de otras empresas	X	X	X	X	X	X	correcto
Sucursales	28. usted sabe si la empresa tiene otros lugares de atención a nivel nacional	A) si, en varias ciudades	B) creo que en otra ciudad	C) creo que si, creo que no	D) no, solo en Huaraz	E) desconoce	X	X	X	X	X	X	correcto
Proveedores	29. usted en el transcurso que está en la empresa, ha podido apreciar que la empresa trabaja con los mismos proveedores	A) si son los mismos	B) a veces varía	C) tiene los mismos y contrata otros	D) siempre se los cambian	E) no hay proveedores	X	X	X	X	X	X	correcto
Clientes	30. la empresa tiene documentos que validen si los clientes retornan	A) si, proforma en el área de ventas y ordenes de entrada	B) solo ordenes de entrada en postventa	C) solo proformas en ventas	D) otros documentos se utiliza	E) ningún documento se utiliza	X	X	X	X	X	X	correcto
EXPANSION													

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta sobre Competencias Gerenciales y el Crecimiento Empresarial, en la empresa CAM del Perú, 2020
OBJETIVO: Determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020
DIRIGIDO A: Los trabajadores de la empresa CAM del Perú SAC.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : ESPINOZA ROMERO JUNIOR HENRY
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : LICENCIADO EN ADMINISTRACION



CLAD
Junior Henry Espinoza Romero
Licenciado en Administración
CLAD N° 07890

“Año de la Universalización de la Salud”

**SOLICITA: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE
INVESTIGACIÓN.**

Dr. Costilla Castillo Pedro Constante.

Docente de la escuela Profesional De Administración.

ATUSPARIA JAMANCA, Oscar Fernando, identificado con DNI N° 70839227, estudiante del IX ciclo de la Escuela de Administración de la “Universidad César Vallejo”, ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que, considerando que un instrumento de investigación elaborado debe ser válido y confiable para ser aplicado, solicito su apoyo profesional para realizar la validez del instrumento de investigación a juicio de experto, del proyecto de Tesis Titulado: Competencias Gerenciales y la relación con el Crecimiento Empresarial en la Empresa CAM Del Perú SAC, 2020. En tal sentido, solicito su cooperación y valioso aporte en su calidad de experto en la carrera profesional de Administración.

Por lo expuesto, agradezco por anticipado su espíritu altruista de colaboración y espero sus observaciones, indicaciones y visto bueno sobre el particular que contribuirán a la mejora del cuestionario para su posterior aplicación.

Adjunto:

- Elementos principales de plan de investigación.
- Guía de validez de contenido.
- Cuadro de validez de contenido o cuestionario con las dos variables.

Huaraz, 22 de junio del 2020.



ATUSPARIA JAMANCA, Oscar Fernando

DNI N° 70839227

ELEMENTOS PRINCIPALES DEL PROYECTO DE TESIS

1. TÍTULO: COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA CAM DEL PERÚ SAC, 2020.

2. PROBLEMA:

2.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera se relacionan las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?

2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

1.- ¿En qué medida se relacionan la competencia para la comunicación efectiva con la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020?

2.- ¿De qué manera las competencias para la gestión se relacionan con la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?

3.- ¿Cómo se relacionan la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020?

3. HIPÓTESIS

Hipótesis alterna: Existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

Hipótesis nula: No existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1.- Identificar la relación entre la competencia para la comunicación efectiva y la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020.

2.- Describir la relación de la competencia para la gestión y la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

3.- Conocer la relación entre la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020.

5. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se realizó a través de un enfoque cuantitativo, el estudio es de tipo aplicada y el diseño no experimental de tipo transeccional correlacional

GUÍA DE VALIDEZ DEL CUESTIONARIO ACERCA DE “Competencias Gerenciales y la relación con el Crecimiento Empresarial en la empresa CAM del Perú SAC, 2020.”

1.-CRITERIOS:

Se llevará a cabo la validez del cuestionario, mediante la validez de contenido a juicio de expertos: en tal sentido se debe evaluar si el instrumento es adecuado para demostrar o comprobar las hipótesis, la coherencia entre la variable y las dimensiones, coherencia entre las dimensiones y los indicadores, coherencia entre los indicadores y los ítems, así mismo se debe evaluar si la redacción es clara, precisa y comprensiva, y si las opciones de respuesta tienen coherencia con el ítem.

2.- INSTRUCCIONES:

En las columnas indicar con una (X) si existe coherencia de acuerdo a las categorías:

SI o NO.

- Si la mitad o la mayoría de las marcas (X) son desaprobatorias en cada pregunta escriba el término “INCORRECTO” en la columna DECISIÓN.
- Si la minoría de las marcas (X) son desaprobatorias en cada pregunta escriba brevemente su principal OBSERVACIONES en la columna DECISIÓN.
- Si toda las marcas (X) son aprobatorias en cada pregunta escriba “CORRECTO” en la columna DECISIÓN

COMPETENCIAS PARA LA ACCION ESTRATEGICA											
Supervisión de tareas	7. ¿usted llena un control de las actividades que desempeña en su área de trabajo?	A) si llenan el control especificando todas las actividades	B) solo a veces llenan el control	C) solo cuando se les pide llenan el control	D) no llenamos un control	E) solo trabajan y no saben más nada	X	X	X	X	correcto
Liderazgo para el cambio	8. mediante el tiempo que está en la organización, usted creció profesionalmente y ayudó a sus compañeros para que también lo hagan	A) si ayudó a sus compañeros a crecer profesionalmente	B) usted solo creció profesionalmente	C) solo sus compañeros crecieron profesionalmente	D) solo la empresa crece y los trabajadores no	E) nadie crece profesionalmente	X	X	X	X	correcto
Desarrollo del equipo	9. si le dieran a elegir entre trabajar solo o trabajar en equipo, ¿cuál elegiría usted?	A) trabaja en equipo y comparte experiencias	B) trabaja en equipo sin dialogar	C) trabaja en equipo pero no se siente cómodo	D) trabaja solo	E) no trabaja en ninguno de los dos casos	X	X	X	X	correcto
Toma de decisiones	10. si usted tuviera dos clientes que desean un mismo vehículo que es el único que tiene en stock la tienda, ¿qué decisión tomaría usted?, si el primer cliente quiere pagar al contado pero luego segundo a cotizar el vehículo, el segundo cliente luego primero a cotizar el vehículo pero lo desea financiado:	A) vendes el vehículo al segundo cliente que luego a la tienda	B) vendes el vehículo al primer cliente que luego a la tienda	C) ofreces otro vehículo a clientes para no quedar mal con ellos	D) vendes el vehículo al que no pide descuento	E) no doy la cara a los clientes	X	X	X	X	correcto
Identificación empresarial	11. si le dan a elegir para que pueda trabajar en otras concesionarias de la ciudad de Huaraz, ¿se iría de la empresa?	A) no, estoy bien en esta empresa	B) no, pero si se cumple el contrato lo consideraría	C) se retiraría, renunciaría a su contrato	D) menciona a la empresa que se retira por otros temas y se retira para trabajar en la otra concesionaria	E) se retira sin decir nada a nadie	X	X	X	X	correcto
Conocimiento del mercado	12. usted tiene conocimiento de estas concesionarias de la ciudad de Huaraz: - automot - Grupo moreno	A) si, todas las concesionarias	B) solo algunas, mayoría	C) solo algunas, minoría	D) solo conoce la concesionaria	E) no conoce ninguna concesionaria	X	X	X	X	correcto

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
TÍTULO DE LA TESIS: COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA CAM DEL PERÚ SAC, 2020.**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACION						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				OPCIONES DE RESPUESTA					RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE ITEM Y LA OPCION DE RESPUESTA				
				A) si, en su totalidad	B) solo algunas partes	C) conoce el vehículo pero no sus partes	D) solo la carrocería y el color	E) no conoce que es un vehículo automotriz	SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO
V2 CRECIMIENTO EMPRESARIAL	PUBLICIDAD	Que vender	16. ¿usted conoce las partes de un vehículo automotriz que sirve para la venta de los productos?	A) si, en su totalidad	B) solo algunas partes	C) conoce el vehículo pero no sus partes	D) solo la carrocería y el color	E) no conoce que es un vehículo automotriz	X		X				X		correcto
		Como vender	17. si un cliente llega a cotizar un vehículo o repuesto ¿Cómo actúa ante el cliente?	A) se presenta formalmente, lo saludó y le menciona en que le podría ayudar	B) solo lo saludó	C) deja que el cliente solo hable	D) busca ayuda para atender al cliente	E) se esconde del cliente	X		X				X		correcto
		medios digitales	18. ¿usted ha podido apreciar publicidad de la empresa por medios digitales?	A) si por Facebook y página web de la empresa	B) solo Facebook	C) solo, página web de la empresa	D) no ha visto publicidad de la empresa	E) la empresa no realiza publicidad digital	X		X				X		correcto
		Publicidad tradicional	19. ¿usted ha podido apreciar publicidad de la empresa mediante televisión y radio?	A) si, me agrado	B) si, pero no me agrado	C) si, solo televisión	D) si, solo radio	E) no existe publicidad de la empresa en televisión y radio	X		X				X		correcto
		Promoción	20. que incentivo le ofrece usted a su cliente, para que pueda cerrar la venta	A) promociónes de precio	B) promociónes de regalo	C) promociónes de prueba del vehículo	D) ninguna promoción, se cierra la venta tal y como es	E) no se hace promociones	X		X				X		correcto

		ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL											
		A) conoce sus funciones y el área donde trabaja, también las demás áreas de la empresa	A) si conoce sus funciones y el área donde trabaja	C) solo conoce sus funciones	D) solo conoce el área donde trabaja	E) no conoce sus funciones ni las áreas de trabajo							
Estructura organizacional	21. conoce de sus funciones y en qué área está dentro de la empresa	A) si conoce sus funciones y el área donde trabaja, también las demás áreas de la empresa	A) si conoce sus funciones y el área donde trabaja	C) solo conoce sus funciones	D) solo conoce el área donde trabaja	E) no conoce sus funciones ni las áreas de trabajo	X	X	X	X	X		correcto
Delegación de trabajos	22. la empresa le otorga autoridad y responsabilidad de tomar sus propias decisiones en el proceso de su trabajo	A) si, pero siempre informan lo que acontece	B) si, pero no se informa nada	C) solo en ocasiones le otorga autoridad y responsabilidad	D) solo le dan responsabilidad pero no autoridad para el trabajo	E) no otorga nada la empresa	X	X	X	X	X		correcto
Áreas anexadas	23. cuando tiene que enviar un reporte de su trabajo, a quienes envía el reporte	A) a las áreas que necesitan del reporte	B) a todas las áreas de la empresa	C) a su jefe inmediato	D) al supervisor, y el que envía a los demás	E) no envía a nadie el reporte	X	X	X	X	X		correcto
Optimización de recursos	24. usted observa en la empresa, cuando van a desarmar o hacer montaje de un vehículo, ¿lo hacen de forma mecánica, o utilizan las herramientas hidráulicas?	A) emplean ambas, si la situación lo requiere	B) utiliza herramientas hidráulicas	C) utilizan la forma mecánica	D) emplea otro tipo de herramientas	E) no se hace montaje ni, desmableje de un vehículo	X	X	X	X	X		correcto
Objetivo empresarial	25. le dieron a conocer los objetivos a cumplir en este año de la empresa	A) si los conozco	B) si, pero le mencionan solo algunos	C) conoce menos que más objetivos	D) si le mencionan, pero no se acuerda	E) no conoce ningún objetivo de la empresa	X	X	X	X	X		correcto
Crecimiento interno	26. usted en el transcurso que está en la empresa, ha podido apreciar herramientas de trabajo más modernas	A) las herramientas cada vez son más modernas	B) existen herramientas modernas, como antiguas	C) las herramientas son antiguas	D) las herramientas son las mismas	E) las herramientas son antiguas y obsoletas	X	X	X	X	X		correcto
Alianzas estratégicas	27. conoce si la empresa donde trabaja, esta aliada a otra empresa del mismo sector	A) si, por eso es una concesionaria	B) si, por eso se trabaja en nombre de otra empresa	C) si, la empresa depende de otra empresa	D) la empresa es única e independiente	E) la empresa no necesita de otras empresas	X	X	X	X	X		correcto
		EXPANSION											

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario sobre Competencias Gerenciales y el Crecimiento Empresarial, en la empresa CAM del Perú, 2020

OBJETIVO: Determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020

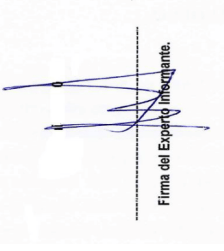
DIRIGIDO A: Los trabajadores de la empresa CAM del Perú SAC.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR EN ADMINISTRACION



Firma del Experto Inscrito.

Pedro Constante Costilla Castillo
DNI: 09925834

"Año de la Universalización de la Salud"

Recibido
26-06-2020
Doni

SOLICITA: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.

MBA. Colchado Huiza Zaragoso Doni

ATUSPARIA JAMANCA, Oscar Fernando, identificado con DNI N° 70839227, estudiante del IX ciclo de la Escuela de Administración de la "Universidad César Vallejo", ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que, considerando que un instrumento de investigación elaborado debe ser válido y confiable para ser aplicado, solicito su apoyo profesional para realizar la validez del instrumento de investigación a juicio de experto, del proyecto de Tesis Titulado: Competencias Gerenciales y la relación con el Crecimiento Empresarial en la Empresa CAM Del Perú SAC, 2020. En tal sentido, solicito su cooperación y valioso aporte en su calidad de experto en la carrera profesional de Administración.

Por lo expuesto, agradezco por anticipado su espíritu altruista de colaboración y espero sus observaciones, indicaciones y visto bueno sobre el particular que contribuirán a la mejora del cuestionario para su posterior aplicación.

Adjunto:

- Elementos principales de plan de investigación.
- Guía de validez de contenido.
- Cuadro de validez de contenido o cuestionario con las dos variables.

Huaraz, 26 de junio del 2020.

ATUSPARIA JAMANCA, Oscar Fernando

DNI N° 70839227

ELEMENTOS PRINCIPALES DEL PROYECTO DE TESIS

1. TÍTULO: COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA CAM DEL PERÚ SAC, 2020.

2. PROBLEMA:

2.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera se relacionan las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?

2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

1.- ¿En qué medida se relacionan la competencia para la comunicación efectiva con la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020?

2.- ¿De qué manera las competencias para la gestión se relacionan con la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?

3.- ¿Cómo se relacionan la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020?

3. HIPÓTESIS

Hipótesis alterna: Existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

Hipótesis nula: No existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1.- Identificar la relación entre la competencia para la comunicación efectiva y la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020.

2.- Describir la relación de la competencia para la gestión y la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.

3.- Conocer la relación entre la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020.

5. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se realizó a través de un enfoque cuantitativo, el estudio es de tipo aplicada y el diseño no experimental de tipo transeccional correlacional

GUÍA DE VALIDEZ DEL CUESTIONARIO ACERCA DE “Competencias Gerenciales y la relación con el Crecimiento Empresarial en la empresa CAM del Perú SAC, 2020.”

1.-CRITERIOS:

Se llevará a cabo la validez del cuestionarios mediante la validez de contenido a juicio de expertos: en tal sentido se debe evaluar si el instrumento es adecuado para demostrar o comprobar las hipótesis, la coherencia entra la variable y las dimensiones, coherencia entre las dimensiones y los indicadores, coherencia entre los indicadores y los ítems, asimismo se debe evaluar si la redacción es clara, precisa y comprensiva, y si las opciones de respuesta tienen coherencia con el ítem.

2.- INSTRUCCIONES:

En las columnas indicar con una (X) si existe coherencia de acuerdo a las categorías:

SI o NO.

- Si la mitad o la mayoría de las marcas (X) son desaprobatorias en cada pregunta escriba el término “INCORRECTO” en la columna DECISIÓN.
- Si la minoría de las marcas (X) son desaprobatorias en cada pregunta escriba brevemente su principal OBSERVACIONES en la columna DECISIÓN.
- Si toda las marcas (X) son aprobatorias en cada pregunta escriba “CORRECTO” en la columna DECISIÓN

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
TÍTULO DE LA TESIS: COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA CAM DEL PERÚ SAC, 2020.**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CRITERIOS DE EVALUACION										OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES				
					RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCION DE RESPUESTA		RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR			RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM			
					SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO		
VI COMPETENCIAS GERENCIALES	COMPETENCIAS PARA LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Capacitaciones	1. ¿La empresa realiza capacitaciones dirigido hacia los trabajadores?	A) Si, solo una vez trimestralmente	B) Si, solo una vez trimestralmente	C) Solo cuando se acuerdan	D) Solo cuando ocurre algo	E) Nunca hay capacitación	X		X								
				A) Personal administrativo y vendedor	B) Solo el personal administrativo	C) Solo vendedores	D) Si, todos los trabajadores	E) Nadie utiliza correos	X		X								
		Comunicación bilateral	3. El gerente da charlas a todos los miembros de la empresa, pero justo ese día falta un trabajador, ¿Usted le informa a su compañero de todo lo que se habló en dicha reunión?	A) Si, siempre hacemos eso	B) Si, si me lo pide	C) Solo a veces	D) Cuando se me ocurre	E) No, nunca hacemos eso	X		X								
				A) Le brinda su amistad y socializa con el	B) Le da su confianza y le enseña del trabajo	C) Solo le enseña del trabajo	D) Es indiferente	E) No socializo con nadie	X		X								
		Relaciones interpersonales	4. Si llega un trabajador nuevo a la empresa ¿Cómo es su actitud hacia él?	A) Si hubó, pero se negocio	B) Si hubó y no se negocio	C) No hubó impases	D) Siempre ocurren impases	E) Siempre ocurren impases pero no se negocia	X		X								
				A) Actúas de inmediato tratando de solucionar el problema	B) Al cliente le dices que regrese otro día	C) Avisas a tu jefe inmediato	D) Buscas ayuda	E) No haces nada	X		X								
Negociación	5. ¿En algún momento usted tuvo ciertos impases en la empresa que termino en una negociación con el gerente?	A) Si hubó, pero se negocio	B) Si hubó y no se negocio	C) No hubó impases	D) Siempre ocurren impases	E) Siempre ocurren impases pero no se negocia	X		X										
		A) Resolución de problemas	B) Resolución de problemas	C) Resolución de problemas	D) Resolución de problemas	E) Resolución de problemas	X		X										
	COMPETENCIAS PARA LA GESTION		6. ¿Si vendió o reparo un vehículo y en ese momento no arranca como soluciona el problema?	A) Resolución de problemas	B) Resolución de problemas	C) Resolución de problemas	D) Resolución de problemas	E) Resolución de problemas	X		X								

Supervisión de tareas	7. ¿Usted llena un control de las actividades que desempeña en su área de trabajo?	A) Si llenan el control específico indicando todas las actividades	B) Solo a veces llenan el control	C) Solo cuando se les pide llenar el control	D) No llenamos un control	E) Solo trabajan y no saben más nada	X	X	X	X	X		
Liderazgo para el cambio	8. Mediante el tiempo que está en la organización, ¿Usted creció profesionalmente y ayudó a sus compañeros para que también lo hagan?	A) Si creció, y ayudó a sus compañeros	B) Usted solo creció	C) Solo sus compañeros crecieron	D) Solo la empresa crece	E) Nadie crece profesionalmente	X	X	X	X	X		
Desarrollo del equipo	9. Si le dieran a elegir entre trabajar solo o trabajar en equipo, ¿Cuál elegiría usted?	A) Trabajo en equipo y comparto experiencias	B) Trabajo en equipo sin dialogar	C) Trabajo en equipo pero no se siente cómodo	D) Trabaja solo	E) No trabaja en ninguno de los dos casos	X	X	X	X	X		
Toma de decisiones	10. Si usted tuviera dos clientes que desean un mismo vehículo que es el único que tiene en stock la tienda, ¿Qué decisión tomaría usted?, si el primer cliente quiere pagar al contado, pero llegó segundo a cotizar el vehículo; el segundo cliente llegó primero a cotizar el vehículo pero lo desea financiado.	A) Vender el vehículo al segundo cliente que llegó a la tienda	B) Vender el vehículo al primer cliente que llegó a la tienda	C) Ofrecer otro vehículo a ambos clientes para no quedar mal con ellos	D) Vender el vehículo a los clientes pide descuento	E) No doy la cara a los clientes	X	X	X	X	X		
Identificación empresarial	11. Si le dan a elegir para que pueda trabajar en otras concesionarias de la ciudad de Huaraz, ¿Se iría de la empresa?	A) No, estoy bien en esta empresa	B) No, pero si se cumple el contrato lo consideraría	C) Se retiraría, renunciaría a su contrato	D) Menciona a la empresa que se retira por otros temas y se retira para trabajar en la otra concesionaria	E) Se retira sin decir nada a nadie	X	X	X	X	X		
Conocimiento del mercado	12. ¿Usted tiene conocimiento de las demás concesionarias de la ciudad de Huaraz?	A) Si, todas las concesionarias	B) Solo algunas, en su mayoría	C) Solo algunas, en su minoría	D) Solo conoce la concesionaria donde trabaja	E) No conoce ninguna concesionaria	X	X	X	X	X		
COMPETENCIAS PARA LA ACCION ESTRATEGICA													

Conocimiento de la organización	13. ¿Conoce el rubro que pertenece la empresa donde usted trabaja?	A) Si conozco, porque es de importancia	B) No conozco, porque no es de importancia	Tiene dudas	D) Solo se dedica a trabajar	E) Desconoce							
Ejecución de estrategias	14. Viviendo la actualidad con respecto al COVID-19, ¿La empresa, estableció protocolos para su trabajo?	A) Si lo hizo en su totalidad	B) Lo hizo, pero evito algunos protocolos	C) Aún están evaluando los protocolos	D) No hizo ningún protocolo y no trabajamos	E) Trabajan sin ningún protocolo	X	X	X	X	X	X	X
Alternativas de administración	15. Cuando ocurre un problema "X" en la empresa, ¿Cómo solucionan dicho problema?	A) Avisan al supervisor y juntos solucionan el problema	B) Avisan al supervisor y que él lo solucione	C) Lo solucionan entre los trabajadores	D) No es problema de los trabajadores	E) No hacen nada	X	X	X	X	X	X	X

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
TÍTULO DE LA TESIS: COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA CAM DEL PERÚ SAC, 2020.**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA										CRITERIOS DE EVALUACION						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCION DE RESPUESTA		SI	NO	SI	NO	SI	NO			
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO									
VZ CRECIMIENTO EMPRESARIAL	PUBLICIDAD	¿Que vender?	16. ¿Usted conoce las partes de un vehículo automotriz que sirve para la venta de los productos?	A) Si, en su totalidad	B) Solo algunas partes	C) Conoce el vehículo pero no sus partes	D) Solo la carrocería y el color	E) No conoce que es un vehículo automotriz	X		X			X						
		¿Cómo vender?	17. Cuando un cliente ingresa a la tienda, ¿cómo actúa usted?	A) Se presenta formalmente, lo saluda y le menciona en que le podría ayudar	B) Solo lo saluda	C) Deja que el cliente solo hable	D) Busca ayuda para atender al cliente	E) Se esconde del cliente	X		X			X						
		Medios digitales	18. ¿Usted ha podido apreciar publicidad de la empresa por los medios digitales?	A) Si por Facebook y página web de la empresa	B) Solo Facebook	C) Solo, pagina web de la empresa	D) No ha visto publicidad de la empresa	E) La empresa no realiza publicidad digital	X		X			X						
		Publicidad tradicional	19. ¿Usted ha podido apreciar publicidad de la empresa mediante televisión y radio?	A) Si, me agrado	B) Si, pero no me agrado	C) Si, solo televisión	D) Si, solo radio	E) No existe publicidad de la empresa en televisión y radio	X		X			X						
		Promoción	20. ¿Qué incentivo le ofrece usted a su cliente, para que pueda cerrar la venta?	A) Promoción de precio	B) Promoción de regalo	C) Promoción de pruebas del vehículo	D) Ninguna promoción, se cierra la venta tal y como es	E) No se hace promociones	X		X			X						

		A) Conoce sus funciones y el área donde trabaja, como también las demás áreas de la empresa	A) Si conoce sus funciones y el área donde trabaja	C) Solo conoce sus funciones	D) Solo conoce el área donde trabaja	E) No conoce sus funciones ni las áreas de trabajo						
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	Estructura organizacional	21. ¿Conoce sus funciones y en qué área está dentro de la empresa?			X	X	X					
	Delegación de trabajos	22. ¿La empresa le otorga autoridad y responsabilidad de tomar sus propias decisiones en el proceso de su trabajo?	B) Si, pero no se informa nada	C) Solo en ocasiones le otorga autoridad y responsabilidad	D) Solo le dan responsabilidad pero no autoridad para el trabajo	E) No otorga nada la empresa	X	X	X			
	Áreas anexadas	23. Cuando tiene que enviar un reporte de su trabajo, ¿A quiénes envía el reporte?	B) A todas las áreas de la empresa	C) A su jefe inmediato	D) Al supervisor, y el que envía a los demás	E) No envía a nadie el reporte	X	X	X			
	Optimización de recursos	24. Cuando va desamblar un vehículo, ¿Lo hace de forma mecánica, o utiliza las herramientas hidráulicas?	B) Utiliza herramientas hidráulicas	C) Utiliza la forma mecánica	D) Emplea otro tipo de herramientas	E) No se atreve a desamblar un vehículo	X	X	X			
EXPANSION	Objetivo empresarial	25. ¿Le dieron a conocer los objetivos a cumplir en este año de la empresa?	B) Si, pero menciona solo algunos	C) Conoce menos que más objetivos	D) Si le menciona, pero no se acuerda	E) No conoce ningún objetivo de la empresa	X	X	X			
	Crecimiento interno	26. Usted en el transcurso que está en la empresa, ¿Aprecia que la empresa va renovando herramientas de trabajo más modernas?	B) Existen herramientas modernas, como antiguas	C) Las herramientas son antiguas	D) Las herramientas son las mismas	E) Las herramientas son antiguas y obsoletas	X	X	X			
	Alianzas estratégicas	27. ¿Conoce si la empresa donde trabaja, esta aliada a otra empresa del mismo sector?	B) Si, por eso se trabaja en nombre de otra empresa	C) Si, la empresa depende de otra empresa	D) La empresa es única e independiente	E) La empresa no necesita de otras empresas	X	X	X			

	28. ¿Usted sabe si la empresa tiene otros lugares de atención a nivel nacional?	A) Si, en varias ciudades	B) Creo en otra ciudad	C) Creo que sí, no	D) No, solo en Huaraz	E) Desconoce				
Sucursales							X	X	X	X
Proveedores	29. Usted en el transcurso que está en la empresa, ¿Ha podido apreciar que la empresa trabaja con los mismos proveedores?	A) Si son los mismos	B) A veces varía	C) Tiene los mismos y contrata otros	D) Siempre se cambian los proveedores	E) No hay proveedores	X	X	X	X
Clientes	30. ¿Usted observa que todos los clientes retornan a la empresa?	A) Si, en su totalidad	B) Casi el 80% regresa	C) La mitad de los clientes regresan	D) Solo el 25% regresa	E) Ningún cliente regresa	X	X	X	X

OBSERVACIÓN:

.....
.....
.....



FIRMA DEL EXPERTO

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario sobre Competencias Gerenciales y el Crecimiento Empresarial, en la empresa CAM del Perú, 2020
OBJETIVO: Determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020
DIRIGIDO A: Los trabajadores de la empresa CAM del Perú SAC.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Colchado Huiza Zaragoza Doni
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister En Administración



Mg. Adm. Colchado Huiza Zaragoza Doni
Docente universitario
Ciudad: 3342
DNI: 41375533

Anexo 05: Confiabilidad.

CONFIABILIDAD ALFA.spv [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

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

Resultado
Logaritmo
Fiabilidad
Títulos
Notas
Conjunto de datos
Escala: ALL VARIAB
Títulos
Resumen de
Estadísticas

```
EXECUTE.  
RELIABILITY  
  /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR  
00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 V  
AR00029 VAR00030  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA.
```

→ **Fiabilidad**

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\OSCAR\Desktop\DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION\PILOTAJE\BASE DE DATOS SPSS.sav

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	8	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	8	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,826	30

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode:ON

Anexo 06: Documentos de presentación y autorización.



"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Huaraz, 04 de Junio del 2020

OFICIO N° 014-FCE-EA-UCV-HZ

Señor.
JOSÉ LOLO FERNÁNDEZ LOZANO
GERENTE GENERAL
CENTRO AUTOMOTRIZ MULTIMARCA DEL PERÚ S.A.C.
Av. Centenario N° S/N - Independencia - Huaraz

Presente. -

Asunto : SOLICITA AUTORIZACIÓN PARA DESARROLLAR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
EN LA EMPRESA CENTRO AUTOMOTRIZ MULTIMARCA DEL PERÚ S.A.C.

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarle al joven **ATUSPARIA JAMANCA OSCAR FERNANDO**, identificado con DNI. N°**70839227**, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo Huaraz, quien en el presente semestre académico 2020-I están cursando el IX ciclo de la carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN** y se encuentra realizando su proyecto de investigación referente al tema: "**COMPETENCIAS GERENCIALES Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL**", motivo por el cual le solicito su autorización para que el estudiante pueda desarrollar su proyecto de investigación en su empresa. De ser aceptada la autorización, por favor brindarle el apoyo y las facilidades al estudiante.

Sin otro en particular y agradeciéndole por su atención a la presente, me despido testimoniándole mi singular deferencia.

Atentamente,

MGTR. RUSBBY NAYC VÁSQUEZ MIRANDA

COORDINADOR EP

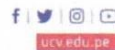
Universidad César Vallejo – HUARAZ

CENTRO AUTOMOTRIZ
MULTIMARCA DEL PERÚ SAC

CARGO

Recibido 04/06/2020

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.





"Año de la Universalización de la Salud"

CONSTANCIA:

El gerente de la empresa Centro Automotriz multimarca del Perú SAC.
Hace constar:

Que el joven Oscar Fernando Atusparia Jamanca, identificado con DNI: 70839227, ha solicitado información al personal administrativo de la empresa para el desarrollo de su trabajo de investigación para obtener el grado académico de Licenciado en administración en la escuela Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo de la ciudad de Huaraz, en la gestión de organizaciones, con el título denominado "competencias gerenciales y la relación con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020", solicitado en el Oficio N° 014-FCE-EA-UCV-HZ, la misma que es autorizada a brindarle información para que pueda culminar con éxito el proyecto de investigación propuesto.

Se expide el presente a solicitud del interesado, para fines que estime conveniente.

Huaraz, 05 de junio del 2020.

CENTRO AUTOMOTRIZ
MULTIMARCA DEL PERU S.A.C
JOSE FERNANDO ATUSPARIANO
GERENTE GENERAL

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACION DE LA SALUD"

Huaraz, 04 de junio del 2020

Señor:

JOSE LOLO FERNANDEZ LOZANO
Gerente General de la empresa CAM del Perú SAC.
Presente.

Por la presente, me dirigo a usted para expresarle en primer término mi cordial saludo y manifestarle, que usted autorizo realizar una encuesta a los trabajadores de su distinguida empresa, relacionada a mi Proyecto de Investigación denominado "Competencias Gerenciales y la relación con Crecimiento Empresarial en la empresa", motivo por el cual, le pido tenga bien a informarme el número de trabajadores pertenecientes a la planilla de su empresa CAM DEL PERU SAC. Con la finalidad de realizar mi trabajo de investigación en fecha próxima.

Agradeciéndole por la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted expresándole las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,



OSCAR FERNANDO
ATUSPARIA JAMANCA
DNI: 70839227

CENTRO AUTOMOTRIZ
MULTIMARCA DEL PERU SAC

CARGO

Huaraz 04/06/2020




"Año de la Universalización de la Salud"

Huaraz, 05 de junio del 2020

INFORME N° 001-2020-CAMDELPERU-GG

Al Sr : ATUSPARIA JAMANCA OSCAR FERNANDO.
Estudiante de la Universidad Cesar Vallejo.

Del : GTE. FERNANDEZ LOZANO JOSE LOLO.
Gerente general de la empresa Cam del Perú SAC.

Asunto : Cantidad de trabajadores de la empresa.

Ref. : Autorización otorgada por parte de la Gerencia General.

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y en atención al documento de la referencia, indicar que la empresa CAM del Perú SAC, cuentan con un total de 37 trabajadores registrados en la planilla, que laboran en mi representada empresa.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para renovarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


CENTRO AUTOMOTRIZ
MULTIMARCA DEL PERU S A C
JOSE FERNANDEZ LOZANO
GERENTE GENERAL

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Huaraz, 04 de Setiembre del 2020

OFICIO N° 041-2020-UCV-VA-P01-F08/CCP

Señor(a).
GUSTAVO ARNALDO ORELLANA VALDIVIEZO
GERENTE GENERAL
AUTOMOTORES YOSHIVAL S.A.C
Av. Monterrey S/N Monterrey - Independencia - Huaraz

Presente. -

Asunto : SOLICITA AUTORIZACIÓN PARA DESARROLLAR ENCUESTA PILOTO EN LA EMPRESA AUTOMOTORES YOSHIVAL S.A.C.

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarle al joven **ATUSPARIA JAMANCA OSCAR FERNANDO**, identificado con DNI. N° **70839227**, estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo Huaraz, quien en el presente semestre académico 2020-II está cursando el X ciclo de la carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN** y se encuentra realizando su proyecto de investigación referente al tema: "**COMPETENCIAS GERENCIALES Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL**", motivo por el cual le solicito su autorización para que el estudiante pueda desarrollar su encuesta en su institución. De ser aceptada la autorización, por favor brindarle el apoyo y las facilidades al estudiante.

Sin otro en particular y agradeciéndole por su atención a la presente, me despido testimoniándole mi singular deferencia.

Atentamente,



MGTR. RUSBY NAYC VÁSQUEZ MIRANDA
COORDINADOR EP
Universidad César Vallejo – HUARAZ

AUTOMOTORES
YOSHIVAL S.A.C.

RECIBIDO

Fecha: 05.09.2020
Nombre: Rusby Chavez CA
DNI: 7118139
Firma:



"Año de la Universalización de la Salud"

CONSTANCIA

El Gerente General de la empresa "Automotores Yoshival SAC". Hace constar:

Que el joven Atusparia Jamanca Oscar Fernando, identificado con DNI: 70839227, ha solicitado realizar su encuesta piloto a los trabajadores de nuestra empresa para el desarrollo de su trabajo de investigación para obtener el grado académico de Licenciado en administración en la escuela Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo de la ciudad de Huaraz, referente al tema "Competencias Gerenciales Y El Crecimiento Empresarial", la cual es autorizada a brindarle el apoyo para que pueda culminar con éxito el proyecto de investigación propuesto.

Se expide el presente a solicitud del interesado, para fines que estime conveniente.

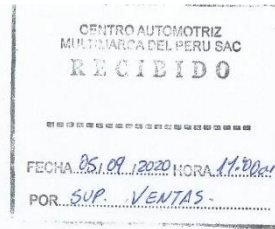
Huaraz, 8 de septiembre del 2020


AUTOMOTORES YOSHIVAL S.A.C.
Gustavo Orellana Valdiviezo
GERENTE GENERAL

Automotores Yoshival S.A.C.

Lima: Av. Alfredo Mendiola Nro. 5817 - Los Olivos
Expo Plaza Motor, C.C. MegaPlaza - Independencia
Huacho: Ca. Puquio Cano Nro. 535, Huaura - Hualmay
Huaraz: Av. Monterrey S/N, Monterrey, Independencia - Ancash

www.ayoshival.pe



"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Huaraz, 04 de Setiembre del 2020

OFICIO Nº 049-2020-UCV-VA-P01-F08/CCP

Señor(a).
JOSÉ LOLO FERNÁNDEZ LOZANO
GERENTE GENERAL
CENTRO AUTOMOTRIZ MULTIMARCA DEL PERÚ S.A.C.
Av. Centenario S/N - Independencia - Huaraz

Presente. -

Asunto : SOLICITA AUTORIZACIÓN PARA DESARROLLAR ENCUESTA EN EL CENTRO AUTOMOTRIZ MULTIMARCA DEL PERÚ S.A.C.

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarle al joven **ATUSPARIA JAMANCA OSCAR FERNANDO**, identificado con DNI. N° **70839227**, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo Huaraz, quien en el presente semestre académico 2020-II está cursando el X ciclo de la carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN** y se encuentra realizando su proyecto de investigación referente al tema: **"COMPETENCIAS GERENCIALES Y LA RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL"**, motivo por el cual le solicito su autorización para que el estudiante pueda desarrollar su encuesta en su institución. De ser aceptada la autorización, por favor brindarle el apoyo y las facilidades al estudiante.

Sin otro en particular y agradeciéndole por su atención a la presente, me despido testimoniándole mi singular deferencia.

Atentamente,



MGTR. RUSBY NAYC VÁSQUEZ MIRANDA
COORDINADOR EP
Universidad César Vallejo – HUARAZ



"Año de la Universalización de la Salud"



CONSTANCIA:



El Gerente General de la empresa: **Centro Automotriz Multimarca del Perú S.A.C.**, hace constar:



Que, el **JOVEN. OSCAR FERNANDO ATUSPARIA JAMANCA** con DNI N° 70839227, ha solicitado realizar su encuesta a los trabajadores de nuestra empresa para el desarrollo de su trabajo de investigación para obtener el grado académico de Licenciado en administración en la escuela Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo de la ciudad de Huaraz, referente al tema "Competencias Gerenciales Y El Crecimiento Empresarial", la cual es autorizada a brindarle el apoyo para que pueda culminar con éxito el proyecto de investigación propuesto.



DS AUTOMOBILES

Se expide el presente a solicitud del interesado, para fines que estime conveniente.



THE POWER OF HAVE IT ALL

Huaraz, 08 de septiembre del 2020



Great Wall



CENTRO AUTOMOTRIZ
MULTIMARCA DEL PERÚ S.A.C.

JOSE FERNANDEZ ZOLA
GERENTE GENERAL

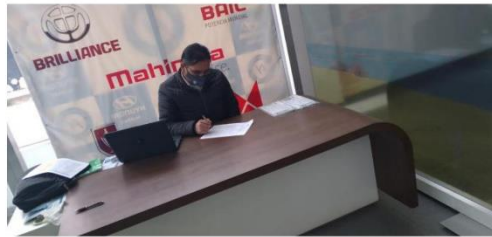


CHANGAN

Anexo 07: Matriz de consistencia.

MATRIZ DE INVESTIGACION				
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera se relacionan las competencias gerenciales y el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?</p> <p>Problema Específicos</p> <p>P1: ¿En qué medida se relacionan la competencia para la comunicación con la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020?</p> <p>P2: ¿De qué manera las competencias para la gestión se relacionan con la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020?</p> <p>P3: ¿Cómo se relacionan la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>determinar la relación de las competencias gerenciales en el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020</p> <p>Objetivo Específicos</p> <p>O1: identificar la relación entre la competencia para la comunicación efectiva y la publicidad de la empresa CAM del Perú 2020</p> <p>O2: describir la relación de la competencia para la gestión y la organización empresarial de la empresa CAM del Perú 2020</p> <p>O3: conocer la relación entre la competencia para la acción estratégica y la expansión de la empresa CAM del Perú 2020.</p>	<p>Hipótesis de Trabajo</p> <p>H₁: existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.</p> <p>Hipótesis de Nula</p> <p>H₀: no existe relación entre las competencias gerenciales con el crecimiento empresarial de la empresa CAM del Perú 2020.</p>	<p>Variable 1:</p> <p>Competencias Gerenciales</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Competencia para la comunicación</u> - <u>Competencias para la gestión</u> - <u>Competencias para la acción estratégica</u> <p>Variable 2:</p> <p>Crecimiento Empresarial</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Publicidad</u> - <u>Organización empresarial</u> - <u>Expansión</u> 	<p>Tipo de Investigación Aplicada</p> <p>Enfoque de Investigación Cuantitativo</p> <p>Nivel de Investigación Correlacional</p> <p>Diseño de Investigación No experimental – Transversal</p> <pre> graph TD M --> O1 M --> O2 O1 --- R --- O2 </pre> <p>Dónde: M: muestra O1: Competencias Gerenciales O2: Crecimiento Empresarial R: Relación</p> <p>Población Censal: 37 Trabajadores</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p> <p>Análisis y Procesamiento de Datos Análisis estadístico</p>

Anexo 08: Galería fotográfica.





ENCUESTA A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA "CAM DEL PERU SAC" SOBRE COMPETENCIAS GERENCIALES Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Estimado(a) colaborador(a) la presente encuesta hace referencia a las Competencias Gerenciales y el Crecimiento Empresarial, por lo que se le solicita responder con total sinceridad marcando la alternativa que usted crea conveniente. Les agradezco por su apoyo.

GENERO: *

- A) MASCULINO
- B) FEMENINO

ÁREA: *

- VENTAS
- POSTVENTA
- ADMINISTRATIVO

EDAD DE: *

- A) (18 - 33 años)
- B) (34 - 49 años)
- C) (50 - 65 años)

1. ¿La empresa realiza capacitaciones dirigido hacia los trabajadores? *

- A) Si, varias veces trimestralmente
- B) Si, solo una vez trimestralmente
- C) Solo cuando se acuerdan
- D) Solo cuando ocurre algo
- E) Nunca hay capacitación

2. ¿Utilizan los correos para el intercambio de información todos los miembros de la empresa? *

- A) Si, todos los trabajadores
- B) Solo el personal administrativo
- C) Personal administrativo y vendedores
- D) Solo los vendedores