



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión empresarial y competitividad en NETCALL PERU SAC,
Lima 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Llancay Cardenas, Yorka Vanesa (ORCID: 0000-0001-5345-9454)

Torres Barrios, Daniel Gerardo (ORCID: 0000-0002-1646-9909)

ASESOR:

Dr. Casma Zárate, Carlos Antonio (ORCID: 0000-0002-4489-8487)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi madre Vicentina y a mi hijo Mathías, quienes con su amor y confianza me impulsaron al logro de este sueño. A Yolanda y Romel, personas que encuentras en el camino e iluminan tu vida, que con el apoyo, consejo y mucha paciencia me ayudaron seguir creciendo profesionalmente.

Llancay Cardenas, Yorka Vanesa

La presente tesis es dedicada a mi familia, empezando por el apoyo en todo momento de mis padres Estela y Francisco al igual que el apoyo de mis hermanos Luiyi y Giuliana, por el acompañamiento de mis mascotas queridas Lucky, Hanna y mi Brouly querido al que nunca lo olvidare, estando por siempre en mi corazón siendo ese ejemplo de lucha para mí.

Torres Barrios, Daniel Gerardo

Agradecimiento

Quiero expresar mi profundo agradecimiento, a mi Asesor, Carlos Antonio Casma Zárate, quien con su experiencia y conocimiento me oriento a la realización de esta meta. A mi compañero Daniel Torres Barrios, te agradezco todo el apoyo brindado en nuestro trabajo, sin ti no hubiera sido posible. A NETCALL PERU S.A.C por brindarme la facilidad de realizar este trabajo.

Llancay Cardenas, Yorka Vanesa

Agradezco a mi asesor Dr. Casma Zárate, Carlos por el apoyo, guía y paciencia ayudándome así a poder culminar de forma exitosa mi tesis. A mi compañera Llancay Cardenas, Yorka. A NETCALL PERU S.A.C por brindarme la facilidad de realizar este trabajo.

Torres Barrios, Daniel Gerardo

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	4
III.METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	13
3.5. Procedimientos	13
3.6. Método de análisis de datos	13
3.7. Aspectos éticos	13
IV.RESULTADOS.....	14
V.DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 Variable 1: Gestión empresarial	14
Tabla 2 Dimension 1: Planificación	14
Tabla 3 Dimension 2: Organización	15
Tabla 4 Dimension 3: Dirección	15
Tabla 5 Dimension 4: Control	16
Tabla 6 Variable 2: Competitividad.....	16
Tabla 7 Dimension 1: Diferenciación.....	17
Tabla 8 Dimension 2: Liderazgo en costos	17
Tabla 9 Dimension 3: Segmentación de mercado	18
Tabla 10 Pruebas de normalidad	19
Tabla 11 Rango de interpretación correlación	20
Tabla 12 Prueba de correlación de variables – hipótesis general.....	21
Tabla 13 Prueba de correlación de hipótesis específica 1.....	22
Tabla 14 Prueba de correlación de hipótesis específica 2.....	23
Tabla 15 Prueba de correlación de hipótesis específica 3.....	24

Resumen

La presente tesis titulada: “Gestión empresarial y Competitividad en Netcall Perú SAC, Lima 2020”, tuvo como objetivo general determinar que la gestión empresarial y la competitividad se relacionan en Netcall Perú SAC, Lima, año 2020.

Por otro lado, la indagación fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel correlacional, diseño no experimental-transversal y método hipotético-deductivo, por otro lado la población fue de 30 colaboradores de las agencias de Chincha, Pisco e Ica de la empresa Netcall Perú SAC considerándose población censal, donde para la recolección de datos se usó la técnica de encuesta mediante el instrumento del cuestionario de 20 ítems con respuesta de tipo escalamiento ordinal Likert de 5 alternativas, ya que las mismas han sido validadas por juicio de expertos y analizados mediante el software SPSS v.25 midiendo mediante la confiabilidad del alfa de Cronbach de 0.861 y 0.860, la cual representan un nivel excelente confiabilidad.

En ese contexto, los resultados demostraron que la gestión empresarial tiene una relación positiva considerable con la competitividad en Netcall Perú SAC, Lima 2020, así mismo para la finalización de la investigación se elaboró discusiones, conclusiones y recomendaciones, respecto a todo lo estudiado.

Palabras clave: Gestión empresarial, competitividad y crecimiento empresarial

Abstract

The present thesis entitled: "Business Management and Competitiveness in Netcall Peru SAC, Lima 2020", had as a general objective to determine that business management and competitiveness are related in Netcall Peru SAC, Lima, year 2020.

On the other hand, the inquiry was quantitative approach, applied type, correlational level, non-experimental-cross-sectional design and hypothetical-deductive method, on the other hand, the population was 30 collaborators from the Chincha, Pisco and Ica agencies of the Netcall company Peru SAC considering the census population, where the survey technique was used for data collection through the instrument of the 20-item questionnaire with a response of the Likert ordinal scaling type of 5 alternatives, since they have been validated by expert judgment and analyzed Using the SPSS v.25 software, measuring through the reliability of the Cronbach's alpha of 0.861 and 0.860, which represent an excellent level of reliability.

In this context, the results showed that business management has a considerable positive relationship with competitiveness in Netcall Peru SAC, Lima 2020, likewise for the completion of the investigation, discussions, conclusions and recommendations were drawn up, regarding everything studied.

Keywords: Business management, competitiveness and business growth

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación consistió en abordar el crecimiento empresarial como principal componente, siendo la finalidad de todo país debido a que en un primer aspecto ayuda al desarrollo del país. En un segundo aspecto ayuda a que las empresas tengan más ganancias que serán distribuidos entre las personas que participaron en dicha actividad. Pero este crecimiento empresarial conlleva que las empresas que conforman al país estén sujetos a escenarios con la presencia de un gran desarrollo tecnológico y mercados financieros en aumento, cambiando la forma de competir. Es en ese panorama donde la gestión empresarial tiene una gran importancia que también ha sufrido cambios necesarios, antes una gestión empresarial era mucho más simple; las empresas gestionaban los sistemas productivos sumado a una serie de conocimientos básicos y el éxito estaba asegurado. Pero actualmente el mercado se ha vuelto más cambiante e inestable, haciendo que la adaptación y la innovación sean piezas fundamentales en la gestión empresarial.

Por gestión empresarial, nos lleva a entender que es una acción que permite que las empresas obtengan productividad y al mismo tiempo sean competitivas a corto o largo plazo, usando a personas especializadas para su aplicación y desarrollo. Adicionalmente estas personas que pueden ser gerentes o consultores tienen que tener la habilidad para planificar, organizar, controlar y dirigir. Teniendo como finalidad cumplir con todos los objetivos planteados a inicios de año. Por lo tanto, una correcta gestión empresarial va a ser esencial para una empresa donde una vez establecida en el mercado está sujeta a los cambios y obstáculos que dicho mercado presente cada día.

En el Perú el deseado crecimiento empresarial tanto de las empresas y del país está ejerciendo una presión insostenible sobre el mercado de trabajo. Debido a que esto está exigiendo grandes cambios no solo por parte de la empresa sino de sus líderes a cargo y es aquí donde se encuentra que muchas veces no hay personas con los perfiles adecuados para las necesidades de la empresa. Los gerentes o consultores talentosos que acompañan el crecimiento empresarial son cada vez más escasos, los niveles de rotación son cada vez más

elevados perdiendo talento y los que deciden permanecer en la empresa reciben toda la presión. Entonces la gestión empresarial mediante un buen manejo del capital humano y asimismo tener herramientas adecuadas buscara aumentar tanto la producción y la competitividad.

Dentro de los sectores más valiosos y que más viene contribuyendo para el crecimiento empresarial y económico del país, está el sector de telecomunicaciones que debido a las transformaciones en dicho sector luego de la privatización de las empresas estatales optado en el Perú años atrás, se ha manifestado en un alto grado competitivo dado por las facilidades que brinda el marco regulatorio osiptel, ayudando a otros sectores en el país, que las empresas en el país decidan invertir más en mejorar sus servicios, que otras empresas extranjeras decidan establecerse e invertir en el país, que los empresarios con sus negocios sean más competitivos y proporcionando que muchas personas tengan acceso a este servicio. Para las empresas en este sector su gestión empresarial influye en la eficiencia de sus inversiones que está muy enlazado a la posibilidad de sobrevivir en el mercado dentro de las cuales algunas empresas de telecomunicaciones no cuentan con una gran base sólida de estrategias o soluciones que las puedan ayudar. Entonces las personas especializadas en estas empresas de telecomunicaciones deben tener claro que es una gestión empresarial porque de eso va a depender los resultados que se presenten a corto y largo plazo. En empresas como NETCALL PERU SAC cuya actividad es prestación de todos tipos de servicio públicos o privados de telecomunicaciones, ubicada la sede principal en el distrito de Santiago de surco y con 12 agencias a nivel nacional, consideran que se podría mejorar en algunos aspectos en las áreas que componen la empresa para así identificar y dar prioridad e importancia de adquirir lo necesario para que la empresa se mantenga en la línea de competitividad y así no tener una desventaja competitiva con otras empresas, por qué solo aquella que se adapte más rápido a los cambios podrá sobrevivir en el mercado. Es necesario considerar este tipo de empresa para el crecimiento empresarial en el Perú, por fomentar a otras empresas a estar en el mercado peruano pero que al verse con muchos obstáculos que van desde una inadecuada gestión empresarial y sin soluciones claras desde la parte interna de la empresa deciden dar un paso atrás. Por ello, en la presente investigación el problema general estuvo determinado por de qué

manera la gestión empresarial se relaciona con la competitividad en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020. En los problemas específicos se encontró: a) ¿cómo se relaciona la diferenciación con la gestión empresarial en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020?; b) ¿cómo se relaciona el liderazgo de costos con la gestión empresarial en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020?; c) ¿cómo se relaciona la segmentación de mercado con la gestión empresarial en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020? .Como objetivo general de la investigación tenemos: determinar que la gestión empresarial y la competitividad se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020. En los objetivos específicos se encontró: a) determinar que la diferenciación y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; b) Determinar que el liderazgo de costos y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; c) Determinar que la segmentación de mercado y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020. Como hipótesis general de la investigación tenemos: La gestión empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020. En las Hipótesis específicos se encontró: a) La diferenciación y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; b) El liderazgo en costos y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; c) La segmentación de mercado y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020. Este trabajo será de mucha utilidad a las entidades privadas; porque permite a estas organizaciones implementar un sistema de mejoras en sus áreas correspondientes mediante la gestión empresarial. Esta investigación se fundamenta en el valor teórico porque posee utilidad al aportar el conocimiento que servirá para comprender la importancia de la gestión empresarial. En este trabajo se usó un método científico, que se fundamentó en establecer el problema general de la investigación, ¿De qué manera la gestión empresarial y la competitividad se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020? Donde si no hay una buena gestión empresarial no podrá asegurar una competitividad a corto o largo plazo, con lo que se espera poder brindar una solución a este tipo de empresa del sector telecomunicaciones que representa un aporte para el crecimiento empresarial del Perú.

II.MARCO TEÓRICO

Según Porro (2015) en su tesis gestión empresarial y el desarrollo sostenible, cuyo objetivo general fue elaborar un sistema de gestión empresarial y su relación con el desarrollo sostenible, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel correlacional y método deductivo, concluyó que para el desarrollo del sector Cuatro Mangas se ha determinado diseñar un sistema de gestión empresarial tomando en cuenta los estudios hechos de mercado, económicos y evaluación financiera.

Según Flores (2015) en su tesis proceso administrativo y gestión empresarial, cuyo objetivo general fue analizar el proceso administrativo y la gestión empresarial, bajo un enfoque cualitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal, concluyó que la segunda variable está condicionada por los escasos entendimientos gerenciales de los dirigentes que laboran fundamentándose por su propia experiencia y un escaso compromiso.

Según Sereno (2017) en su tesis gestión empresarial y el riesgo financiero, cuyo objetivo general fue determinar la relación entre la gestión empresarial y el riesgo financiero, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental-transversal, concluyó que mientras el nivel sea alto de la gestión empresarial, el nivel será bajo en el riesgo financiero en las pymes, confirmando así un vínculo en las variables.

Según Mora, Vera y Melgarejo (2015) en su artículo planificación estratégica y niveles de competitividad, cuyo objetivo general fue correlacionar las variables, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel correlacional y diseño no experimental, concluyó que una óptima planificación estratégica permite tanto progresar a la dimensión misma y contribuyendo de forma efectivo a otras dimensions, teniendo como resultado final un mejor nivel de competitividad.

Según Escobar, Velandia y Navarro (2018) en su artículo gestión del conocimiento y competitividad, cuyo objetivo general fue correlacionar las variables, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel correlacional y diseño no experimental, concluyó que tiene índices de competitividad convenientes para este modelo de organizaciones evidenciado por el buen rendimiento empresarial que se

viene poniendo en práctica pero teniendo presente que hay cuestiones corporativas por mejorar.

Según Castro (2017) en su artículo la responsabilidad social empresarial y la competitividad, cuyo objetivo general fue correlacionar las variables, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo y diseño no experimental, concluyó que se lograra un desarrollo en lección y acuerdos provenientes de las agrupaciones representativas que forman parte del activo organizativo debido a la contribución de las variables estudiadas y tener así un posicionamiento competitivo en el mercado.

Según Álvarez (2017) en su tesis La gestión empresarial y la competitividad, cuyo objetivo general fue determinar la relación de la gestión empresarial con la competitividad, bajo un enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, concluyó que hay un valor de 0.389 en la hipótesis general demostrando que hay una conexión dentro de las variables que se ve reflejado en las ventas del emporio de gamarra. de igual forma se determinó un $p = 0.000 < 0.05$.

Según Barreto (2018) en su tesis gestión empresarial y competitividad empresarial, cuyo objetivo general fue correlacionar las variables, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, concluyó que hay una correlación entre las variables.

Según Jorges (2018) en su tesis el planeamiento estratégico y la gestión empresarial, cuyo objetivo general fue determinar la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión empresarial, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental-transversal, concluyó que hay una conexión efectiva dentro de las variables, así como en el estudio interno o externo y la gestión empresarial.

Según Ayquipa (2017) en su tesis la planificación estratégica y la competitividad, cuyo objetivo general fue correlacionar las variables, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, concluyó que la aplicación de una planificación estratégica pudo contribuir a una mayor competitividad en la empresa.

Según Vega (2017) en su tesis gestión empresarial y la competitividad, cuyo objetivo general fue determinar la relación entre la gestión empresarial y competitividad, bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, concluyó que para el planteamiento de nuevas ideas de sostenibilidad las empresas deben ser flexibles en sus actividades respectivas.

Según Amorós y Dávila (2017) en su tesis la gestión empresarial y la competitividad, cuyo objetivo general fue correlacionar las variables, bajo un enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, concluyó que los componentes de la gestión empresarial tienen una conexión en el grado con los componentes de la competitividad demostrando que cuando exista una alta gestión empresarial, habrá una alta competitividad.

En cuanto a las teorías científicas encontramos a la gestión empresarial que de acuerdo a Van den (2016), menciona que: la gestión empresarial es alcanzar un objetivo que va desde llegar al éxito y garantizar la supervivencia de la empresa considerando al entorno interno e externo por medio del esfuerzo de todos los trabajadores que componen la empresa ya sea desde los empleados con menor jerarquía hasta el gerente mismo, utilizando instrumentos como la planificación, organización, dirección y el control (p. 20). Se puede mencionar que la gestión empresarial es un grupo de actividades que al ser aplicadas se logra la máxima eficiencia y eficacia en la estructura y manejo de una empresa permitiendo así un crecimiento económico de la empresa.

En cuanto a las teorías científicas encontramos a la competitividad que de acuerdo a Porter (2015), menciona que: la competitividad es estar en constante innovación y tener una cultura acorde con las funciones de la empresas siendo factores para que la empresa llegue a ser competitivo y para cumplirlas se debe tener claro aspectos relevantes como la diferenciación, liderazgo en costos y segmentación de mercado (p. 115). Se puede mencionar que la competitividad es la agrupación de cualidades que al ser aplicadas en una empresa bajo el manejo de personas especializadas logra que se vuelva competitivo y que tenga un desempeño superior antes los competidores.

En cuanto a las bases teóricas de la gestión empresarial encontramos la teoría de la burocracia de Weber que de acuerdo a Jones y George (2014) menciona que: una estructura seria de organización y administración está enfocado en garantizar la eficacia y eficiencia. Adicionalmente se basa en la investigación de cómo establecer un sistema organizacional y un procedimiento de control permitiendo obtener así un mejor desarrollo empresarial.

En cuanto a las bases teóricas de la competitividad encontramos la teoría de la ciencia de la administración de dewett que de acuerdo a Jones y George (2014) menciona que: es una perspectiva actual basándose en el uso de procedimientos cuantitativos para que los gerentes procedan con un óptimo empleo de los elementos disponibles en las entidades y así elaborar bienes y servicios.

Dentro de los enfoques conceptuales encontramos a la importancia de la gestión empresarial que de acuerdo a Gómez (2014), menciona que: en un país se utiliza a la gestión empresarial como un instrumento de crecimiento para su economía, donde también las empresas deciden adherir no solo en sus procesos de gestión sino también en sus áreas de actividad.

Dentro de los enfoques conceptuales encontramos a la empresa que de acuerdo a Andrade (2015), menciona que: es un organismo creado con un patrimonio social que emplea a trabajadores para ir desarrollando sus actividades comerciales y servicios prestados y así lograr sus propósitos lucrativos. (p. 257).

Dentro de los enfoques conceptuales encontramos a la eficiencia que de acuerdo a Rizo (2019), menciona que: es desarrollar una labor por medio de una óptima relación entre los recursos que disponen la empresa y los resultados conseguidos basándose en aspectos esenciales para mejorar la eficiencia como personas con habilidades, procesos rentables y clientes.

Dentro de los enfoques conceptuales encontramos a la eficacia que de acuerdo a Rizo (2019), menciona que: es realizar labores de forma óptima que lleven a la obtención de los rendimientos esperados, haciendo lo necesario para alcanzar una meta esperada.

Dentro de los enfoques conceptuales encontramos a la importancia de la competitividad que de acuerdo a Fonseca (2015), menciona que: la competitividad

es un tema que debe involucrar a todos debido a que si un país es menos competitivo estará bajo el poder o merced por aquellos países que son competitivos. Un problema es que un país no sabe en que es competitivo en la actualidad, siendo esto una ventaja para ventaja para otros países. (p.9).

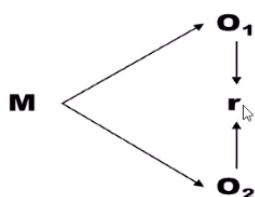
Dentro de los enfoques conceptuales encontramos a la ventaja competitiva que de acuerdo a Nájera (2015), menciona que: las empresas están expuestas a cambios constantes que se presentan en sus ámbitos por esta razón es esencial adaptarse por medio de la detección y progreso de las ventajas competitivas a largo plazo, siendo necesario tanto para ingresar al mercado, asegurar la supervivencia y aumentar de forma constante su rentabilidad y crecimiento.

III.METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Enfoque de investigación

El enfoque de investigación fue cuantitativo porque según Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionaron que la investigación cuantitativa es donde se va hacer la evaluación de las variables y manifestar esa medición en valores numéricos, esto se produce por la existencia de causa efecto con el objetivo de probar las teorías respectivas. (p.4).



Dónde:

M: 30

O1: Observación de la v. Gestión empresarial

O2: Observación de la v. Competitividad

R: Correlación entre dichas variables

3.1.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizó fue la investigación aplicada porque según Sánchez y Reyes (2015) mencionaron que la investigación aplicada es conocida como constructiva, diferenciándose por evidenciar una fascinación en el uso de los entendimientos teóricos según una condición específica y en las consecuencias prácticas que de ella provengan. (p. 32).

3.1.3. Nivel de investigación

El nivel de investigación fue correlacional porque de acuerdo a Livia y García (2015) mencionaron que la investigación correlacional es la problemática en relación con sus variables siendo mencionada en las dimensiones y teniendo como utilidad principal analizar la conexión que poseen las variables estudiadas. (p.216).

3.1.4. Diseño de investigación

El diseño de investigación fue no experimental - transversal porque de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionaron que la investigación no experimental – transversal son análisis que se van a desarrollar sin el uso intencionado de variables, donde será contemplados los cambios en su entorno habitual y habiendo una recopilación de datos por parte de las transversales solo en una ocasión dada. (pp. 152-154).

3.1.5. Método de investigación

El método que se realizó fue el hipotético – deductivo porque según Rodríguez y Pérez (2017) mencionaron que el método hipotético – deductivo es la aprobación de la hipótesis que se dará mediante la obtención de datos, siendo este el rumbo de todo investigador. Esta investigación inicia con la observación del caso originándose de una hipótesis, la verificación de los casos para luego terminar con la comprobación de la verdad sobre las declaraciones deducidos de una experiencia dada. (p. 189).

3.2. Variables y operacionalización

Para esta investigación, se determinó dos variables: gestión empresarial y competitividad.

3.2.1. Definición conceptual de las variables

Variable: Gestión empresarial

Según Van den (2016) mencionó que: la gestión empresarial es alcanzar un objetivo que va desde llegar al éxito y garantizar la supervivencia de la empresa considerando al entorno interno e externo por medio del esfuerzo de todos los trabajadores que componen la empresa ya sea desde los empleados con menor jerarquía hasta el gerente mismo, utilizando instrumentos como la planificación, organización, dirección y el control (p. 20).

Dentro de las dimensiones de la gestión empresarial encontramos a la planificación que de acuerdo a Argudo (2018), mencionó que: una planificación es la ocupación por las personas de alta jerarquía de la empresa que se van a encargar de fijar las metas según los tipos de plazos, las tácticas para llegar a los objetivos

y aspectos que serán necesarios como los recursos esenciales o personas especializadas, siendo medido por medio de objetivos a corto plazo y cronogramas.

Dentro de las dimensiones de la gestión empresarial encontramos a la organización que de acuerdo a Bermúdez (2015), mencionó que: la organización engloba un proceso donde se establecen las tareas por realizar, se determina quién será el encargado, quien tomara las decisiones, quien va a ejecutarlas y donde se realizaran, esto conlleva que la organización se interprete en la estructuración de actividades sugiriendo recursos materiales y humanos midiéndose por medio de una estructura organizacional, división de trabajo y manuales. (pp. 10-11).

Dentro de las dimensiones de la gestión empresarial encontramos a la dirección que de acuerdo a Argudo (2018), mencionó que: la dirección es la necesidad de un gerente especializado para realizar las labores establecidas, capaz de supervisar a todo un grupo de personas para así orientarlos con los objetivos y obtener los mejores resultados y luego proceder a la etapa de realización de lo ya planteado de forma previa, midiéndose por medio de la motivación, comunicación y liderazgo.

Dentro de las dimensiones de la gestión empresarial encontramos al control que de acuerdo a Argudo (2018), mencionó que: el control es la etapa donde la empresa realizara una evaluación de los rendimientos alcanzados para así tener claro en que se puede mejorar y garantizar que dicho procedimiento vuelva a realizarse pero con una óptima planeación mejor que la versión pasada, midiéndose por medio de la inspección y evaluación.

Variable: Competitividad

Según Porter (2015) mencionó que la competitividad es estar en constante innovación y tener una cultura acorde con las funciones de la empresa siendo factores para que la empresa llegue a ser competitivo y para cumplirlas se debe tener claro aspectos relevantes como la diferenciación, liderazgo en costos y segmentación de mercado. (p. 115).

Dentro de las dimensiones de la competitividad encontramos a la diferenciación que de acuerdo a Porter (2015), mencionó que: la diferenciación es el valor asociado que la empresa puede aplicar e ir desarrollando en un producto

o servicio en el área en que se desarrolle y mediante la demanda de este con el objetivo de ser distinto y productivo a su competidor, midiéndose por medio de diseño de producto, imagen de marca, atención al cliente y canal. (p.115).

Dentro de las dimensiones de la competitividad encontramos a liderazgo de costo que de acuerdo a Porter (2015), mencionó que: el liderazgo de costo son las modificaciones en la aplicación de costos más bajos desde la elaboración hasta la venta del producto o servicio mismo, teniendo una capacidad suficiente, atendiendo varios segmentos y con una expansión que es importante para la comercialización de costo, midiéndose por medio de eficacia, eficiencia e inversión. (p. 118).

Dentro de las dimensiones de la competitividad encontramos a la segmentación de mercado que de acuerdo a Alcaraz (2019), mencionó que: la segmentación de mercado ayudará a realizar de forma efectiva los movimientos relacionados a marketing por medio de los establecimientos de conjuntos específicos de personas según el producto o servicio, con aspectos semejantes que pueda ayudar a asociar, midiéndose por medio de estrategia de segmentación, mercado potencial y optimizar recursos.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1. La Población

Para la presente investigación, se usó como criterio de selección por inclusión a las agencias de Chincha, Pisco e Ica ubicadas en el departamento de Ica y se optó por una **población censal** compuesta por 30 colaboradores de la empresa NETCALL PERU SAC del distrito de Santiago de surco en el año 2020. Con un marco muestral que fue obtenido por el supervisor de la agencia de Chincha (ver anexo 6).

La población se determinó que es censal porque se escogió el 100% de la población. De acuerdo a este punto Echevarría (2016) propone que la población es la cantidad general de unidades de análisis que participarán y serán requeridos en una investigación, delimitándose de los objetivos planteados. Mencionando que de dicha cantidad de población la muestra solo refleja una proporción teniendo como una herramienta al muestreo.

3.3.2. Unidad de análisis

Son a los colaboradores ubicados en las agencias de Chincha, Pisco e Ica

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encontramos a la encuesta que de acuerdo a Arias (2016), menciona que: es una indagación compuesta por preguntas específicas empleadas en un grupo o muestra, relacionados a ellos mismos o a un asunto específico teniendo como instrumento principal al cuestionario que representa un documento tangible con preguntas organizadas y opciones de respuesta. (pp. 72-74).

Mediante el alfa de Cronbach se consiguió el nivel de 0,861 para la primera variable y 0,860 para la segunda variable (ver anexo 4).

La validez del instrumento fue realizado por tres expertos lo que calificaron como aplicable (ver anexo 5).

3.5. Procedimientos

Se optó por la técnica de la encuesta realizado por un cuestionario de 20 preguntas de forma virtualizados para llevarlo a cabo y aplicarlo a cada uno de los colaboradores.

3.6. Método de análisis de datos

Lleva una estadística descriptiva para expresar los resultados de cada dimensión y variable. Se optó por la estadística inferencial para hacer la prueba de contraste de normalidad y prueba de hipótesis.

3.7. Aspectos éticos

Se lleva una disciplina orientada a respetar el método científico. El estilo de escritura está basado en el estilo APA siendo el adecuado para tener una estructura aprobada de acuerdo a los lineamientos de la investigación.

IV.RESULTADOS

4.1. Para analizar los resultados de la investigación se presentan el proceso desarrollado a través de la estadística descriptiva.

4.1.1. Estadística descriptiva de la variable Gestión empresarial

Tabla 1 Variable 1: Gestión empresarial

Gestión empresarial		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
	Casi nunca	11	3,7%	3,7%	3,7%
	A veces	88	29,3%	29,3%	33,0%
	Casi siempre	152	50,7%	50,7%	83,7%
	Siempre	49	16,3%	16,3%	100,0%
Total		300	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 1, el 50,7% de los colaboradores (30) manifiestan un casi siempre de gestión empresarial, un 29,3% manifiestan un a veces y un 16,3% manifiestan un siempre, mientras que un 3,7% manifiestan un casi nunca.

4.1.2. Estadística descriptiva de la dimensión planificación

Tabla 2 Dimension 1: Planificación

Planificación		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
	Casi nunca	6	10,0%	10,0%	10,0%
	A veces	28	46,7%	46,7%	56,7%
	Casi siempre	23	38,3%	38,3%	95,0%
	Siempre	3	5,0%	5,0%	100,0%
Total		60	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 2, el 46,7% de los colaboradores (30) manifiestan un a veces de planificación, un 38,3% manifiestan un casi siempre y un 10,0% manifiestan un casi nunca, mientras que un 5,0% manifiestan un siempre.

4.1.3. Estadística descriptiva de la dimensión organización

Tabla 3 Dimension 2: Organización

		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
Organización	Casi nunca	4	4,4%	4,4%	4,4%
	A veces	18	20,0%	20,0%	24,4%
	Casi siempre	63	70,0%	70,0%	94,4%
	siempre	5	5,6%	5,6%	100,0%
Total		90	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 3, el 70,0% de los colaboradores (30) manifiestan un casi siempre de organización, un 20,0% manifiestan un a veces y un 5,6% manifiestan un siempre, mientras que un 4,4% manifiestan un casi nunca.

4.1.4. Estadística descriptiva de la dimensión dirección

Tabla 4 Dimension 3: Dirección

		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
Dirección	Casi nunca	1	1,1%	1,1%	1,1%
	A veces	25	27,8%	27,8%	28,9%
	Casi siempre	48	53,3%	53,3%	82,2%
	Siempre	16	17,8%	17,8%	100,0%
Total		90	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 4, el 53,3% de los colaboradores (30) manifiestan un casi siempre de dirección, un 27,8% manifiestan un a veces y un 17,8% manifiestan un siempre, mientras que un 1,1% manifiestan un casi nunca.

4.1.5. Estadística descriptiva de la dimensión control

Tabla 5 Dimension 4: Control

		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
Control	A veces	17	28,3%	28,3%	28,3%
	Casi siempre	18	30,0%	30,0%	58,3%
	Siempre	25	41,7%	41,7%	100,0%
Total		60	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 5, el 41,7% de los colaboradores (30) manifiestan un siempre de control, un 30,0% manifiestan un casi siempre y un 28,3% manifiestan un a veces.

4.1.6. Estadística descriptiva de la variable Competitividad

Tabla 6 Variable 2: Competitividad

		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
Competitividad	Nunca	11	3,7%	3,7%	3,7%
	Casi nunca	49	16,3%	16,3%	20,0%
	A veces	94	31,3%	31,3%	51,3%
	Casi siempre	129	43,0%	43,0%	94,3%
	Siempre	17	5,7%	5,7%	100,0%
Total		300	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 6, el 43,0% de los colaboradores (30) manifiestan un casi siempre de competitividad, un 31,3% manifiestan un a veces y un 16,3% manifiesta un casi nunca, mientras que un 5,7% manifiestan un siempre y un 3,7% manifiestan un nunca.

4.1.7. Estadística descriptiva de la dimensión Diferenciación

Tabla 7 Dimension 1: Diferenciación

		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
Diferenciación	Nunca	1	0,8%	0,8%	0,8%
	Casi nunca	19	15,8%	15,8%	16,7%
	A veces	48	40,0%	40,0%	56,7%
	Casi siempre	47	39,2%	39,2%	95,8%
	Siempre	5	4,2%	4,2%	100,0%
Total		120	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 7, el 40,0% de los colaboradores (30) manifiestan un a veces de diferenciación, un 39,2% manifiestan un casi siempre y un 15,8% manifiestan un casi nunca, mientras que un 4,2% manifiesta un siempre y un 0,8% manifiestan un nunca.

4.1.8. Estadística descriptiva de la dimensión Liderazgo en Costos

Tabla 8 Dimension 2: Liderazgo en costos

		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
Liderazgo en costos	Nunca	6	6,7%	6,7%	6,7%
	Casi nunca	14	15,6%	15,6%	22,2%
	A veces	23	25,6%	25,6%	47,8%
	Casi Siempre	39	43,3%	43,3%	91,1%
	Siempre	8	8,9%	8,9%	100,0%
Total		90	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 8, el 43,3% de los colaboradores (30) manifiestan un casi siempre de liderazgo en costos, un 25,6% manifiestan un a veces y un 15,6% manifiestan un casi nunca, mientras que un 8,9% manifiestan un siempre y un 6.7% manifiestan un nunca.

4.1.9. Estadística descriptiva de la dimensión Segmentación de Mercado

Tabla 9 Dimension 3: Segmentación de mercado

		Respuestas		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		N	Porcentaje		
Segmentación de mercado	Nunca	4	4,4%	4,4%	4,4%
	Casi nunca	16	17,8%	17,8%	22,2%
	A veces	23	25,6%	25,6%	47,7%
	Casi Siempre	43	47,8%	47,8%	95,6%
	Siempre	4	4,4%	4,4%	100,0%
Total		90	100,0%	100,0%	

Interpretación: Al analizar la tabla 9, el 47,8% de los colaboradores (30) manifiestan un casi siempre de segmentación de mercado, un 25,6% manifiestan un a veces, un 17,8% manifiestan un casi nunca, mientras que un 4,4% manifiestan un nunca y siempre.

4.2 Prueba de normalidad

Para evaluación y validación de la hipótesis generada en el presente estudio se catalogan los siguientes parámetros:

Tamaño de la muestra $N \leq 50$ se aplicara el estadístico Shapiro-wilk

Tamaño de la muestra $N > 50$ se aplicara el estadístico Kolmogorov-smirnov

Romero (2016) sostiene que en el momento que la medida muestral es igual o inferior a la medida de 50 el estudio de contraste a una distribución normal será el estudio de Shapiro-Wilk.

$N = 30$ Colaboradores

Hipótesis de normalidad

H_0 : La distribución de la muestra sigue una distribución normal

H_a : La distribución de la muestra no sigue una distribución normal

Significación:

a. Significancia $P = 0,05 = 5\%$

b. Nivel de aceptación = 95%

Regla de decisión:

a. $\text{Sig.E} < \text{Sig.P.} (0.05)$ entonces se rechaza H_0

b. $\text{Sig.E} > \text{Sig.P.} (0.05)$ entonces se acepta H_0

Tabla 10 Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión empresarial	,284	30	,000	,873	30	,002
Competitividad	,214	30	,001	,902	30	,009

Interpretación: Al analizar la tabla 10 se decidió usar el estadístico Shapiro-wilk, ya que la muestra está conformada por 30 colaboradores. Así mismo las variables gestión empresarial y competitividad tienen un nivel de significancia menor que es adecuado para al nivel de este estudio, es decir (0.002 y $0.009 < 0.05$), por lo tanto conforme a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula H_0 y en consecuencia se acepta la hipótesis alterna H_a , siendo así el presente trabajo de investigación no tiene una distribución normal.

4.3. Contrastación de hipótesis

De acuerdo al contraste para este estudio se aplicaron pruebas no paramétricas, por medio de la prueba Rho Spearman, a causa de los resultados obtenidos en la prueba de normalidad. Llinás (2017) menciona que el coeficiente de Rho Spearman es un estudio estadístico que proporciona evaluar la correlación entre las variables de la investigación donde sus cálculos son al menos en niveles de rangos. (p.349). lo cual se detalla a continuación.

Tabla 11 Rango de interpretación correlación

RANGO	RELACION
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11.a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
0.01 a 0.10	Correlación positiva débil
0.11.a 0.50	Correlación positiva media
0.51 a 0.75	Correlación positiva considerable
0.76 a 0.90	Correlación positiva muy fuerte
0.91 a 1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández y Mendoza (2018, p.346)

4.4. Prueba de hipótesis general:

La gestión empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020

Hipótesis nula (Ho): la gestión empresarial y la competitividad no se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Hipótesis alterna (Ha): la gestión empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Significación:

a. Significancia $P = 0,05 = 5\%$

b. Nivel de aceptación = 95%

Regla de decisión:

a. $\text{Sig.E} < \text{Sig.P.} (0.05)$ entonces se rechaza Ho

b. $\text{Sig.E} > \text{Sig.P.} (0.05)$ entonces se acepta Ho

Tabla 12 Prueba de correlación de variables – hipótesis general

			Gestión empresarial	Competitividad
Rho de Spearman	Gestión empresarial	Coeficiente de correlación	1,000	,559**
		Sig. (bilateral)	.	,001
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,559**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.

Interpretación: Al analizar la tabla 12, presenta a las variables de estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.001 < 0.05”. Entonces, se rechaza la hipótesis nula. Asimismo, las variables tienen una correlación de 0.559, lo cual en la tabla 11 señala que hay una **Correlación positiva considerable**, por consiguiente se acepta la hipótesis de investigación, la cual señala que hay una relación moderada positiva entre la gestión empresarial y la competitividad en Netcall PERU SAC, Lima, año 2020.

4.5. Prueba de hipótesis específica 1:

La diferenciación y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Hipótesis nula (H₀): La diferenciación y la gestión empresarial no se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Hipótesis alterna (H_a): La diferenciación y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Para la hipótesis específica 1 se respetó la significación y regla de decisión.

Tabla 13 Prueba de correlación de hipótesis específica 1

			Diferenciación	Gestión empresarial
Rho de Spearman	Diferenciación	Coeficiente de correlación	1,000	,388*
		Sig. (bilateral)	.	,034
	Gestión empresarial	Coeficiente de correlación	,388*	1,000
		Sig. (bilateral)	,034	.

Interpretación: Al analizar la tabla 13, presenta a la dimensión y variable de estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.034 < 0.05”. Entonces, se rechaza la hipótesis nula. Asimismo, la dimensión y la variable tienen una correlación de 0.388, lo cual en la tabla 11 señala que hay una **Correlación positiva media**, por consiguiente se acepta la hipótesis alterna, la cual señala que hay una relación positiva media entre la diferenciación y gestión empresarial en Netcall PERU SAC, Lima, año 2020.

4.6. Prueba de hipótesis específica 2:

El liderazgo en costos y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Hipótesis nula (H₀): El liderazgo en costos y la gestión empresarial no se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Hipótesis alterna (H_a): El liderazgo en costos y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Para la hipótesis específica 2 se respetó la significación y regla de decisión.

Tabla 14 Prueba de correlación de hipótesis específica 2

			Liderazgo en Costos	Gestión empresarial
Rho de Spearman	Liderazgo en Costos	Coeficiente de correlación	1,000	,496**
		Sig. (bilateral)	.	,005
	Gestión empresarial	Coeficiente de correlación	,496**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.

Interpretación: Al analizar la tabla 14, presenta a la dimensión y variable de estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.005 < 0.05$ ”. Entonces, se rechaza la hipótesis nula. Asimismo, la dimensión y la variable tienen una correlación de 0.496, lo cual en la tabla 11 señala que hay una **Correlación positiva media**, por consiguiente se acepta la hipótesis alterna, la cual señala que hay una relación positiva media entre liderazgo en costos y gestión empresarial en Netcall PERU SAC, Lima, año 2020.

4.7. Prueba de hipótesis específica 3:

La segmentación de mercado y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Hipótesis nula (H₀): La segmentación de mercado y la gestión empresarial no se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Hipótesis alterna (H_a): La segmentación de mercado y la gestión empresarial se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Para la hipótesis específica 3 se respetó la significación y regla de decisión.

Tabla 15 Prueba de correlación de hipótesis específica 3

			Segmentación de Mercado	Gestión empresarial
Rho de Spearman	Segmentación de Mercado	Coeficiente de correlación	1,000	,551**
		Sig. (bilateral)	.	,002
	Gestión empresarial	Coeficiente de correlación	,551**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.

Interpretación: Al analizar la tabla 15, presenta a la dimensión y variable de estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.002 < 0.05”. Entonces, se rechaza la hipótesis nula. Asimismo, la dimensión y la variable tienen una correlación de 0.551, lo cual en la tabla 11 señala que hay una **Correlación positiva considerable**, por consiguiente se acepta la hipótesis alterna, la cual señala que hay una relación moderada positiva entre segmentación de mercado y gestión empresarial en Netcall PERU SAC, Lima, año 2020.

V.DISCUSIÓN

5.1. Discusión por objetivos

La investigación tuvo como objetivo general determinar que la gestión empresarial y la competitividad se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020. Así mismo con respecto a los objetivos específicos determinar que la diferenciación y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; Determinar que el liderazgo de costos y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; Determinar que la segmentación de mercado y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020 estos se cumplieron. La investigación no posee similitud con el trabajo de Sereno (2017) cuyo objetivo general fue “determinar si existe relación entre la gestión empresarial y el riesgo financiero” que estos no guardan semejanza, donde la población tomada fue de 63 participantes entre directivos, contadores y administradores, así mismo su variable gestión empresarial tiene un enfoque basado en las siguientes dimensiones: gestión general, de planificación y evaluación, de recursos humanos, de ventas y mercadotecnia, operativa, de instalaciones y gestión financiera, se concluyó que mientras el nivel sea alto de la gestión empresarial, el nivel será bajo en el riesgo financiero en las pymes, confirmando así un vínculo en las variables, así mismo el autor recomendó analizar y evaluar de forma constante las diferentes dimensiones de la gestión empresarial en su empresa para poder identificar las áreas más vulnerables al riesgo financiero.

La investigación tuvo como objetivo general determinar que la gestión empresarial y la competitividad se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020. Así mismo con respecto a los objetivos específicos determinar que la diferenciación y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; Determinar que el liderazgo de costos y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; Determinar que la segmentación de mercado y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020 estos se cumplieron. La investigación posee similitud con el trabajo de Ayquipa (2017) cuyo objetivo general fue “determinar la relación que existe entre la planificación estratégica y la competitividad” que estos guardan semejanza con

una metodología bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, donde la población tomada es de 66 trabajadores de la empresa y la unidad de análisis fue de 56, por otro lado la recaudación de datos se dio mediante la técnica de la encuesta en base al instrumento del cuestionario de 18 preguntas, por consiguiente para el estudio de los datos se usó el software SPSS v.24, se concluyó que se puede obtener una óptima competitividad en la empresa con el uso de una buena planificación estratégica, por último se recomendó fortalecer la aplicación de los objetivos, teniendo como base a una óptima estructura organizacional, haciendo llegar motivación y liderazgo al personal, para así originar en la empresa unas optimas estrategias competitivas como un liderazgo en costo o diferenciación en sus servicios brindados.

La investigación tuvo como objetivo general determinar que la gestión empresarial y la competitividad se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020. Así mismo con respecto a los objetivos específicos determinar que la diferenciación y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; Determinar que el liderazgo de costos y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020; Determinar que la segmentación de mercado y la gestión empresarial se relacionan en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020 estos se cumplieron. La investigación posee similitud con el trabajo de Barreto (2018) cuyo objetivo general fue “determinar la relación entre calidad de gestión empresarial y nivel de competitividad empresarial ” que estos guardan semejanza con la metodología que estuvo conformada bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, donde la población tomada es de 375 trabajadores, por otro lado la obtención de datos se dio mediante la técnica de encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario de 24 preguntas , por consiguiente para el estudio se usó el software SPSS, se concluyó que hay una conexión entre las variables, apoyándose en el objetivo general y los datos conseguidos de Spearman, por último se recomendó considerar la necesidad de aplicar una óptima gestión en los negocios correspondientes además de empezar a ser más competitivos y así mantenerse en el mercado textil.

5.2. Discusión por metodología

La investigación de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel correlacional, diseño no experimental-transversal y método hipotético-deductivo. Dicha metodología tiene coincidencia con Barreto (2018) bajo un enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental.

El presente trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo porque utiliza el método deductivo que parte de lo general a lo particular, es de tipo aplicada porque va a permitir solucionar problemas que se presenten en una realidad objetiva y las soluciones que se proponen se deberían aplicar de forma inmediata, es de nivel correlacional porque hay una relación entre las variables gestión empresarial y competitividad sin haber dependencia alguna entre ambas, de diseño no experimental-transversal porque comienza con una secuencia de temporalidad de acuerdo a como se aplique en el tiempo, aplicándose una vez en un determinado momento o en varias etapas y método hipotético-deductivo porque va de lo general a lo particular.

De los trabajos previos utilizados como antecedentes, se halló que la metodología empleada la mayoría de veces por los investigadores fue el nivel descriptivo-correlacional, el enfoque para una investigación fue cualitativo, dos tesis fueron de tipo básica.

5.3. Discusión por resultados

De acuerdo al contraste de hipótesis

Hipótesis general fue la gestión empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en Netcall Perú S.A.C, Lima, año 2020.

Por medio de la prueba de Rho Spearman, se comprobó que la variable gestión empresarial está relacionada con la variable competitividad ($\rho = 0,559$), siendo el valor de significancia igual a $0,001 (p < 0,05)$, resultado que expresa una relación positiva considerable en las variables. Dicho resultado también es demostrado por Barreto (2018) “La gestión empresarial y la competitividad empresarial”, que hay una relación positiva media entre las variables reflejado en un $0,451$. Asimismo se obtuvo un $p = 0.000 < 0.05$, siendo así se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, Concluyendo que hay una relación positiva en las variables.

VI. CONCLUSIONES

PRIMERO: Se cumplió el objetivo general y a la vez con la hipótesis general planteada, respecto al cual los resultados mostraron que las variables de estudio mostraron un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.001 < 0.05$ ", es decir se aceptó la hipótesis alterna y se concluye que hay una relación entre gestión empresarial y competitividad en 0.559 de nivel de correlación, demostrando que es una relación positiva considerable. De no establecer una óptima gestión empresarial esto afectaría la competitividad como en los resultados esperados.

SEGUNDO: Se cumplió el objetivo específico 1 y a la vez con la hipótesis específica 1, frente a los resultados y a la muestra de un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.034 < 0.05$ ", es decir se aceptó la hipótesis alterna y se concluye que existe una relación entre la diferenciación y la gestión empresarial en 0.388 de grado de correlación, demostrando que es una relación positiva media. De no tener claro la diferenciación y no ser bien entendida por los colaboradores de la empresa esto afectaría la gestión empresarial

TERCERO: Se cumplió el objetivo específico 2 y a la vez con la hipótesis específica 2, frente a los resultados y a la muestra de un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.005 < 0.05$ ", es decir se aceptó la hipótesis alterna y se concluye que hay una relación entre el liderazgo en costos y la gestión empresarial en 0.496 de grado de correlación demostrando que es una relación positiva media. De no tener aplicar de forma correcta el liderazgo en costos por los colaboradores de la empresa esto afectaría la gestión empresarial.

CUARTO: Se cumplió el objetivo específico 3 y a la vez con la hipótesis específica 3, frente a los resultados y a la muestra de un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir " $0.002 < 0.05$ ", es decir se aceptó la hipótesis alterna y se concluye que hay una relación entre la segmentación de mercado y la gestión empresarial en 0.551 de grado de correlación, demostrando que es una relación positiva considerable. De no identificar la segmentación de mercado y no ser bien desarrollada por los colaboradores de la empresa esto afectaría la gestión empresarial.

VII. RECOMENDACIONES

PRIMERO: Se recomienda al gerente general, mejorar la gestión empresarial en todas sus dimensiones para así detectar que se puede cambiar y tener claro cuáles son las posibles necesidades en cada área de cada agencia, este mejoramiento debe estar relacionada a los resultados esperados sea a corto o largo plazo. Luego de mejorar esta gestión empresarial mantener en constante capacitación al personal de cada área para que estén preparados y sean especializados en poder aplicar y mantener una óptima gestión empresarial durante el trayecto.

SEGUNDO: Se recomienda al personal de marketing estar en constante innovación con respecto a cómo se va a diferenciar de la competencia en el entorno debido a que hoy día el entorno exige que las empresas estén en constante innovación haciendo que una empresa deba mejorar para así poder ser mejores que otras empresas y poder estar en esa línea competitiva, estos cambios incluyen el diseño del producto, cambiar a las estrategias de imagen por las que generen un impacto en el entorno y establecer que canales son los más óptimos en la empresa.

TERCERO: Se pide a los supervisores y al personal de logística, estar en constante monitoreo de los aspectos que conlleven a un liderazgo en costos, como optimizar los recursos de la empresa para obtener logros que se comprueben que son posibles de alcanzar y no correr así riesgos que conlleven a una gran pérdida innecesaria, este monitoreo debe incluir también el desarrollo óptimo de las labores de los trabajadores y comprobar si hay fallas o de qué forma se puede impulsar a un mejor desempeño de las labores sea mediante posibles recompensaciones al buen trabajador y comprobar que las decisiones en inversiones estén dando resultados esperados.

CUARTO: se pide al personal de marketing, apoyarse en estrategias que faciliten la segmentación de mercado para así tener una ventas exitosa que incluya también poder posesionarse o expandirse en el mercado, desarrollar formas más rápidas que ayuden a tener claro de forma constante las necesidades de ese mercado potencial ya que hoy en día estas necesidades se hacen más exigentes por lo que se debe estar preparado para estos cambios y progresar en la forma de optimización de los recursos como consecuencia tener una reducción en los costos.

REFERENCIAS

- Andrade E., S. (2015). *Diccionario de Economía*. (3.a ed.). Lima: Andrade
- Amorós, J. Davila, K. (2017). La gestión empresarial y la competitividad de las clínicas en la ciudad de Cajamarca. (Básica). Recuperada de <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/393>
- Alcaraz, M. (20 de marzo 2019). Segmentación de mercado: concepto. Recuperado de [Https://www.getbillage.com/es/blog/segmentacion-mercado](https://www.getbillage.com/es/blog/segmentacion-mercado)
- Álvarez, J. (2017). La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017. (Aplicada). Recuperada de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/3055>
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación*. Caracas -Venezuela: Episteme.
- Argudo, C. (enero, 2018). Etapas del proceso administrativo. *emprendepyme.net*. Recuperado de [Https://www.emprendepyme.net/etapas-del-proceso-administrativo.html](https://www.emprendepyme.net/etapas-del-proceso-administrativo.html)
- Ayquipa, D. (2017). La Planificación Estratégica y su relación con la Competitividad en Misión Cementerio Católico Parque del Recuerdo del distrito de San Isidro; año 2017. (Aplicada). Recuperada de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12222>
- Barreto, A. (2018). Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018. (Aplicada). Recuperada de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19391>
- Bermúdez, L. (2015). Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes. *InterSedes*, 16 (33). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/666/66638602001.pdf>

- Castro, A. (noviembre, 2017). *Revista Innova ITFIP*, 1 (1). Recuperado de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/16>
- Echevarría, H. (2016). *Los diseños de investigación cuantitativa en psicología y educación*. Universidad Nacional de Río Cuarto, Córdoba, Argentina: Editora Unirio. ISBN: 978-987-688-166-1
- Escobar, A., Velandia, G y Navarro, E. (abril, 2018). *REVESCO. Revista De Estudios Cooperativos*, 127. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/59769>
- Fonseca Z., R. (2015). *Competitividad*. Colombia: Alfaomega.
- Flores, S. (2015). Proceso administrativo y gestión empresarial en coproabas, Jinotega en el periodo 2010-2013. (Aplicada). Recuperada de <https://repositorio.unan.edu.ni/1800/>
- Gómez, J. (11 de julio del 2014). Blog Corporativo. Recuperado de <http://www.imf-formacion.com/blog/corporativo/calidad/la-importancia-de-la-calidad-en-la-gestion-empresarial/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mac Graw Hill Education.
- Jorges, G. (2018). Relación entre el planeamiento estratégico y la gestión empresarial en las MYPES del distrito de Huacho: año 2017. (Aplicada). Recuperada de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2523>
- Jones, G. y George, J. (2014). *Administración contemporánea*. (3ra. Edición). México D.F: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- Llinás S., H. (2017). *Estadística Inferencial*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte

- Livia, G. y García, L. (2015). Estudio de las competencias socio emocionales y su relación con el afrontamiento en futuros profesores de nivel medio. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado* 18 (1). Recuperado de <https://doi.org/10.6018/reifop.18.1.193041>
- Mora, E., Vera, M y Melgarejo, Z. (marzo, 2015). *Estudios Gerenciales* 31 (134). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21233043009>
- Nájera, J. (febrero, 2015). Modelo de competitividad para la industria textil del vestido en México. *Universidad & Empresa*, 17(28). Recuperado de <https://revistas.urosario.edu.co/xml/1872/187243060003/html/index.html>
- Porter, M. et al. (2015). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México D.F., México: Grupo Editorial Patria.
- Porro, J. (2015). Gestión empresarial y su relación con el desarrollo sostenible de las pequeñas unidades agrícolas del sector cuatro mangas del Cantón Quevedo. (Aplicada). Recuperada de <http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/918>
- Rizo, M. (noviembre, 2019). *Revista Forbes México*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/eficiencia-eficacia-efectividad-son-lo-mismo/>
- Rodríguez, A. y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela De Administración De Negocios* (82). Recuperado de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1647>
- Romero, M. (julio, 2016). *Revista Enfermería del Trabajo* 6 (3). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043>
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*. Lima: Business Support
- Sereno, O. (2017). Gestión empresarial y su relación con el riesgo financiero percibido en las pymes de la región citrícola y la zona metropolitana de Monterrey. (Aplicada) Recuperada de <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/165>

Van den B., E. (2016). *Gestión Gerencial y Empresarial aplicada al siglo XXI*. (3.a ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Vega, S. (2017). *Gestión Empresarial Y La Competitividad De Las Mypes Exportadoras Textiles*, San Juan De Lurigancho, 2017. (Aplicada). Recuperada de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38174?locale-attribute=en>

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de Operacionalización de variables

Título: Gestión empresarial y Competitividad en NETCALL PERU SAC, Lima 2020

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Gestión empresarial	La gestión empresarial es alcanzar un objetivo que va desde llegar al éxito y garantizar la supervivencia de la empresa considerando al entorno interno e externo por medio del esfuerzo de todos los trabajadores que componen la empresa ya sea desde los empleados con menor jerarquía hasta el gerente mismo, utilizando instrumentos como la planificación, organización, dirección y el control. Van den (2016.p. 20).	La gestión empresarial está valorada por la escala de Likert y esto está dirigido a los colaboradores de la empresa NETCALL PERU SAC, se desarrolla la estadística descriptiva e inferencial mediante el software SPSS v.25.	Planificación	Objetivos a corto plazo	1	Ordinal (Likert) 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
				Cronogramas	2	
			Organización	Estructura organizacional	3	
				División de trabajo	4	
				Manuales	5	
			Dirección	Motivación	6	
				Comunicación	7	
				Liderazgo	8	
			Control	Inspección	9	
				Evaluación	10	
Competitividad	La competitividad es estar en constante innovación y tener una cultura acorde con las funciones de la empresa siendo factores para que la empresa llegue a ser competitivo y para cumplirlas se debe tener claro aspectos relevantes como la diferenciación, liderazgo en costos y segmentación de mercado. Porter (2015.p.115)	La competitividad está valorada por la escala de Likert y esto está dirigido a los colaboradores de la empresa NETCALL PERU SAC, se desarrolla la estadística descriptiva e inferencial mediante el software SPSS v.25.	Diferenciación	Diseño de producto	1	Ordinal (Likert) 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
				Imagen de marca	2	
				Atención al cliente	3	
				Canal	4	
			Liderazgo en costos	Eficacia	5	
				Eficiencia	6	
				Inversión	7	
			Segmentación de mercado	Estrategia de segmentación	8	
				Mercado potencial	9	
				Optimizar recursos	10	

ANEXO 2.Cuestionario



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

CUESTIONARIO SOBRE Gestión empresarial y Competitividad en NETCALL PERU SAC, Lima 2020.

A. INTRODUCCION:

Estimado(a) trabajador(a), el presente cuestionario es para de una tesis que tiene por finalidad la obtención de información acerca de Gestión empresarial y Competitividad en NETCALL PERU SAC, Lima 2020.

B. INDICACIONES:

- Este cuestionario es anónimo. Por favor, responda con sinceridad
 - Lea detenidamente, ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas. Contesta a las preguntas marcando con una "X"
- El significado de cada número es: 1=nunca 2=casi nunca 3=a veces 4= casi siempre 5=siempre

VARIABLE Gestión empresarial						
DIMENSIONES	ITEMS	1	2	3	4	5
Planificación	1.La gerencia está preparada para alcanzar los objetivos a corto plazo de la empresa					
	2. Los cronogramas permiten anticipar retrasos durante los proyectos					
Organización	3.La estructura organizacional de la gerencia contribuye a un mejor desempeño de las funciones					
	4.La división de trabajo brinda una distribución de tareas y responsabilidades claras a los empleados					
	5.El manual de funciones permite a los empleados cumplir con las tareas designadas					
Dirección	6.La gerencia establece reconocimientos a los empleados por sus desempeños sobresalientes					
	7.La comunicación en el área de ventas brinda un buen servicio a los clientes					
	8.La gerencia por medio de sus líderes emplea un buen liderazgo para dirigir al personal					
Control	9.La gerencia realiza una inspección constante de sus operaciones					
	10.La gerencia está evaluando los resultados obtenidos					
VARIABLE Competitividad						
Diferenciación	11.La gerencia ofrece un diseño de producto diferenciado respecto a la competencia					
	12.Se está aplicando estrategias en base a la imagen de marca para generar un impacto en el entorno					
	13.La atención al cliente brindada está generando competitividad					
	14.El canal a disposición de la gerencia está reflejando ser optimo					
Liderazgo en costos	15.La gerencia está utilizando adecuadamente los recursos de la empresa					
	16.Los empleados están siendo eficientes con sus responsabilidades encomendadas					
	17.La inversión que se viene realizando está demostrando ser óptima para la empresa					
Segmentación de mercado	18.La gerencia aplica estrategias de segmentación para vender y posicionar sus productos					
	19.Se realiza estudios de mercado para identificar las necesidades del mercado potencial					
	20.La gerencia optimiza los recursos de sus productos para reducir de forma admisible los costos					

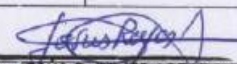
ANEXO 3. Matriz de validación del instrumento de obtención de datos

Título de investigación: Gestión empresarial y Competitividad en NETCALL PERU SAC, Lima 2020							
Apellidos y nombres del investigador: Br. Torres Barrios, Daniel Gerardo. Br Llanca y Cardenas, Yorka Vanesa							
Apellidos y nombres del experto:							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
Gestión empresarial	Planificación	Objetivos a corto plazo	La gerencia está preparada para alcanzar los objetivos a corto plazo de la empresa	Ordinal (Likert) 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre			
		Cronogramas	Los cronogramas permiten anticipar retrasos durante los proyectos				
	Organización	Estructura organizacional	La estructura organizacional de la gerencia contribuye a un mejor desempeño de las funciones				
		División de trabajo	La división de trabajo brinda una distribución de tareas y responsabilidades claras a los empleados				
		Manuales	El manual de funciones permite a los empleados cumplir con las tareas designadas				
	Dirección	Motivación	La gerencia establece reconocimientos a los empleados por sus desempeños sobresalientes				
		Comunicación	La comunicación en el área de ventas brinda un buen servicio a los clientes				
		Liderazgo	La gerencia por medio de sus líderes emplea un buen liderazgo para dirigir al personal				
	Control	Inspección	La gerencia realiza una inspección constante de sus operaciones				
		Evaluación	La gerencia está evaluando los resultados obtenidos				
Competitividad	Diferenciación	Diseño de producto	La gerencia ofrece un diseño de producto diferenciado respecto a la competencia				
		Imagen de marca	Se está aplicando estrategias en base a la imagen de marca para generar un impacto en el entorno				
		Atención al cliente	La atención al cliente brindada está generando competitividad				
		Canal	El canal a disposición de la empresa está reflejando ser optimo				
	Liderazgo en costos	Eficacia	La gerencia está utilizando adecuadamente los recursos de la empresa				
		Eficiencia	Los empleados están siendo eficientes con sus responsabilidades encomendadas				
		Inversión	La inversión que se viene realizando está demostrando ser óptima para la empresa				
	Segmentación de mercado	Estrategia de segmentación	La gerencia aplica estrategias de segmentación para vender y posicionar sus productos				
		Mercado potencial	Se realiza estudios de mercado para identificar las necesidades del mercado potencial				
		Optimizar recursos	La gerencia optimiza los recursos de sus productos para reducir de forma admisible los costos				
Firma del experto:			Fecha:				

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

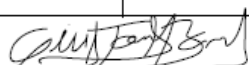
Título de investigación: Gestión empresarial y Competitividad de la empresa NETCALL PERU SAC, Lima 2020
 Apellidos y nombres del investigador: Br. Torres Santos, Daniel Gerardo. Br. Llanca Cardenas, Yorka Vanesa
 Apellidos y nombres del experto: REYES ACEVEDO, JESUS ENRIQUE

ASPECTO POR EVALUAR				OPINION DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
Gestión empresarial	Planificación	Objetivos a corto plazo	La gerencia está preparada para alcanzar los objetivos a corto plazo de la empresa	Ordinal (Likert) 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre	4		
		Cronogramas	Los cronogramas permiten anticipar retrasos durante los proyectos			2	MODIFICAR EL ITEMS
	Organización	Estructura organizacional	La estructura organizacional de la gerencia contribuye a un mejor desempeño de las funciones		4		
		División de trabajo	La división de trabajo brinda una distribución de tareas y responsabilidades claras a los empleados		5		
		Manuales	El manual de funciones permite a los empleados cumplir con las tareas asignadas		4		
	Dirección	Motivación	La gerencia establece reconocimientos a los empleados por sus desempeños sobresalientes		5		
		Comunicación	La comunicación en el área de ventas brinda un buen servicio a los clientes		4		
		Liderazgo	La gerencia por medio de sus líderes emplea un buen liderazgo para dirigir al personal		4		
	Control	Inspección	La gerencia realiza una inspección constante de sus operaciones		4		
		Evaluación	La gerencia está evaluando los resultados obtenidos		4		
Competitividad	Diferenciación	Diseño de producto	La gerencia ofrece un diseño de producto diferenciado respecto a la competencia	4			
		Imagen de marca	Se está aplicando estrategias en base a la imagen de marca para generar un impacto en el entorno	4			
		Atención al cliente	La atención al cliente brindada está generando competitividad	4			
		Canal	El canal a disposición de la empresa está reflejando ser óptimo	4			
	Liderazgo en costos	Eficacia	La gerencia está utilizando estándares de calidad para el proceso del producto		1	MODIFICAR EL ITEMS	
		Eficiencia	Los empleados están siendo eficientes con sus responsabilidades encomendadas	4			
	Segmentación de mercado	Inversión	La inversión que se viene realizando está demostrando ser óptima para la empresa	4			
		Estrategia de segmentación	La gerencia aplica estrategias de segmentación para vender y posicionar sus productos	4			
		Mercado potencial	Se realiza estudios de mercado para identificar las necesidades del mercado potencial	4			
		Optimizar recursos	La gerencia optimiza los recursos de sus productos para reducir de forma admisible los costos	4			

Firma del experto: 
DR. JESUS E. REYES ACEVEDO
 INVESTIGADOR RENACYT - CONCYTEG
 NIVEL "CARLOS NORGE MEDRANO" IV
 CÓDIGO: P0015173

Fecha: 20/01/2021

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de investigación: Gestión empresarial y Competitividad en NETCALL PERU SAC, Lima 2020							
Apellidos y nombres del investigador: Br. Torres Barrios, Daniel Gerardo. Br Llancoy Cardenas, Yorka Vanesa							
Apellidos y nombres del experto: Lic. Torres Barrios Giuliana Nadiliz							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINION DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
Gestión empresarial	Planificación	Objetivos a corto plazo	La gerencia está preparada para alcanzar los objetivos a corto plazo de la empresa	Ordinal (Likert) 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre	✓		
		Cronogramas	Los cronogramas permiten anticipar retrasos durante los proyectos				
	Organización	Estructura organizacional	La estructura organizacional de la gerencia contribuye a un mejor desempeño de las funciones				
		División de trabajo	La división de trabajo brinda una distribución de tareas y responsabilidades claras a los empleados				
		Manuales	El manual de funciones permite a los empleados cumplir con las tareas designadas				
	Dirección	Motivación	La gerencia establece reconocimientos a los empleados por sus desempeños sobresalientes				
		Comunicación	La comunicación en el área de ventas brinda un buen servicio a los clientes				
		Liderazgo	La gerencia por medio de sus líderes emplea un buen liderazgo para dirigir al personal				
	Control	Inspección	La gerencia realiza una inspección constante de sus operaciones				
		Evaluación	La gerencia está evaluando los resultados obtenidos				
Competitividad	Diferenciación	Diseño de producto	La gerencia ofrece un diseño de producto diferenciado respecto a la competencia				
		Imagen de marca	Se está aplicando estrategias en base a la imagen de marca para generar un impacto en el entorno				
		Atención al cliente	La atención al cliente brindada está generando competitividad				
		Canal	El canal a disposición de la empresa está reflejando ser optimo				
	Liderazgo en costos	Eficacia	La gerencia está utilizando adecuadamente los recursos de la empresa				
		Eficiencia	Los empleados están siendo eficientes con sus responsabilidades encomendadas				
		Inversión	La inversión que se viene realizando está demostrando ser óptima para la empresa				
	Segmentación de mercado	Estrategia de segmentación	La gerencia aplica estrategias de segmentación para vender y posicionar sus productos				
		Mercado potencial	Se realiza estudios de mercado para identificar las necesidades del mercado potencial				
Optimizar recursos	La gerencia optimiza los recursos de sus productos para reducir de forma admisible los costos						
Firma del experto:			Fecha:	27 enero, 2021			

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de Investigación: Gestión empresarial y Competitividad de la empresa NETCALL PERU SAC, Lima 2020								
Apellidos y nombres del Investigador: Br. Torres Barrios, Daniel Gerardo, Br. Llancav Cardenas, Yorka Vanesa								
Apellidos y nombres del experto: Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala								
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINION DEL EXPERTO			
			ITEMS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/SUGERENCIAS	
Gestión empresarial	Planificación	Objetivos a corto plazo	La gerencia está preparada para alcanzar los objetivos a corto plazo de la empresa		Ordinal (Likert) 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre			SI cumple
		Cronogramas	Los cronogramas permiten anticipar retrasos durante los proyectos					Se es mas preciso en la redacción
	Organización	Estructura organizacional	La estructura organizacional de la gerencia contribuye a un mejor desempeño de las funciones					SI cumple
		División de trabajo	La división de trabajo brinda una distribución de tareas y responsabilidades claras a los empleados					SI cumple
		Manuales	El manual de funciones permite a los empleados cumplir con las tareas designadas					SI cumple
	Dirección	Motivación	La gerencia establece reconocimientos a los empleados por sus desempeños sobresalientes					SI cumple
		Comunicación	La comunicación en el área de ventas brinda un buen servicio a los clientes					SI cumple
		Liderazgo	La gerencia por medio de sus líderes emplea un buen liderazgo para dirigir al personal					SI cumple
	Control	Inspección	La gerencia realiza una inspección constante de sus operaciones					SI cumple
		Evaluación	La gerencia está evaluando los resultados obtenidos					SI cumple
Competitividad	Diferenciación	Diseño de producto	La gerencia ofrece un diseño de producto diferenciado respecto a la competencia		SI cumple			
		Imagen de marca	Se está aplicando estrategias en base a la imagen de marca para generar un impacto en el entorno		SI cumple			
		Atención al cliente	La atención al cliente brindada está generando competitividad		SI cumple			
	Canal	El canal a disposición de la empresa está reflejando ser óptimo		SI cumple				
	Liderazgo en costos	Eficacia	La gerencia está utilizando adecuadamente los recursos de la empresa		SI cumple			
		Eficiencia	Los empleados están siendo eficientes con sus responsabilidades encomendadas		SI cumple			
		Inversión	La inversión que se viene realizando está demostrando ser óptima para la empresa		SI cumple			
	Segmentación de mercado	Estrategia de segmentación	La gerencia aplica estrategias de segmentación para vender y posicionar sus productos		SI cumple			
		Mercado potencial	Se realiza estudios de mercado para identificar las necesidades del mercado potencial		SI cumple			
		Optimizar recursos	La gerencia optimiza los recursos de sus productos para reducir de forma admisible los costos		SI cumple			
Firma del experto:			Fecha: 29 de Enero del 2021					

Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala
 Código ORCID: N° 0009-0003-3660-1713
 CEPY N° 0493271 - CLAD N° 13481
 Ikonor

ANEXO 4. Confiabilidad general

A. Variable: Gestión empresarial

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

Fuente: SPSS.v.25.

Estadísticas de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,861	10

Para determinar la confiabilidad del cuestionario sobre la gestión empresarial, se aplicó una prueba de niveles, la misma que dio como resultado un coeficiente alfa de 0.861, lo cual permite que el instrumento empleado en la prueba piloto tiene un nivel excelente de confiabilidad.

B. variable: Competitividad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

Fuente: SPSS.v.25.

Estadísticas de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,860	10

Para determinar la confiabilidad del cuestionario sobre la competitividad, se aplicó una prueba de niveles, la misma que dio como resultado un coeficiente alfa de 0.860, lo cual permite que el instrumento empleado en la prueba piloto tiene un nivel excelente de confiabilidad.

ANEXO 5. Validación del instrumento por expertos

EXPERTO	CALIFICACION	RESULTADO
Lic. Reyes Acevedo, Jesús Enrique	Es aplicable	100%
Lic. Torres Barrios, Giuliana Nadiliz	Es aplicable	100%
Dr. Tasayco Jala, Abel Alejandro	Es aplicable	100%

ANEXO 6. Marco muestral

PERSONAL NETCALL PERU S.A.C. ICA				
ITEM	TIENDA	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CARGO
1	TPF CHINCHA	Fanny Nathaly Silva Agapito	46194325	Supervisora
2	TPF CHINCHA	Fanny Lizeth Loza Almeyda	47781721	Coordinadora De Piso
3	TPF CHINCHA	Yorka Vanesa Llanca Cardenas	47899679	Asesor Bienvenida
4	TPF CHINCHA	Andy Ericson Carrillo Peña	41705337	Asesor Bienvenida
5	TPF CHINCHA	Lisete Sebastian Quispe	40840987	Referente
6	TPF CHINCHA	Wily Alex Huallpa Canales	46285935	Asesor Integral
7	TPF CHINCHA	Ronald Wilber Napa Pachas	47781721	Asesor Integral
8	TPF CHINCHA	Vanessa Bendezu Rivera	42392786	Asesor Integral
9	TPF CHINCHA	Angella Yeraldine Casiano Bonifacio	47988801	Asesor Integral
10	TPF CHINCHA	Carlos Miguel Grimaldo Millan	73313042	Asesor Integral
11	TPF CHINCHA	Alvaro Alonso Navarro Zapata	75517773	Asesor Integral
12	TPF CHINCHA	Hernan Victor Tasayco Tasayco	47962051	Asesor Integral
13	TPF CHINCHA	Juan Diego Camacho Pachas	47952732	Asesor Integral
14	TPF CHINCHA	Almett Gustavo Marquina Quichca	44495753	Asesor Integral
15	TPF CHINCHA	Teresa Estefania Saravia Tasayco	45980695	Asesor Integral
16	TPF CHINCHA	Alexis Armando Cahuana Canelo	71666929	Asesor Integral
17	TPF CHINCHA	Kevin Anthony Martinez Paucar	73905471	Promotor Samsung
18	TPF - PISCO	Robert Acasiete Reyes pisco	45106113	Asesor Integral
19	TPF - PISCO	Julissa Judith Campos Ronceros pisco	41729075	Asesor Integral
20	TPF - PISCO	Hivis Stick Pedro Sulca Molina pisco	47570855	Asesor Integral
21	TPF - PISCO	Michael Alberto Rojas Luyo cañete	72319606	Asesor Integral
22	TPF - PISCO	Maria Isabel Tomas Corres añete	46460747	Asesor Integral
23	TPF - PISCO	Jonathan Alex Cordero Quisuruco cañete	48380707	Asesor Integral
24	TPF - PISCO	Harold Stewart Florian Torres cañete	47885717	Asesor Integral
25	TPF - ICA	Jorge Luis Arenas Huanca	77324520	Asesor Bienvenida
26	TPF - ICA	Anggela Carol Massironi Zuñiga	45771977	Asesor Integral
27	TPF - ICA	Katheryn Madalaine Ramos Guisado	46870320	Asesor Integral
28	TPF - ICA	Liz Fiorella Gamonal Espino	44049553	Asesor Integral
29	TPF - ICA	Maritza Milagros Hurtado Antonio	43214596	Asesor Integral
30	TPF - ICA	Yayssen Elena Injante Muñante	47888494	Asesor Integral

Transparencia
 Fanny Nathaly Silva Agapito
 SUPERVISORA
 NETCALL PERU SAC
 46/94325



ANEXO 7. Permiso para la realización del trabajo de investigación de tesis

SOLICITO: Permiso para realizar Trabajo de Investigación de Tesis

SEÑORITA: FANNY NATHALY SILVA AGAPITO

Supervisora de la empresa NETCALLPERU SAC.

Los suscritos abajo firmantes, bachilleres en Administración de la Universidad Cesar Vallejo; Yorka Vanesa LLancay Cardenas, identificada con DNI. 47899679, con código de estudiante. 7002558821, Daniel Gerardo Torres Barrios, identificado con DNI. 47519367, con código de estudiante 7002595871. Ante Ud. Respetuosamente nos presentamos ante usted; que habiendo culminado la carrera profesional de Administración en la Universidad Cesar Vallejo, solicitamos a Ud. Permiso para realizar trabajo de investigación en vuestra empresa sobre: Gestión empresarial y Competitividad de la empresa NETCALL PERU SAC, Lima 2020. Para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

POR LO EXPUESTO:

Solicitamos a usted acceder a nuestra solicitud.

Lima, 05 de enero del 2021



Yorka Vanesa LLancay Cardenas
DNI. N° 47899679




Daniel Gerardo Torres Barrios
DNI N° 47519367

ANEXO 8. Resultado del turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?student_user=1&ts=1&lang=es&o=1524463872&u=1111939136

feedback studio DANIEL GERARDO TORRES BARRIOS | TESIS 1.VERSION TURNITIN.docx



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**Gestión empresarial y competitividad en NETCALL PERU SAC,
Lima 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADOS EN
ADMINISTRACION

AUTORES:
Br. Torres Barrios, Daniel Gerardo (ORCID: 0000-0002-1646-9909)
Br. Llanccay Cardenas, Yorka Vanesa (ORCID: 0000-0001-5345-9454)

ASESOR:
Dr. Casma Zárate, Carlos Antonio (ORCID: 0000-0002-4489-8487)

LINEA DE INVESTIGACION:
Gestión de Organizaciones

LIMA - PERU
2020

Resumen de coincidencias ✕

21 %

#	Source	Percentage
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	15 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	4 %
3	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
4	repositorio.uladech.ed... Fuente de Internet	<1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
6	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
8	Entregado a UNILIBRE Trabajo del estudiante	<1 %
9	repositorio.continental... Fuente de Internet	<1 %
10	slideplayer.es	<1 %

Página: 1 de 31 Número de palabras: 7814 Text-only Report | High Resolution Activado 17:41 4/03/2021

Yo, Carlos Casma Zárate docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo FILIAL LIMA NORTE, revisor de la tesis titulada

“GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN NETCALL PERU SAC, LIMA 2020”, de los estudiantes DANIEL GERARDO TORRES BARRIOS y YORKA VANESA LLANCAY CARDENAS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha, 20 de febrero



.....

Firma

Dr. Carlos Antonio Casma Zárate

DNI: 06153553

Revisó	Vicerrectorado de Investigación/ DEVAC /Responsable del SGC	Aprobó	Rectorado
--------	--	--------	------------------