



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión del Cambio y su Influencia en la Competitividad de las
Pequeñas Empresas, Plaza San Miguel 2019**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración**

AUTORA:

Valdivia Leyva, Ursula Tayri (ORCID: 0000-0002-4956-9076)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

Lima - Perú

2019

Dedicatoria

Han pasado más de 5 años desde que comencé mis estudios universitarios, tantos trabajos y sacrificios solo pudieron ser posibles gracias a mi familia, es por eso que este trabajo va dedicado para ellos, tantas enseñanzas en clase no valdrían nada sin los valores y principios con las que ustedes me educaron desde niña, su comprensión, paciencia, apoyo, son solo unas de las tantas cosas que me han ayudado a ser una mejor persona, este será un paso más de muchos proyectos de vida en el cual espero se sientan muy orgullosos, gracias por tanto.

Agradecimiento

En primera instancia agradezco a todos los profesores que a lo largo de estos ciclos académicos han transmitido sus conocimientos hacia mí para poder lograr mi información profesional. A mis compañeros con los cuales he compartido muchos momentos e intercambiado muchas experiencias que nos servirán para la vida personal y laboral. Por último, agradecer a mi familia en general porque cada uno me apoyo de diferentes maneras durante todos estos años, dándome confianza en mí mismo y así poder lograr este gran objetivo para mi vida.

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	12
2.1. Tipo, diseño y nivel de la investigación	12
2.2. Operacionalización de variables	15
2.3. Población, muestra y participantes	17
2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	17
2.5. Procedimiento	19
2.6. Métodos de análisis de datos	20
2.7. Aspectos éticos	20
III. RESULTADOS	20
IV. DISCUSIÓN	33
V. CONCLUSIONES	35
VI. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37
ANEXOS	39

RESUMEN

El presente trabajo de investigación lleva por título “Gestión del cambio y su influencia en la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza San Miguel 2019”. El objetivo principal fue determinar la influencia que existe entre la gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas, de plaza San Miguel 2019. La muestra estuvo representada por 70 pequeñas empresas. El muestreo fue censal puesto que se tomó a las empresas para realizar el estudio. La metodología utilizada fue hipotético-deductivo, tipo de investigación aplicada con diseño no experimental y de corte transversal; además el nivel de investigación que se utilizó fue el explicativo causal, y que se trabajó con variables independientes y dependientes. Se usó el cuestionario como instrumento de recolección de datos y se aplicó como técnica la encuesta con 10 preguntas por cada variable sobre la muestra. Los datos fueron procesados utilizando el programa del SPSS versión 23 y analizados por el método estadístico descriptivo, y mediante el cual se pudo medir el nivel de confiabilidad de las preguntas, interpretar gráficos estadísticos, aplicar a correlación de Spearman. Por ende, se obtuvo como resultado que la gestión de cambio influye en la competitividad de las pequeñas empresas de Plaza San Miguel 2019.

Palabras clave: Gestión del cambio, Competitividad, Correlación, Muestreo.

ABSTRACT

The present research work is entitled "Management of change and its influence on the competitiveness of small businesses, Plaza San Miguel 2019". The main objective was to determine the influence that exists between the management of change and the competitiveness of small businesses, in San Miguel Plaza 2019. The sample was represented by 70 small businesses. Sampling was censal since companies were taken to carry out the study. The methodology used was hypothetical-deductive, type of applied research with non-experimental and cross-sectional design; In addition, the level of research that was used was the causal explanatory, and that work was done with independent and dependent variables. The questionnaire was used as an instrument for data collection and the survey was applied as a technique with 10 questions for each variable on the sample. The data were processed using the SPSS version 23 program and analyzed by the descriptive statistical method, and by means of which it was possible to measure the reliability level of the questions, interpret statistical graphs, apply to Spearman correlation. Therefore, it was obtained as a result that the management of change influences in the competitiveness of the small companies of Plaza San Miguel 2019.

Keywords: Change management, Competitiveness, Correlation, Sampling.

I. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos tiempos se ha visto un crecimiento acelerado de las pequeñas empresas que intentan progresar con sus ideas innovadoras, con el pasar de los años las tecnologías se están adaptando, es por ello que la competitividad es más fuerte dentro de las pequeñas empresas; las cuales se enfrentan a cambios bruscos y confrontaciones por la atención de los clientes para poder avanzar y ganarse un lugar en el mercado, todos quieren llegar a posicionarse pero no todas lo logran, y ante esto implementa cambios de gestiones para poder adecuarse a las exigencias de los clientes, condiciones de mercado, tecnologías, costos de insumos y la competencia; es así que las organizaciones tienen la decisión de adaptarse o quebrar.

A nivel internacional, la gestión del cambio es un método que es utilizado por las empresas para nuevas estrategias y modalidades vanguardistas como se sabe otros países están más desarrollados y tienen grandes industrias, por ello tienen más en que pensar para sobresalir ante tanta competencia en los mercados, con nuevas tecnologías implementando nuevos métodos de marketing y de desarrollo empresarial, así mismo deben estar preparados para cualquier cambio drástico. De este modo establecemos como referencia a la empresa Huawei que está sometido a múltiples cambios en su tecnología, que trae como beneficio el crecimiento de su industria.

A nivel nacional, las pequeñas empresas están en pleno desarrollo en vista de que intentan sobrevivir y avanzar conforme a sus capacidades de alcanzar un porcentaje del mercado y así seguir creciendo, es por ello que cada pequeña empresa aplica la inteligencia para desarrollar sus propias estrategias, y las que no siguen el ritmo vanguardista caen en el olvido ya que hoy en día las personas optan por cosas novedosas.

La gestión del cambio no sólo consiste en instaurar modelos recientes de gestión que con el tiempo solo resulta ser teorías pasajeras, lo que en realidad consiste es en saber aprovechar los cambios para la mejora de la empresa para así anticipar cualquier inconveniente para la firma y aprovechar su deficiencia como ventaja, es por eso, que las

empresas también tienen que competir con quienes la operan, de esta manera evalúan los cambios que se realizarán a futuro con el fin de estar siempre un paso adelante.

En la actualidad, las empresas están adaptándose a la gestión del cambio, ya que las empresas requieren actualizarse para poder entender a sus consumidores que están en constante vanguardia, es por ello que las empresas necesitan cambiar sus métodos antiguos por ideas frescas, nuevas, innovadoras; así mismo los líderes que se arriesgan a los cambios para que puedan generar una mayor competencia, ya que, la competitividad entre ellas es de manera agresiva y siempre están buscando atraer a la mayor cantidad de clientes utilizando distintos tipos de marketing.

Ante ello, las organizaciones intentaron instituir modelos recientes de estructuras que les permita acoplarse a unas modernas condiciones. Ante un entorno organizacional tan variable como es en la actualidad, la variabilidad organizacional aparece el material de investigación tocado por muchos académicos tanto peruanos como extranjeros con el fin de descubrir soluciones para así enfrentar los incesantes cambios del entorno.

A nivel local las pequeñas empresas de Plaza San Miguel están compitiendo cada vez más agresivamente en el mercado con estrategias innovadoras, eso les suma puntos ya que los consumidores son más modernizados con el avance de la tecnología y ante una amplia demanda para poder escoger de gustos y modas, es por ello que las pequeñas empresas de Plaza San Miguel tienen una problemática en este aspecto. Se pudo identificar que algunas de las pequeñas empresas de Plaza San Miguel, carecen de ideas innovadoras, esto es debido a que los colaboradores no son escuchados y no tienen una buena base para poder competir en el mercado, ante ello se observó que intentan realizar cambios en las organizaciones pero no siempre hay resultados con éxito, ya que la gran parte se reusa a los cambios es por ello que las pequeñas empresas no están a nivel de competir, de esta manera se optará por utilizar herramientas que ayuden a resolver dicha problemática de las pequeñas empresas de Plaza San Miguel.

Un factor importante es el sueldo, pero también algunos factores relacionados al ambiente de trabajo los cuales se relacionan con la motivación y compromiso en la organización. La

gestión del cambio tiene como base no establecer guías innovadoras de gestión que con el tiempo solo resulta ser teorías pasajeras, lo que en realidad consiste es en saber aprovechar los cambios para la mejora de la empresa y anticipar cualquier golpe para la empresa, de este modo aprovechar su deficiencia como ventaja, es así que las empresas no solo deben ser adaptables de acuerdo a su entorno pues también quienes las operan deben germinar una aguda percepción para preluir la transición y así estar continuamente en la vanguardia.

Las empresas no solo deben ser simples y adaptarse si no que tienen que estar un paso antes, en pocas palabras tienen que convertirse en unos motores de la investigación de esa manera aprobarán los cambios para la mejora de sus empresas evitando los conflictos organizacionales.

En la actualidad con diversos cambios también aparecen nuevos desafíos en el que las organizaciones deben estar preparadas para nuevos competidores externos, estos son los elementos que obligan a las personas a tomar la iniciativa y estar prevenidos para diversos cambios, ante estas situaciones las empresas tienen que motivar a su gente a fin de obtener los objetivos trazados.

La gestión del cambio no solo implica renovar a las personas o establecer nuevos procedimientos sino tiene un enfoque más amplio, se debe establecer cambios de mejora sobre todo en la ideología de la organización y de los altos mandos mismos, ya que la permuta viene acompañado de nuevos proyectos y formas eficientes de intervención por parte de nuestros colaboradores, este cambio se debe realizar en todos los niveles desde un gerente hasta los empleados, de esa manera se complementa en un avance global para la empresa.

Silva (2014). En su tesis titulada "El desarrollo organizacional, la cultura, la gestión del conocimiento y la gestión del cambio, como herramientas fundamentales para asegurar la competitividad de las organizaciones", de la Universidad militar nueva granada, en Colombia, para obtener el título de especialista en Alta Gerencia. Coinciden que el objetivo principal es garantizar la rivalidad de las empresas que se afrontan a considerables

transformaciones fundamentales por medio de la innovación empresarial, la Cultura Organizacional, la Gestión del Conocimiento y la Gestión del Cambio.

Para la metodología se utilizó el sistema de formación con la única finalidad de poder transformar la mentalidad relacionada a los valores y creencias en las organizaciones para que de esta manera existan nuevas estrategias para que puedan adaptarse de la mejor manera a la tecnología actual y las nuevas tendencias incluidos desafíos constantes de mejora entre ellos.

Finalmente se concluye, que actualmente el Desarrollo Organizacional ya no es utilizado con frecuencia ya que este procedimiento toma tiempo y dinero, asimismo, se debe utilizar la urgencia de difundir nuevas estrategias de múltiples cambios dinámicos que faciliten a la corporación a poseer una ofuscación más amplia y considerar más soluciones que ayuden a la estructuración a fin de enfrentar los sufrimientos que involucran la alteración organizacional, esto se consigue resolver determinando patrones conforme a la petición de la estructuración, manteniendo en cuenta su atmósfera con el de producir la evolución de manera rápida y atinado.

Torres (2012). En su tesis titulada "Herramientas de apoyo a la gestión del cambio organizacional en un sistema de learn manufacturing", titulada en la Universidad nacional autónoma de México, en México, para lograr el grado de magister en ingeniería. El motivo fundamental de la Gestión del cambio organizacional es minimizar la negativa de los integrantes de la organización mientras la introducción de un cambio conceda perdurar o adicionar la ventaja competitiva de la organización a la que éstos integran y así mismo extender la metodología de gestión del cambio organizacional en una compañía para implantar el uso de métodos consistentes de unificación que accedan a minimizar la oposición a la transformación, Finalmente, se concluye, que el altibajo es poco decisivo para cada sistema, ya sea uno pequeño o algún de máximo masa. Centrarnos evidentemente en una estructuración, es mediante la alteración y el modo en que estas empresas sobreviven al mundo competitivo de hoy en día.

Baños, V. (2011). en su tesis titulada "Competencias esenciales, clima organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la pequeña y mediana empresa", España, Para obtener el título de doctorado, planteo como finalidad general, precisar la forma en que las competencias esenciales alteran a la innovación, el clima laboral y los resultados. La metodología utilizada con este trabajo implica analizar por medio de sus causas y principios, las propiedades de la empresa y los fenómenos que ocurren con la misma.

Finalmente, se decidió adjuntar las versiones de los autores vistos y asistir por entorno de un mecanismo las áreas que son las de máximo notabilidad y que logran alcanzar a acaecer adentro de una Pyme con el perfil del sector de estudio.

Castillo (2010). En su tesis "Análisis comparativo internacional de los factores que determinan la competitividad vinícola: caso México", El colegio de la frontera norte, México, Para lograr el grado de magister en economía aplicada, planteo como propósito global originar un dato que aporte convicción en la decisión de los factores que influyen en la competencia vinícola en el entorno nacional e internacional, mediante la fabricación de indicios de rivalidad para esos ámbitos, con sustento en la acertada alternativa y organización de variables que estimen los aspectos más destacados de las esferas de rendimiento del vino, para amparar así la toma de decisiones estratégicas en la constitución de políticas de crecimiento económico que aprecien el valor de la competitividad vitivinícola en un ambiente internacional cada vez con más rivalidad, Este análisis se ejecuta por medio del uso de dos instrumentos: la investigación documental, y los métodos de inferencia cuantitativa (econometría y estadística).

Finalmente, se puede afirmar que globalmente lo fundamental y crucial de la competitividad son los agentes climáticos y su estructuración de elixir, en tanto las primeras condiciones son la tolerancia comercial y las clases endógenos.

Por otro lado, en el ámbito nacional: Palomino y Pineda en el año 2015, en el trabajo de investigación titulado "La gestión del cambio organizacional en entidades públicas del poder ejecutivo peruano: una aplicación de las Teorías de cambio provenientes de la gestión

privada", En la pontificia universidad católica del Perú, Perú, para obtener el título profesional de licenciado en gestión, con mención en gestión pública, planteo como propósito principal estudiar el uso de las teorías de la gestión del cambio enfatizando el área del cambio organizacional, originario de la experiencia privada, en la dirección de procesos de cambio de las entidades públicas del Poder Ejecutivo peruano, la metodología de la investigación y analizar la gestión del cambio organizacional en dichas entidades y su antigüedad en el transcurso de cambio, desde un resumen explicativo definido por el estudio.

Finalmente, se infiere que el resumen explicativo avanzado desde las teorías de transición actual es ajustable al de fenómeno de cambio organizacional y su gestión en las entidades públicas del dominio directivo.

Charry (2017). " Gestión del cambio organizacional y desempeño laboral en el sector de pesca y acuicultura, ministerio de la producción, lima 2017", En la Universidad Cesar Vallejo, Perú, Para obtener el grado académico de maestría en gestión pública, planteo como meta principal establecer la conexión a través de la gestión del cambio organizacional y el desempeño laboral del colaborador de la Dirección General de Supervisión, Fiscalización y Sanción en el Sector de Pesca y Acuicultura del Ministerio de la Producción, Lima 2017, El procedimiento de este trabajo de investigación, va a legitimar dos formas de recaudación de datos de las variables gestión del cambio organizacional y el rendimiento, dichas formas estarán a capacidad de indagadores que examinen estudiar la misma temática.

Finalmente se infiere que mediante los encargados de la ejecución ciertos procesos de cambio tendrán que informarse y mantener informados a sus empleados de todo el transcurso del cambio que influya en la empresa para que puedan tener conocimiento y así puedan integrarse sin problemas.

Burgos (2014). "La política de capacitación como un mecanismo para la mejora de su competitividad: análisis del sector maderero en el distrito de villa el salvador- lima metropolitana", Perú, para la obtención del grado de magister en ciencia política con mención: en política pública y sociedad civil, estudiar el impacto de la preparación sobre el desarrollo de la micro y pequeña industria manufacturera del sector madera del distrito

de Villa El Salvador, con la finalidad de cooperar con la mejora de las políticas y/o programas de formación que podría decir el Estado para incrementar su rendimiento e intereses, la metodología de esta averiguación es investigar el impacto de la formación sobre la competencia de la micro y limitada corporación de confección del sector madera del distrito de villa el salvador, a fin de cooperar a recobrase las políticas y/o repertorio de formación que podría asegurar el estamento para perfeccionar la ejecución e beneficios.

Finalmente, se deduce que hay varias aristas en la formación, fundamenta instrumento de los Servicios de Desarrollo Empresarial que no es apto ella sola para reponerse la competitividad de las empresas.

Vela (2016). "la competitividad y la integración económica en américa latina: caso de la comunidad andina de naciones 2006-2014", Universidad Ricardo palma, Perú, planteo como meta principal, Determinar cómo la integración económica de América Latina influyó en la competitividad en la Comunidad Andina de Naciones en el periodo 2005-2014, por lo tanto, la metodología es del tipo de investigación descriptivo y explicativo constituyéndose en una investigación aplicada.

Finalmente, se concluye que ha sido demostrado que la ampliación de las exportaciones e importaciones implica a que se intensifique la dinámica del flujo de capitales, así mismo el canon de encadenar la oferta de despacho se orienta a asociar y cerciorarse la competitividad con la integración de un coeficiente en medio de las variables explicativas como las exportaciones, las importaciones y la etapa de comprensión comercial.

Por lo tanto, las teorías relacionadas, tienen argumentos importantes para dicha investigación ya que se utilizaron teorías en las cual respalda dicha información, para poder basarnos en hechos reales.

Según Martínez (2013). El entorno en el que estamos, está avanzando y constantemente requiere de cambios. A pesar de ello dichas empresas deben mantenerse lucrativas si pretenden sobrevivir en el mercado y aquellas organizaciones que no sigan el ritmo del cambio, quedan fuera de competencia y se ven afectadas económicamente. Siempre son necesarios los cambios para la mejora de la empresa, por ello el motivo principal es hacerlas

flexibles para poder responder a estas exigencias y oportunidades en su debido momento. (p.129).

Dentro del tema gestión del cambio existe varios conceptos especificados por diferentes autores, en la siguiente investigación citaremos las ideas más importantes de los autores.

Según Jiménez (2013) indica que la gestión del cambio es un concepto de mucho interés y muy novedoso en management y por supuesto aún no se halla una doctrina, puesto que no se ha encontrado una línea de negocio propio para los servicios profesionales de consultoría el cual les permita enfatizar y destacar en dicho tema. (p.3).

Según Duran, (2018) indica que en el marco personal o de formación profesional nos enfrentamos de manera constante a procesos de cambio con el único fin de adecuarnos a las situaciones que se nos presenten y sean requeridas. Son varios los profesionales que se han conservado y transformado para poder encajar en el nuevo paradigma laboral, adaptando sus conocimientos a las nuevas necesidades del mercado. Nunca en la historia, la necesidad del cambio había traído un desenlace tan trascendental.

Estos cambios se dan principalmente por dos situaciones concretas: Transformación digital y la desaparición de profesionales tradicionales y surgimiento de un nuevo mercado de trabajo. (p.11).

Dimensiones:

Comunicación

Según Chiavenato (2014) indica que la comunicación es una locución entre sujetos, transmitiendo una noticia. Establece uno de los procedimientos elemental de la madurez humana y de la disposición colectiva.

La interlocución es fundamental para los tratos interpersonales y así sustentar con franqueza a los subordinados las razones que llevo a tomar dichas decisiones. (p.94)

Liderazgo

Según Chiavenato (2014) el liderazgo es indispensable en toda clase de organización, ya que en cada empresa o sus diferentes áreas, es fundamental las obligaciones de la

administración, porque dicho gerente tiene que saber sobre la estimulación humana y poder emplearla en sus colaboradores para poder conducir a las personas, es decir, liderar. (p.89).

Trabajo en equipo

Acosta, J. (2011, P.18). Un grupo no es un equipo. El equipo tiene -debe tener-- sinergia. Su comité puede lograr lo que no lograrían individualmente. En las organizaciones, los equipos realizan una crucial función, en sus integrantes y en la organización; complacen las exigencias de aquella y, lo propio de las personas.

Por otro lado, las teorías relacionadas a la Variable Competitividad

Porter, M. (2015). Sostiene que la competitividad es el triunfo o la derrota de las compañías. Es por ello que porter nos habla de las 5 fuerzas competitivas externas las cuales serían las amenazas de recientes competidores, pugna entre los adversarios, dominio de operar de los abastecedores, dominio de operar de los consumidores e intimidación de nuevos ingresos sustitutos, para este tipo de muestra habitual, la defensa radicaba en edificar bardas de entrada en contornos de una resistencia que poseen las pequeñas empresas de Plaza San Miguel.

Según Calva (2007), expresa que en la actualidad las empresas disputan en los emporios de la sociedad y las ventas se miden en función a las decisiones de los productores. Los bienes y servicios dependen de lo que demanden los consumidores finales, los cuales además de exigir precios bajos, se inclinan por adquirir productos con mejor presentación, es decir productos en vanguardia tanto en el diseño como en la calidad, es por ello que tenemos más rivalidad basada en disputas y guerras de precios, de esta manera las empresas muestran compromiso y entrega para ser líderes en el mercado. (p. 324)

Según Álvarez, Álvarez y Bullón (2006) indica que la excelencia simboliza un transcurso de perfección constante, en el cual todas las áreas de la compañía intentan complacer la carencia del comprador o adelantarse a estas, colaborando rápidamente en el crecimiento de artículos o en la presentación de servicios. (p.5)

Innovación

Según Martínez (2006), una compañía vanguardista es aquella que tiene el respaldo de sus equipos de trabajo al ser comprometidos y tener voluntad empresarial, el cual asume riesgos y sobre todo un arduo trabajo ya que diariamente están solucionando dilemas, cumpliendo exigencias, con ingenio, renovando artículos y funciones, pero sobre todo colaboradores que estén dispuestas a vencer el temor a la transformación. Estas cualidades son las que posibilitan a algunas corporaciones asombrar al establecimiento y a la rivalidad con sus productos renovados, de este modo ser los mejores en novedades. (p.7)

Fases de un proceso de innovación:

Dentro de ello existe la creación de la idea, preparación, implantación de la innovación, revisión y las estrategias.

Para Mayer (2014) Las estrategias son un tipo de conocimiento clave para el desarrollo de la empresa y se define como un método de orientación que sirve de ayuda para aprender, recordar y solucionar dudas que se manifiestan dentro de una corporación. (p.48)

La formulación del problema, está compuesta por un problema general: ¿Cómo influye la Gestión del cambio en la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza San Miguel 2019?, así mismo por los problemas específicos, los cuales son: ¿Cómo influye la comunicación en la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza San Miguel 2019?, también ¿Cómo influye el liderazgo en la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019?, por ultimo ¿Cómo influye el trabajo en equipo en la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019?

La justificación del estudio, está basado en tres puntos importantes:

Teórica, la investigación permitirá ascender en el mercado laboral y ser competitivos con buenas estrategias para ganar mercado, de los cuales se beneficiará tanto la empresa como los que laboran dentro ya que va a generar mayor oportunidad de trabajo, así permitiendo más productividad y la mejora continua del incremento de clientes, de tal manera que se sientan identificados y aumentar el consumo diario sobre las metas de ventas.

Finalmente se beneficiará la sociedad mediante la buena atención y mejor calidad de los productos, también se mencionó que la justificación práctica, de la cual es importante conocer el vínculo de la gestión del cambio con la competitividad en la compañía, de esa forma brindar asistencia de calidad ofreciendo productos en buen estado e implementando su cultura y así reconocer el rendimiento de las pequeñas empresas en el ámbito laboral diferenciándose siempre de la competencia y la justificación metodológica, con el propósito de buscar y obtener mejores resultados para las pequeñas empresas.

Este proyecto de investigación busca indagar el conocimiento sobre el vínculo que existe entre la gestión del cambio y la competitividad dentro del ámbito empresarial de manera que los logros obtenidos puedan ser tomados como un cimiento para futuras averiguaciones e investigaciones, para aquellos estudiantes que aspiren aprender y profundizar el tema.

De acuerdo a todo lo antes mencionado se formula la hipótesis general y específicas donde la primera suposición fue: Existe influencia significativa entre la gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019 y las suposiciones específicas fueron: Existe influencia significativa entre la comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019, asimismo existe influencia significativa entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019.

Finalmente existe influencia significativa entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019.

Se formuló un objetivo general y tres objetivos específicos en el cual el principal fue:

Determinar la influencia que existe entre la gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019, por ello el primer objetivo específico es:

Determinar la influencia que existe entre la comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019, también determinar la influencia que existe entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019 y finalmente Determinar la influencia que existe entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019.

II. MÉTODO

El presente estudio de investigación, se efectuó con el método Hipotético-deductivo, por ello, lo detallado anteriormente viene desde lo general a lo específico.

- **Hipotético – deductivo**

Según Cegarra (2012) este método lo usamos diariamente, como en la investigación científica. Este proceso es el más claro para encontrar el resultado a dichas problemáticas que se presentan en estas organizaciones, de esta manera la hipótesis se enfoca en emitir sobre las factibles propuestas al dilema planteado y en constatar los datos existentes si estos están acordes con aquellas. Cuando el dilema está cercano a la altura observacional, las hipótesis se pueden clasificar en empíricas mientras que, en los incidentes más complicados, las hipótesis son de tipo abstracto. (p.82)

2.1. Tipo, diseño y nivel de la Investigación

Este modelo de investigación que se empleó en esta tesis es Investigación es de tipo aplicada ya que se interesa en usar los conocimientos para resolver los problemas.

Según Sampiri (2014) manifiestan que existen dos tipos de investigaciones:

- La aplicada es la que se encarga de buscar soluciones a los problemas que se manifiestan dentro de la indagación.
 - La básica que solo genera conocimientos nuevos para afrontar dicha problemática.
- (p.24)

La concepción de la investigación es no experimental, así mismo también es de corte transversal.

Siguiendo a Sampieri (2014), determino el diseño no experimental a los procesos que se efectúan sin la operación intencionada a las variables de estudio y en lo que se observa el comportamiento de los mismos en su contexto original, para luego generar un análisis. (p.153)

Del mismo modo Hernández (2014), definió corte transversal como: las exploraciones que recaudan datos en un tiempo único. (p. 154)

Sampieri, R. (2010). Nos ilustra que, son estudios que reúnen antecedentes en una ocasión singular. Su finalidad es definir las variables y analizar su interrelación en una ocasión establecida (p.208)

La investigación fue mostrada con un diseño no experimental-transversal, puesto que no manipula intencionalmente las variables tanto dependiente como independiente, del mismo modo la recopilación de los datos para su análisis se da en un tiempo determinado, estos están relacionados en las pequeñas empresas de dicho estudio en plaza san miguel 2019.

En este trabajo se empleó el tipo de investigación Explicativo – causal al que según Valbuena (2017) indica que se denomina programa de investigación explicativo causal, al acto científico mediante el cual, el investigador delinea y aclara la relación precisa y apta entre al menos dos cosas o eventos. (p.257)

El diagrama esquelético es:

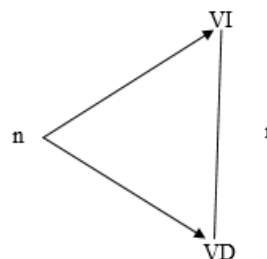
Leyenda:

n = Muestra

VI = Toma de decisiones gerenciales

VD = Satisfacción al cliente

r = Influencia entre las variables VI y VD.



2.2. Variables, Operacionalización

a) Variable: Gestión del cambio

Según Warner (2009) indica las diferentes formas que puede asumir el cambio, en ciertas ocasiones es estrictamente personal, la cual se relaciona con una alteración significativa de circunstancias y perspectivas. En otras ocasiones lo inicia la organización que posiblemente soporta presiones internas o externas que la obligan a modificar de manera drástica su línea de acción, dicho cambio puede ser a pequeña escala en el cual solo afecta a determinados individuos o partes de la organización o a gran escala porque impacta a toda una organización. (p.3).

b) Variable: La competitividad

Según Martínez (2007) indica que la competitividad está bien definida en relación con el mundo de las compañías, ya que se da a entender que es la facultad de las compañías poder preservar o acrecentar su productividad en las situaciones que predomina en el mercado, el hecho del beneficio del establecimiento, por parte de una compañía, inevitablemente Al margen de las demás compañías que trabajan en idéntico mercado, concibe la noción de competitividad. (p.19).

2.2.1. Operacionalización de Variable

Tabla 1. Variable independiente de gestión del cambio

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	NIVELES O RANGO	ESCALA
GESTIÓN DEL CAMBIO	Según (David, 2013), Ninguna organización o persona puede evadirse del cambio, ya que pensar en ello genera un gran conflicto dentro de los equipos de trabajo, ellos se hallan en su territorio seguro y están acostumbrados a realizar los mismos procesos de trabajo, también dentro de los cambios que se van a dar es bueno considerar la comunicación y el liderazgo que existe entre los asistentes de la compañía.	Comunicación	Los cambios que ocurren dentro de una organización se basan en determinar la elección de los dirigentes de cada empresa, recibiendo ayuda profesional de expertos en esa rama.	Toma de decisiones Colaboradores Información	P1 P2 P3	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	Razón ordinal
		Liderazgo	Por lo tanto, los jefes deben mantener motivados a los colaboradores y buscar la participación dentro de la empresa así conseguir lograr los resultados esperados.	Motivación Participación Resultados	P4 P5 P6	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	
		Trabajo en equipo	Por consiguiente, esto ayudara a cumplir los objetivos que se proponen con total efectividad.	Clima laboral Compromiso Objetivos	P7 P8 P9 P10	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Variable dependiente de competitividad

VARIABLES DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	NIVELES O RANGO	ESCALA
COMPETITIVIDAD	Según Fonseca (2015) La competitividad consiste en desarrollar nuevas estrategias para alcanzar nuestros objetivos, dado que es un asunto preocupante, ya que, si no somos competitivos con otras empresas en algún tema como sobresalir en la calidad o ser innovadores, seremos dominados.	Calidad	La competitividad es una rivalidad entre empresas del mismo sector en el cual su instrumento de pelea es su producto de este modo tienen que ganar la satisfacción de sus clientes usando la eficacia para cumplir sus objetivos de competencia y liderar el mercado.	Producto Satisfacción Eficacia	P1 P2 P3	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	Razón ordinal
		Innovación		Diseño Tecnología Creatividad	P4 P5 P6	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	
		Estrategias		Planificación Proceso Fidelidad	P7 P8 P9 P10	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población, Muestra y participantes

La población estuvo compuesta por los jefes de las diferentes 70 pequeñas empresas, plaza san miguel 2019.

Según Carrasco (2009), Población es la agrupación de todos los elementos, es decir unidades de análisis, que integran al ámbito espacial donde se lleva a cabo el trabajo de investigación”. (p. 105)

Según carrasco (2009), la muestra es una cierta parte o un fragmento representativo de dicha población, cuya característica principal es la de ser objetiva. (p.237)

Tomando, como referencia a la teoría anterior menciona, por lo que se recaudó una muestra censal compuesta por 70 pequeñas empresas en Plaza San Miguel, por tal se trata de una muestra censal.

Los participantes fueron los jefes de las 70 pequeñas empresas de Plaza San Miguel, Distrito de San Miguel, año 2019, del mismo modo el investigador encargado de la recolección de los datos en un tiempo y espacio determinado.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

El sistema ha sido usado en esta investigación se le conoce con la denominación de la encuesta, por medio la cual pudimos acceder a recolectar información por medio de las respuestas que nos dieron los jefes de cada pequeña empresa de Plaza San Miguel.

Carrasco (2015), declaro que, “Un método de exploración social para la recolección de datos, es usar preguntas directas o indirectas que se le realizara a un grupo de personas que formaran parte un estudio investigativo”. (p.72)

El instrumento aplicado en esta investigación es el cuestionario tipo Likert, la cual está conformado de 20 preguntas elaboradas con relación a las 2 variables, abarcando como objetivo principal de la investigación, la sección 1 pertenece a la variable gestión del cambio y la sección 2 pertenece a la variable competitividad, la primera consta de 10 preguntas al igual que la segunda haciendo la suma de 20 preguntas.

La comprobación fue analizada por medio de un discernimiento de expertos, la cual es empleada por doctores especializados en las ciencias empresariales, para ello recurrimos a 3 docentes, quienes, tuvieron una evaluación exhaustiva, validaron el argumento del instrumento y su acuerdo con dichas variables para poder ser usadas en la investigación, dando como opinión que está dentro del rango de aceptación considerando “Si cumple”.

Validez de expertos

Tabla 3. Validación de expertos

Grado de estudio	Nombre del asesor (a)	Opinión del experto
Doctor	Cárdenas Saavedra, Abraham	Si cumple
Doctor	Aliaga Correa, David Fernando	Si cumple
Doctor	Costilla Castillo, Pedro	Si cumple

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad

El método alfa de Cron Bach se usará para detectar al factor de idoneidad de nuestro cuestionario que será utilizado en la investigación.

El factor estaría entre cero y uno, ya que si el valor es cero nos indicara que existe una nula confiabilidad y sin embargo si nos arroja uno nos indicara que existe una máxima confiabilidad, debido a que, si el factor se acerca a cero (0), nos indicara que existe un mayor grado de medición. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 201).

En la presente investigación para poder medir la confiabilidad se realizó una prueba piloto empleando el método del alfa de Cronbach, ingresando la información recolectada al programa estadístico SPSS, esta correlación está compuesta por 20 encargados de cada pequeña empresa de Plaza San Miguel, con el motivo de cuantificar la confiabilidad del cuestionario a través del alfa de Cronbach.

2.5. Procedimiento

Tabla 4. Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

Tabla 5. Tabla categórica de Coeficiente de Alfa de Cron Bach

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cron Bach	N de elementos
,728	20

Rango	Confiabilidad
0.81 – 1.00	Muy Alta
0.61 - 0.80	Alta
0.41 - 0.60	Media
0.21 - 0.40	Baja
0.00 - 0.20	Muy baja

Fuente: Adaptado de Palella y Martins (2012. P. 169).

Analizando los datos obtenidos de la confiabilidad es de 0.728 y con respecto a la tabla se concluye que el instrumento de medición es alto.

2.6. Método de análisis de datos

Cuando se aplique a este cuestionario se comenzará a tabular nuestra base de datos en un Excel, para que sea pasado al programa estadístico SPSS versión 23, después de ello se procederá a elaborar los cuadros de frecuencia aglutinada por cada dimensión, posteriormente procederemos a realizar la prueba de inferencia para contrastar nuestras hipótesis.

2.7. Aspectos Éticos

El actual trabajo de investigación se planteará los principios éticos, respetando la identidad de los encuestados, asimismo, el trabajo será probado por su originalidad a través del programa TURNITIN.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo de resultados

3.1.1. Análisis descriptivo de resultados de variable: Gestión del Cambio

Tabla 6. Distribución de frecuencias y porcentajes según la Comunicación

COMUNICACIÓN (Agrupada)				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Comunicación	Nunca	7	3,3%	10,0%
	Casi nunca	22	10,5%	31,4%
	A veces	105	50,0%	150,0%
	Casi siempre	52	24,8%	74,3%
	Siempre	24	11,4%	34,3%
Total		210	100,0%	300,0%

Fuente: Elaborado en SPSS V24

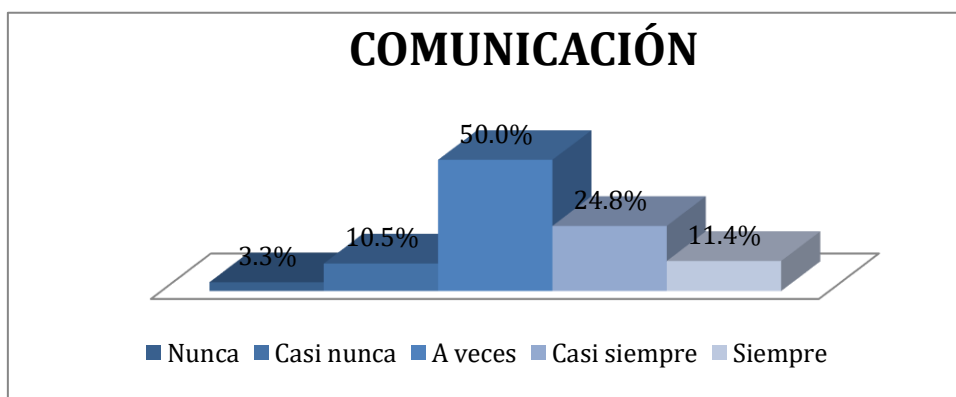


Figura 1. Distribución porcentual según la Comunicación

Interpretación: De acuerdo a la Figura 1, de las 70 pequeñas empresas de Plaza san Miguel encuestados el 11.4% consideran que “Siempre” para la Gestión del Cambio se toman en cuenta la comunicación que existe dentro de la empresa, por otro lado, el 24.8% afirman que “Casi Siempre” se toma en cuenta la comunicación, también el 50% dicen que solo “A Veces” se toma en cuenta la comunicación y en una variación del 10.5% y 3.3% “Casi Nunca” o “Nunca se toma en cuenta la comunicación durante la Gestión del Cambio. **Tabla 7.** Distribución de frecuencias y porcentajes según el Liderazgo.

Tabla 7. Distribución de frecuencias y porcentajes según el Liderazgo.

LIDERAZGO (Agrupada)				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Liderazgo	Nunca	4	1,9%	5,7%
	Casi nunca	54	25,7%	77,1%
	A veces	101	48,1%	144,3%
	Casi siempre	48	22,9%	68,6%
	Siempre	3	1,4%	4,3%
Total		210	100,0%	300,0%

Fuente: Elaborado en SPSS V24

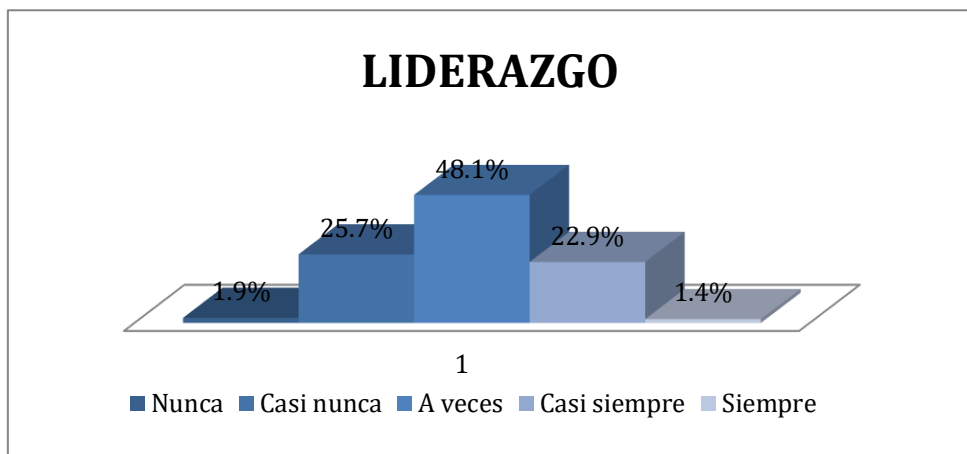


Figura 2. Distribución porcentual según el Liderazgo

Interpretación: De acuerdo a la Figura 2, de las 70 pequeñas empresas de Plaza san Miguel encuestados el 1.4% consideran que “Siempre” para la Gestión del Cambio se toman en cuenta el liderazgo que existe dentro de la empresa, por otro lado, el 22.9% afirman que “Casi Siempre” se toma en cuenta la que tan líderes son los trabajadores, también el 48.1% dicen que solo “A Veces” se toma en cuenta el liderazgo y en una variación del 25.7% y 1.9% “Casi Nunca” o “Nunca se toma en cuenta la Liderazgo durante la Gestión del Cambio.

Tabla 8. Distribución de frecuencias y porcentajes según el trabajo en equipo

TRABAJO EN EQUIPO (Agrupada)				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
TRABAJO EN EQUIPO	Nunca	10	3,6%	14,3%
	Casi nunca	42	15,0%	60,0%
	A veces	141	50,4%	201,4%
	Casi siempre	76	27,1%	108,6%
	Siempre	11	3,9%	15,7%
Total		280	100,0%	400,0%

Fuente: Elaborado en SPSS V24

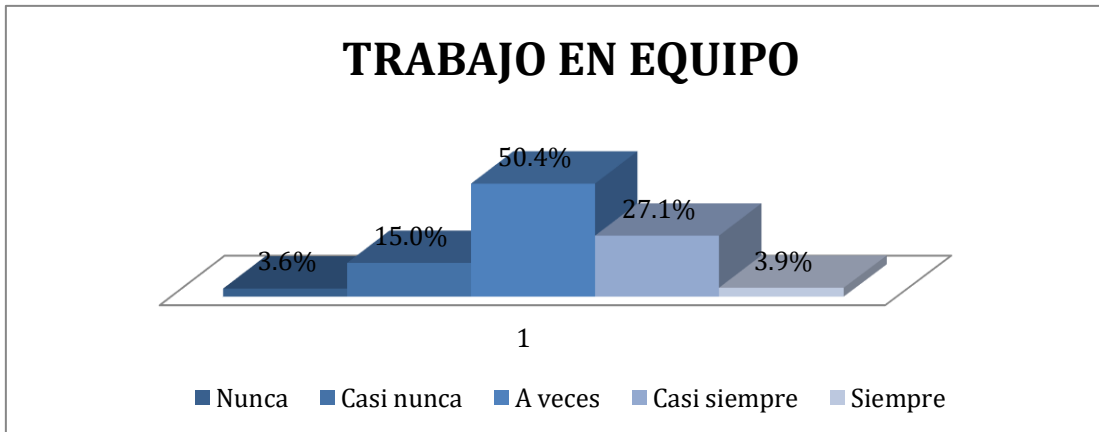


Figura 3. Distribución porcentual según el trabajo en equipo.

Interpretación: de acuerdo a la Figura 3, de las 70 pequeñas empresas de Plaza san Miguel encuestados el 3.9% consideran que “Siempre” se utiliza en la Gestión del Cambio el trabajo en equipo, por otro lado, el 27.1% afirman que “Casi Siempre” se toma en cuenta el trabajo en equipo, también el 50.4% dicen que solo “A Veces” se toma en cuenta el trabajo en equipo y en una variación del 15% y 3.6% “Casi Nunca” o “Nunca se toma en cuenta el trabajo en equipo durante la Gestión del Cambio

3.1.2. Análisis descriptivo de la variable: Competitividad.

Tabla 9. Distribución de frecuencias y porcentajes según la Calidad.

CALIDAD (Agrupada)				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Calidad	Nunca	15	7,1%	21,4%
	Casi nunca	53	25,2%	75,7%
	A veces	87	41,4%	124,3%
	Casi siempre	39	18,6%	55,7%
	Siempre	16	7,6%	22,9%
Total		210	100,0%	300,0%

Fuente: Elaborado en SPSS V24

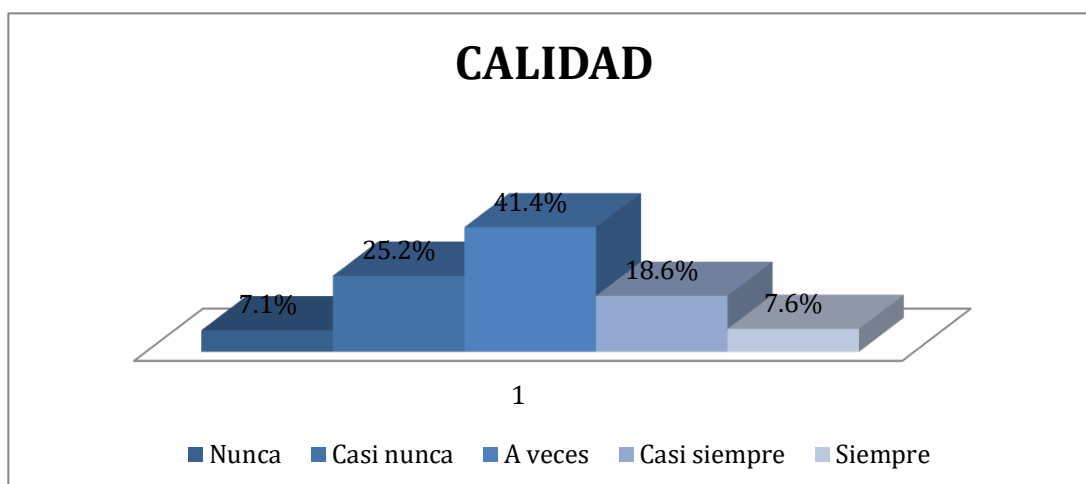


Figura 4. Distribución porcentual según el trabajo en equipo II.

Interpretación: De acuerdo a la Figura 4, de las 70 pequeñas empresas de Plaza san Miguel encuestados el 7.6% consideran que “Siempre” se utiliza la Calidad en la Competitividad de las pequeñas empresas de plaza san miguel, por otro lado, el 18.6% afirman que “Casi Siempre” se toma en cuenta la calidad en la competitividad, también el 41.4% dicen que solo “A Veces” se toma en cuenta la calidad y en una variación del 25.2% y 7.1% “Casi Nunca” o “Nunca se toma en cuenta la Calidad en la Competitividad.

Tabla 10. Distribución de frecuencias y porcentajes según la Innovación.

INNOVACIÓN (Agrupada)				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Innovación	Nunca	4	1,9%	5,7%
	Casi nunca	53	25,2%	75,7%
	A veces	99	47,1%	141,4%
	Casi siempre	41	19,5%	58,6%
	Siempre	13	6,2%	18,6%
Total		210	100,0%	300,0%

Fuente: Elaborado en SPSS V24

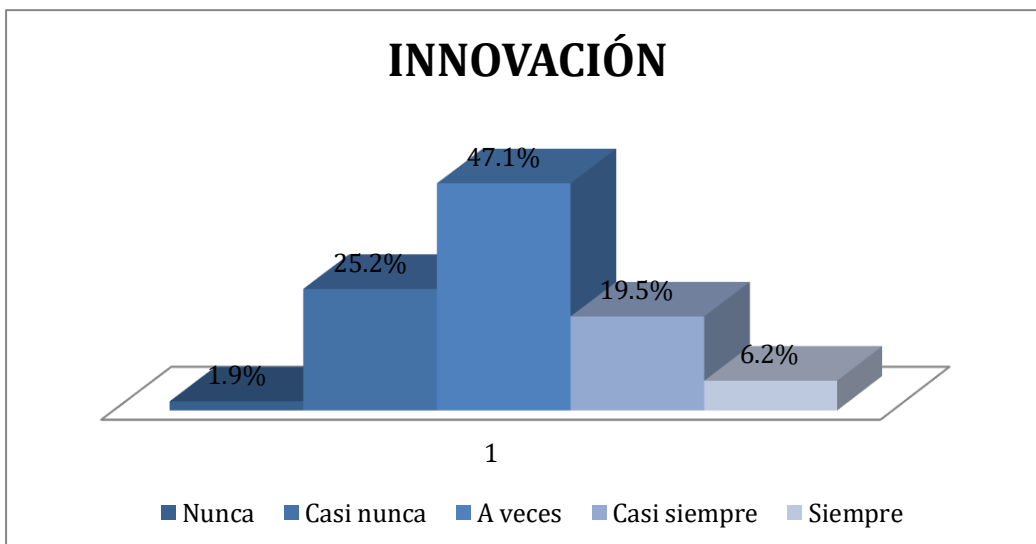


Figura 5. Distribución porcentual según la innovación

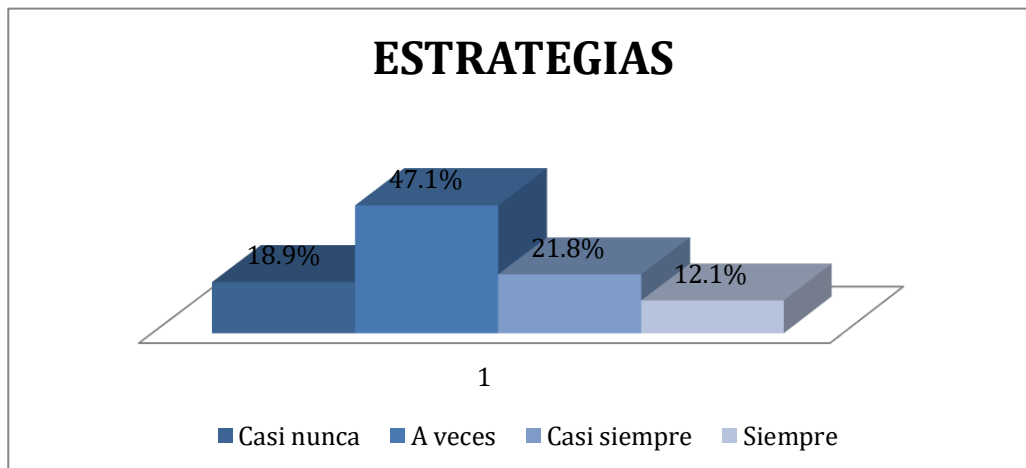
Interpretación: De acuerdo a la Figura 5, de las 70 pequeñas empresas de Plaza San Miguel encuestados el 6.2% consideran que “Siempre” se utiliza la innovación en la Competitividad de las pequeñas empresas de Plaza San Miguel, por otro lado, el 19.5% afirman que “Casi Siempre” se toma en cuenta la innovación en la competitividad, también el 47.1% dicen que solo “A Veces” se toma en cuenta la innovación y en una variación del 25.2% y 1.9% “Casi Nunca” o “Nunca se toma en cuenta la innovación en la Competitividad.

Tabla 11. Distribución de frecuencias y porcentajes según la Estrategias

ESTRATEGIAS (Agrupada)				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Estrategias	Casi nunca	53	18,9%	75,7%
	A veces	132	47,1%	188,6%
	Casi siempre	61	21,8%	87,1%
	Siempre	34	12,1%	48,6%
Total		280	100,0%	400,0%

Fuente: Elaborado en SPSS V24

Figura 6. Distribución porcentual según la estrategia



Interpretación: De acuerdo a la Figura 6, de las 70 pequeñas empresas de Plaza san Miguel encuestados el 12.1% consideran que “Siempre” se utiliza las estrategias en la Competitividad de las pequeñas empresas de plaza san miguel, por otro lado, el 21.8% afirman que “Casi Siempre” se toma en cuenta las estrategias en la competitividad, también el 47.1% dicen que solo “A Veces” se toma en cuenta la innovación y en una variación del 18.9% y 0% “Casi Nunca” o “Nunca se toma en cuenta las estrategias en la Competitividad.

3.1.2. Análisis estadístico Inferencial

Prueba de normalidad de hipótesis

Según Morell (2014), planteo que el software estadístico Spss, manifiesta la prueba de normalidad, justificando a dos resultados los cuales son el de Kolmogorov – Smirnov y Shapiro – Wilk, dado que tienen diversos argumentos para efectuar un análisis, por lo tanto, el primero se usa cuando la muestra es mayor a 50 personas o sujetos, en tanto que el segundo se da cuando la muestra es menor a los 50, además indico que la significación es normal cuando es ≥ 0.05 (p. 21). En este entorno al aplicar dicha prueba a la tesis se obtuvo como efecto lo siguiente:

Tabla 12. Prueba de Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk para la muestra

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GESTIÓN DEL CAMBIO	,179	70	,000	,951	70	,000
COMPETITIVIDAD	,114	70	,000	,957	70	,000

Fuente: Elaborado en SPSS V24

Interpretación: Según la Tabla 12 se percibe que nuestro nivel de significancia es de 0,000 por lo tanto es inferior a 0.05, por ende, se concreta que el estudio no tiene una repartición normal, por lo tanto, se usan pruebas no paramétricas.

3.2.2. Prueba de hipótesis

Para la prueba de hipótesis de la investigación se expone a Quintana (1996), el cual cita que donde se evidencia una realidad problemática, se plantea presuntos resultados afirmativos o no afirmativos, para indagar una opción de resultado, donde cada supuesto estará medido mediante un método, llamado prueba de hipótesis (p. 77 – 78). Por consiguiente, dentro de la indagación, se aplicó dicha prueba para cada variable y dimensión, acordada en la definición de la hipótesis, puesto que las mismas no ordenaron una participación habitual, en conclusión, se aplicó “las pruebas paramétricas del (Rho) Taub kendall. Por último, se tomó como base a los niveles de correlación, según la tabla N° 13.

Tabla 13. Niveles de correlación dependiendo del Rho

Coefficiente	Correlación
-1.00	Negativa grande o perfecta
-0.90	Negativa muy alta o muy fuerte
-0.75	Negativa alta o considerable
-0.50	Negativa moderada o media
-0.25	Negativa baja o débil
-0.10	Negativa muy baja o muy débil
+0.00	No existe correlación o es nula
+0.10	Positiva muy baja o muy débil
+0.25	Positiva baja o débil
+0.50	Positiva moderada o media
+0.75	Positiva alta o considerable
+0.90	Positiva muy alta o muy fuerte
+1.00	Positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández et.al. (2005, p.305)

Hipótesis general.

Ho: No existe influencia directa en la Gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas de Plaza san Miguel, 2019.

Ha: Existe influencia directa en la Gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas de Plaza san Miguel, 2019.

Prueba estadística: rho de kendall

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Sí $p \leq 0.05$ entonces se rechaza Ho

Tabla 14. Gestión del Cambio y su influencia en la Competitividad de las pequeñas empresas, Plaza san miguel 2019.

Correlaciones				
			GESTIÓN DEL CAMBIO	COMPETITIV IDAD
Tau_b de Kendall	GESTIÓN DEL CAMBIO	Coeficiente de correlación	1,000	,175*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,175*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

Fuente: Elaborado en SPSS V24

Interpretación: Según la Tabla 14, la correlación es de .175, acorde a los niveles de correlación de la Tabla 13, existe una correlación positiva muy baja; además se observa que la significancia encontrada es de 0,000 que es menor a la significancia del trabajo 0,005. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que existe influencia directa en la Gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas de Plaza san Miguel, 2019.

Hipótesis específica 1.

Ho: No existe influencia directa entre la Comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019

Ha: Existe influencia directa entre la Comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019

Prueba estadística: rho de kendall

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Sí $p \leq 0.05$ se rechaza H_0 .

Tabla 15. Nivel de Correlación: La Comunicación y la Competitividad

Correlaciones				
			COMUNICA CIÓN	COMPETITIVID AD
Tau_b de Kendall	COMUNICACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,092
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,092	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

Fuente: Elaborado en SPSS V24

Interpretación: Según la Tabla 15, la correlación es de .092, acorde a los niveles de correlación de la Tabla 13, no existe una correlación; además se observa que la significancia encontrada es de 0,000 que es menor a la significancia del trabajo 0,005. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que existe influencia directa entre la Comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019.

Hipótesis específica 2.

Ho: No existe influencia directa entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019

Ha: Existe influencia directa entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019

Prueba estadística: rho de kendall

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Sí $p \leq 0.05$ se rechaza H_0 .

Tabla 16. Nivel de Correlación: El liderazgo y la Competitividad

Correlaciones				
			LIDERAZGO	COMPETITIVIDAD
Tau_b de Kendall	LIDERAZGO	Coefficiente de correlación	1,000	,271**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,271**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

Fuente: Elaborado en SPSS V24

Interpretación: Según la Tabla 16, la correlación es de .271, acorde a los niveles de correlación de la Tabla 13, existe una correlación positiva baja; además se observa que la significancia encontrada es de 0,000 que es menor a la significancia del trabajo 0,005. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que existe influencia significativa entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019.

Hipótesis específica 3.

Ho: No existe influencia directa entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019

Ha: Existe influencia directa entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019

Prueba estadística: rho de kendall

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Sí $p \leq 0.05$ se rechaza Ho.

Tabla 17. Nivel de Correlación: El trabajo en equipo y la Competitividad

Correlaciones				
			TRABAJO EN EQUIPO	COMPETITIVIDAD
Tau_b de Kendall	TRABAJO EN EQUIPO	Coefficiente de correlación	1,000	,191*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	70	70
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,191*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	70	70

Fuente: Elaborado en SPSS V24

Interpretación: Según la Tabla 17, la correlación es de .191, acorde a los niveles de correlación de la Tabla 13, existe una correlación positiva muy baja; además se observa que la significancia encontrada es de 0,000 que es menor a la significancia del trabajo 0,005. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que existe influencia significativa entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019.

IV. DISCUSIÓN

Este trabajo de tesis ha sido efectuado en el contexto del análisis estadístico con el propósito de estatuir la influencia que existe entre la Gestión del Cambio y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza San Miguel 2019.

Discusión por objetivos

El objetivo general de esta investigación es estatuir la influencia que existe entre la Gestión del Cambio y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza San Miguel 2019. Además, se tenía como objetivos específicos determinar la influencia que existe entre comunicación y la competitividad, en el liderazgo, trabajo en equipo.

Se trató de indagar si las empresas estaban aptas para el cambio y poder seguir en competencia con las que se desarrollan a mayor escala, si los factores que usan los gerentes son los más adecuados para incentivar a crear ideas innovadoras y aportaciones de sus empleados hacia la empresa para seguir creciendo.

De los trabajos previos, se consideró la investigación de Palomino y Pineda (2015). En la tesis titulada "La gestión del cambio organizacional en entidades públicas del poder ejecutivo peruano: una aplicación de las Teorías de cambio provenientes de la gestión privada", En la pontificia universidad católica del Perú. El autor estableció como objetivo general es analizar la aplicabilidad de las teorías de gestión del cambio organizacional, provenientes principalmente de la experiencia privada, en la gestión de procesos de cambio de las entidades públicas del Poder Ejecutivo peruano. Como se puede ver entre la tesis de autor y mi investigación hay una variable en común en la cual es la gestión del cambio.

Discusión por metodología

En esta tesis se usó la modalidad de investigación metodológica, aplicando el enfoque cuantitativo, ya que con ello se buscará otorgar resultados a las incertidumbres que se encontraron mediante el desarrollo de la indagación, también nos ayudara a conocer los problemas que ocurren dentro de Plaza San Miguel, el nivel de investigación utilizado fue explicativa – causal, donde se esperó que la gestión del cambio sea la causa de la competitividad. Se presentó el objetivo principal, determinar la influencia que existe entre la gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza San Miguel 2019.

Vela (2016). "la competitividad y la integración económica en américa latina: caso de la comunidad andina de naciones 2006-2014 La metodología es del tipo de investigación descriptivo y explicativo constituyéndose en una investigación aplicada, finalmente , se concluye que ha sido estudiado que un aumento de las exportaciones e importaciones conllevan a que se intensifique la dinámica del flujo de capitales, el modelo de relacionar la propuesta de estudio se orienta a relacionar a la vez se comprueba la competitividad con la integración con un coeficiente en promedio de las variables explicativas como las exportaciones, las importaciones y el grado de apertura comercial.

Por lo tanto, las teorías relacionadas, tienen argumentos importantes para dicha investigación ya que se utilizaron teorías en las cual respalda dicha información, para poder basarnos en hechos reales.

Discusión por resultados

Acorde a los resultados logrados en la hipótesis central se pudo demostrar la existencia de una influencia directa de la gestión del cambio en la competitividad de las pequeñas empresas, plaza san miguel 2019 en un 951, teniendo en consideración que la significancia del estadístico de prueba es de 0,000; por lo que no existe una correlación como se puede apreciar en la Tabla 12. Estos resultados coinciden en algún modo con la tesis, se realizó el diseño de investigación no experimental – Transversal, de modo que no se manipulan intencionalmente la variable independiente ni la dependiente, del mismo modo la recopilación de los datos para su análisis se da un tiempo determinado. Para estatuir la muestra se procedió a utilizar el método de muestreo censal, de tal manera que se estudió el total de las 70 pequeñas empresas de Plaza San Miguel.

De los trabajos previos, la tesis de Charry (2017) titulada "Gestión del cambio organizacional y desempeño laboral en el sector de pesca y acuicultura, ministerio de la producción, lima 2017",trabajaron el método hipotético deductivo con enfoque cuantitativo, tipo básica y diseño no experimental de corte transversal, descriptivo y correlacional, teniendo de objetivo principal detallar el vínculo entre la gestión del cambio organizacional y el desempeño laboral del personal de la Dirección General de Supervisión, Fiscalización y Sanción en el sector de pesca y agricultura del Ministerio de la Producción, Lima 2017. La población de estudio fue de 400 de la cual se tomó una muestra de representada por 60 colaboradores.

CONCLUSIONES

Del análisis realizado en esta investigación se logró adquirir las siguientes inferencias:

1. Se pudo cumplir con la hipótesis general de esta investigación, por lo tanto, se determina la influencia que existe entre la gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas, de plaza San Miguel 2019. Con un coeficiente de correlación Rho de Sperman positiva muy baja de 0.175.
2. En base a la primera hipótesis específica, el cual fue determinar la influencia que existe entre la comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019. No existe un coeficiente de correlación Rho de Sperman ya que tiene un valor de 0.092.
3. En base la segunda hipótesis específica, el cual fue determinar la influencia que existe entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019. Con un coeficiente de correlación Rho de Sperman positiva baja de 0.271.
4. Por último, la tercera hipótesis específica, el cual fue estatuir la influencia que existe entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas, plaza San Miguel 2019. Con un coeficiente de correlación Rho de Sperman positiva muy baja de 0.191.

IV. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar un mejor estudio antes de realizar cambios dentro de la organización, ya que ello puede afectar en la producción de estas, se sugiere realizar capacitaciones para poder adaptarse mejor a un ambiente de trabajo.

Se recomienda mencionar los cambios que surgirán en la empresa con los colaboradores para que ellos puedan tener en cuenta y dar opiniones de mejora y de este modo se adecuen a dichos cambios con más facilidad junto a ello las capacitaciones constantes.

Se recomienda manejar mejor la comunicación de los trabajadores y jefes de las empresas ya que esto lleva a tener problemas e inconvenientes al realizar los trabajos respectivos dentro de la organización.

Se recomienda al gerente a cargo de cada pequeña empresa planear nuevas estrategias para que el liderazgo sea uno de los principales factores que ayude a mejorar el potencial de cada uno de sus colaboradores, y estar a la altura de poder entrar en competencia.

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2011). Trabajo en Equipo. Madrid. ESIC Editorial
- Álvarez, J. Álvarez, I. y Bullón, J. (2006). Calidad. España. Editorial: Ideas Propias.
- Arias, F. (2012). Proyecto de investigación. (6.a.Ed.). Venezuela. Editorial Episteme, C.A.
- Calva, J. (2007). Educación, ciencia, tecnología y competitividad. México: Editorial UNAM
- Carrasco, S. (2009). Metodología de la Investigación Científica (2da ed.). Perú. Editorial: San Marcos.
- Carrasco, D.S. (2015). Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. (2ª ed.) Lima, Perú: San Marcos.
- Cegarra, J. (2012) Los Métodos de Investigación. Madrid. Ediciones: Diaz de Santos
- Chiavenato, (2014). Teoría General de la Administración. (8ª. Ed). Brasil. McGraw. Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V
- Chiavenato. (2009). Metodología de la investigación científica: Planas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. (2ª ed.) Lima, Perú: San Marcos.
- Duran, A. (2013). Gestión del cambio. España: Editorial Glearning S.L.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) Metodología de la Investigación. (6ª. Ed.) México: McGraw-Hill.
- Hernandez R, H. (2014). Metodología de la investigación (6º edición ed.) Mexico: Interamericana editores.

- Jiménez, A. (2013). Creando valor a través de las personas. Madrid: Ediciones Díaz de santos. S.A.
- Leon, J. (2004). Modelo de Competitividad global de la industria. México.
- Lopez, J.(2013). ¿Es posible el liderazgo en el Perú actual? Recuperado de : <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/972/CaravedoBaltazar.pdf?sequence=1>.
- Martínez, E. (2007). Competitividad, Crecimiento y Capitalización de las Regiones españolas. España. Editorial: fundación BBVA.
- Martínez, L. (2006). Gestión del cambio y la Innovación en la empresa. España: Editorial Ideas propias.
- Martínez, M. (2013). La Gestión del cambio. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Sampieri, R. (2010). Metodología de la Investigación Científica. (5ª ed.). México: Interamericana editores
- Sanchez, J. (2011). La empresa Huaman: Las organizaciones empresariales y el hombre (2ª edición ed.). Madrid, España: Vision Editorial.
- Valbuena, R. (2017). Ciencia Pura: Lógica de procedimientos y razonamientos científicos. Venezuela. Edición Maracaibo.
- Warner, J. (2009). Gestión del Cambio: perfil de competencias. España: Editorial centro de estudios Ramón Areces, S.A.

ANEXOS

A. Cuestionario

INSTRUCCIONES: Lea atentamente las preguntas y de forma responsable marque su respuesta según la escala valorativa que se presenta a continuación:

ESCALA VALORATIVA

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
5	4	3	2	1

PREGUNTAS	5	4	3	2	1
VARIABLE I: Gestión del cambio					
Dimensión: comunicación					
1. ¿Las decisiones tomadas por el jefe son las más adecuadas para el crecimiento de la empresa?					
2. ¿Considera usted que la opinión de los colaboradores es importante para la empresa?					
3. ¿Los trabajadores brindan la información correcta de los productos de la empresa?					
Dimensión: Liderazgo					
4. ¿Considera usted que los jefes de tienda mantienen motivados a sus colaboradores?					
5. ¿La participación de los colaboradores en la empresa son tomados en cuenta por sus jefes?					
6. ¿Considera usted que los colaboradores cumplen con los resultados esperados para la empresa?					
Dimensión: trabajo en equipo					
7. ¿Existe un buen clima laboral entre los jefes y colaboradores de la empresa?					
8. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el compromiso de sus trabajadores para cumplir con las tareas asignadas?					

9. ¿Usted considera que es bueno tomar en cuenta la opinión de los colaboradores para cumplir con los objetivos de la empresa?					
10. ¿Considera usted que se cumple a tiempo los objetivos propuestos por la empresa?					
VARIABLE II: competitividad					
Dimensión: calidad					
11. ¿Considera usted que el producto tiene un diseño innovador?					
12. ¿Considera usted que la satisfacción del cliente ayuda a fidelizar la marca?					
13. ¿Existe eficacia y eficiencia al momento de cumplir los objetivos y metas?					
Dimensión: innovación					
14. ¿La infraestructura de la empresa cuenta con un diseño vanguardista?					
15. ¿La empresa cuenta con una tecnología avanzada para mejorar la productividad en la empresa?					
16. ¿Considera usted que las ideas son creativas para el desarrollo continuo de la empresa?					
Dimensión: estrategias					
17. ¿Considera usted que la planificación es una buena estrategia de gestión?					
18. ¿Considera usted que las herramientas de gestión ayudan a mejorar el proceso?					
19. ¿Considera usted que su marca se encuentra fidelizada en la mente de sus consumidores?					
20. ¿Considera usted realizar algunos cambios en la empresa para fidelizar y de este modo ser más competitivos?					

Gracias

Matriz de Consistencia.

Problema General	Objetivo General	Hipótesis Principal	Variables	Diseño Metodológico
¿En qué medida afecta la influencia que existe entre la gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas ubicados en plaza San Miguel, 2019?	Determinar la influencia que existe entre la gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas, de plaza San Miguel, 2019.	La influencia directa en la Gestión del cambio y la competitividad de las pequeñas empresas de Plaza san Miguel, 2019.	Variable 1: Gestión del Cambio. • Dimensiones: 1.- Comunicación 2.- Liderazgo 3.- Trabajo en Equipo Variable 2: Competitividad • Dimensiones: 1.- Calidad 2.- Innovación 3.- Estrategias	Tipo de Investigación: Diseño no experimental y de corte transversal. Método de Investigación: Hipotético-Deductivo. Nivel de Investigación: Explicativo Causal. Área de Estudio: Plaza San Miguel, 2019. Población y Muestra: 70 pequeñas empresas. Instrumento: Encuesta. Técnica: Cuestionario.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específica		
¿En qué medida afecta la influencia que existe entre la comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas ubicados en plaza San Miguel, 2019?	Determinar la influencia que existe entre la comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas ubicados en plaza San Miguel, 2019.	La influencia directa entre la Comunicación y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019.		
¿En qué medida afecta la influencia que existe entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas ubicados en plaza San Miguel, 2019?	Determinar la influencia que existe entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas ubicados en plaza San Miguel, 2019.	La influencia directa entre el liderazgo y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019.		
¿En qué medida afecta la influencia que existe entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas ubicados en plaza San Miguel, 2019?	Determinar la influencia que existe entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas ubicados en plaza San Miguel, 2019.	La influencia directa entre el trabajo en equipo y la competitividad de las pequeñas empresas, Plaza, san Miguel, 2019.		

Fuente: Elaboración prop

Validación de Instrumentos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: GESTIÓN DEL CAMBIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS, PLAZA SAN MIGUEL 2019

Apellidos y nombre del investigador: VALDIVIA LEIVA URSULA TAYRI

Apellidos y nombre del experto: *Rj. Edelmir G. Rosales Domínguez*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO	
			ITEM/PREGUNTA			SI CUMPLE	NO CUMPLE / OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
VARIABLE INDEPENDIENTE GESTIÓN DEL CAMBIO	COMUNICACIÓN	Toma de decisiones	1. ¿Las decisiones tomadas por el jefe son las más adecuadas para el crecimiento de la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Colaboradores	2. ¿Considera usted que la opinión de los colaboradores es importante para la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Información	3. ¿Los trabajadores brindan la información correcta de los productos de la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Motivación	4. ¿Considera usted que los jefes de tienda mantienen motivados a sus colaboradores?			<input checked="" type="checkbox"/>	
	LIDERAZGO	Participación	5. ¿La participación de los colaboradores en la empresa son tomados en cuenta por sus jefes?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Resultados	6. ¿Considera usted que los colaboradores cumplen con los resultados esperados para la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Clima Laboral	7. ¿Existe un buen clima laboral entre los jefes y colaboradores de la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>	
	TRABAJO EN EQUIPO	Compromiso	8. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el compromiso de sus trabajadores para cumplir con las tareas asignadas?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Objetivos	9. ¿Usted considera que es bueno tomar en cuenta la opinión de los colaboradores para cumplir con los objetivos de la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Producto	10. ¿Considera usted que se cumple a tiempo los objetivos propuestos por la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>	
VARIABLE DEPENDIENTE COMPETITIVIDAD	CALIDAD	Satisfacción	11. ¿Considera usted que el producto tiene un diseño innovador?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Eficacia	12. ¿Considera usted que la satisfacción del cliente ayuda a fidelizar la marca?			<input checked="" type="checkbox"/>	
	INNOVACIÓN	Diseño	13. ¿Existe eficacia y eficiencia al momento de cumplir los objetivos y metas?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Tecnología	14. ¿La infraestructura de la empresa cuenta con un diseño vanguardista?			<input checked="" type="checkbox"/>	
		Creatividad	15. ¿La empresa cuenta con una tecnología avanzada para mejorar la productividad en la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>	
ESTRATEGIA	Planificación	16. ¿Considera usted que las ideas son creativas para el desarrollo continuo de la empresa?			<input checked="" type="checkbox"/>		
	Proceso	17. ¿Considera usted que la planificación es una buena estrategia de gestión?			<input checked="" type="checkbox"/>		
	Fidelidad	18. ¿Considera usted que las herramientas de gestión ayudan a mejorar el proceso?			<input checked="" type="checkbox"/>		
		19. ¿Considera usted que su marca se encuentra fidelizada en la mente de sus consumidores?			<input checked="" type="checkbox"/>		
			20. ¿Considera usted realizar algunos cambios en la empresa para fidelizar y de este modo ser más competitivos?			<input checked="" type="checkbox"/>	
Firma del experto:		<i>[Firma]</i>		Fecha: 21/11/18			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si procede, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: GESTIÓN DEL CAMBIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS, PLAZA SAN MIGUEL 2019		APellidos y nombre del investigador: VALDIVIA LEYVA, URSULA TAYRI		APellidos y nombre del experto: DR. COSIULA CASSELLA REAÑO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO
VARIABLE INDEPENDIENTE	COMUNICACIÓN	Toma de decisiones	1. ¿Las decisiones tomadas por el jefe son las más adecuadas para el crecimiento de la empresa?		SI CUMPLE <input checked="" type="checkbox"/> NO CUMPLE <input type="checkbox"/>
GESTIÓN DEL CAMBIO	LIDERAZGO	Colaboradores	2. ¿Considera usted que la opinión de los colaboradores es importante para la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>
		Información	3. ¿Los trabajadores brindan la información correcta de los productos de la empresa?	1. Nunca	<input checked="" type="checkbox"/>
		Motivación	4. ¿Considera usted que los jefes de tienda mantienen motivados a sus colaboradores?	2. Casi nunca	<input checked="" type="checkbox"/>
		Participación	5. ¿La participación de los colaboradores en la empresa son tomados en cuenta por sus jefes?	3. A veces	<input checked="" type="checkbox"/>
		Resultados	6. ¿Considera usted que los colaboradores cumplen con los resultados esperados para la empresa?	4. Casi siempre	<input checked="" type="checkbox"/>
TRABAJO EN EQUIPO	TRABAJO EN EQUIPO	Clima Laboral	7. ¿Existe un buen clima laboral entre los jefes y colaboradores de la empresa?	5. Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>
		Compromiso	8. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el compromiso de sus trabajadores para cumplir con las tareas asignadas?		<input checked="" type="checkbox"/>
		Objetivos	9. ¿Usted considera que es bueno tomar en cuenta la opinión de los colaboradores para cumplir con los objetivos de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>
		Producto	10. ¿Considera usted que se cumple a tiempo los objetivos propuestos por la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>
		Satisfacción	11. ¿Considera usted que el producto tiene un diseño innovador?		<input checked="" type="checkbox"/>
COMPETITIVIDAD	CALIDAD	Eficacia	12. ¿Considera usted que la satisfacción del cliente ayuda a fidelizar la marca?		<input checked="" type="checkbox"/>
		Diseño	13. ¿Existe eficacia y eficiencia al momento de cumplir los objetivos y metas?	1. Nunca	<input checked="" type="checkbox"/>
		Tecnología	14. ¿La infraestructura de la empresa cuenta con un diseño vanguardista?	2. Casi nunca	<input checked="" type="checkbox"/>
		Creatividad	15. ¿La empresa cuenta con una tecnología avanzada para mejorar la productividad en la empresa?	3. A veces	<input checked="" type="checkbox"/>
		Planificación	16. ¿Considera usted que las ideas son creativas para el desarrollo continuo de la empresa?	4. Casi siempre	<input checked="" type="checkbox"/>
ESTRATEGIA	ESTRATEGIA	Proceso	17. ¿Considera usted que la planificación es una buena estrategia de gestión?	5. Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>
		Fidelidad	18. ¿Considera usted que las herramientas de gestión ayudan a mejorar el proceso?		<input checked="" type="checkbox"/>
			19. ¿Considera usted que su marca se encuentra fidelizada en la mente de sus consumidores?		<input checked="" type="checkbox"/>
			20. ¿Considera usted realizar algunos cambios en la empresa para fidelizar y de este modo ser más competitivos?		<input checked="" type="checkbox"/>
			Fecha	22/11/19	

Firma del experto:

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si procede, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: GESTIÓN DEL CAMBIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS, PLAZA SAN MIGUEL 2019		Apellidos y nombre del investigador: VALDIVIA LEVA, URSULA TAYRI		Apellidos y nombre del experto: Dr. CORDOBA SAVEDRA ABRAMO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO	
			ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE OBSERVACIONES/SUGERENCIAS
VARIABLE INDEPENDIENTE GESTIÓN DEL CAMBIO	COMUNICACIÓN	Toma de decisiones	1. ¿Las decisiones tomadas por el jefe son las más adecuadas para el crecimiento de la empresa?	1. Nunca	✓	
		Colaboradores	2. ¿Considera usted que la opinión de los colaboradores es importante para la empresa?	2. Casi nunca	✓	
		Información	3. ¿Los trabajadores brindan la información correcta de los productos de la empresa?	3. A veces	✓	
		Motivación	4. ¿Considera usted que los jefes de tienda mantienen motivados a sus colaboradores?	4. Casi siempre	✓	
		Participación	5. ¿La participación de los colaboradores en la empresa son tomados en cuenta por sus jefes?	5. Siempre	✓	
	LIDERAZGO	Resultados	6. ¿Considera usted que los colaboradores cumplen con los resultados esperados para la empresa?		✓	
		Clima Laboral	7. ¿Existe un buen clima laboral entre los jefes y colaboradores de la empresa?		✓	
		Compromiso	8. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el compromiso de sus trabajadores para cumplir con las tareas asignadas?		✓	
		Objetivos	9. ¿Usted considera que es bueno tomar en cuenta la opinión de los colaboradores para cumplir con los objetivos de la empresa?		✓	
		Producto	10. ¿Considera usted que se cumple a tiempo los objetivos propuestos por la empresa?		✓	
CALIDAD	Satisfacción	11. ¿Considera usted que el producto tiene un diseño innovador?		✓		
	Eficacia	12. ¿Considera usted que la satisfacción del cliente ayuda a fidelizar la marca?		✓		
	Diseño	13. ¿Existe eficacia y eficiencia al momento de cumplir los objetivos y metas?	1. Nunca	✓		
	Tecnología	14. ¿La infraestructura de la empresa cuenta con un diseño vanguardista?	2. Casi nunca	✓		
	Creatividad	15. ¿La empresa cuenta con una tecnología avanzada para mejorar la productividad en la empresa?	3. A veces	✓		
INNOVACIÓN	Planificación	16. ¿Considera usted que las ideas son creativas para el desarrollo continuo de la empresa?	4. Casi siempre	✓		
	Proceso	17. ¿Considera usted que la planificación es una buena estrategia de gestión?	5. Siempre	✓		
	Fidelidad	18. ¿Considera usted que las herramientas de gestión ayudan a mejorar el proceso?		✓		
		19. ¿Considera usted que su marca se encuentra fidelizada en la mente de sus consumidores?		✓		
		20. ¿Considera usted realizar algunos cambios en la empresa para fidelizar y de este modo ser más competitivos?		✓		
Firma del experto:		Fecha 23/11/2018				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si procede, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: GESTIÓN DEL CAMBIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS, PLAZA SAN MIGUEL 2019		ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES/ SUGERENCIAS
VARIABLE INDEPENDIENTE GESTIÓN DEL CAMBIO	COMUNICACIÓN	Toma de decisiones	1. ¿Las decisiones tomadas por el jefe son las más adecuadas para el crecimiento de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Colaboradores	2. ¿Considera usted que la opinión de los colaboradores es importante para la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Información	3. ¿Los trabajadores brindan la información correcta de los productos de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Motivación	4. ¿Considera usted que los jefes de tienda mantienen motivados a sus colaboradores?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	LIDERAZGO	Participación	5. ¿La participación de los colaboradores en la empresa son tomados en cuenta por sus jefes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Resultados	6. ¿Considera usted que los colaboradores cumplen con los resultados esperados para la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Clima Laboral	7. ¿Existe un buen clima laboral entre los jefes y colaboradores de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Compromiso	8. ¿Considera usted que la empresa cuenta con el compromiso de sus trabajadores para cumplir con las tareas asignadas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	TRABAJO EN EQUIPO	Objetivos	9. ¿Usted considera que es bueno tomar en cuenta la opinión de los colaboradores para cumplir con los objetivos de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Producto	10. ¿Considera usted que se cumple a tiempo los objetivos propuestos por la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Satisfacción	11. ¿Considera usted que el producto tiene un diseño innovador?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Eficacia	12. ¿Considera usted que la satisfacción del cliente ayuda a fidelizar la marca?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	CALIDAD	Diseño	13. ¿Existe eficacia y eficiencia al momento de cumplir los objetivos y metas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Tecnología	14. ¿La infraestructura de la empresa cuenta con un diseño vanguardista?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Creatividad	15. ¿La empresa cuenta con una tecnología avanzada para mejorar la productividad en la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Planificación	16. ¿Considera usted que las ideas son creativas para el desarrollo continuo de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	INNOVACIÓN	Proceso	17. ¿Considera usted que la planificación es una buena estrategia de gestión?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Fidelidad	18. ¿Considera usted que las herramientas de gestión ayudan a mejorar el proceso?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			19. ¿Considera usted que su marca se encuentra fidelizada en la mente de sus consumidores?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			20. ¿Considera usted realizar algunos cambios en la empresa para fidelizar y de este modo ser más competitivos?		<input checked="" type="checkbox"/>		
VARIABLE DEPENDIENTE COMPETITIVIDAD							
Firma del experto:		27/11/2018					

Fecha 23/11/2018

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si procede, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Datos del SPSS

*TAYRI VALDIVIA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Númérico	8	0	¿Las decisiones tomadas por el jefe son las más adecuadas para el...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Númérico	8	0	¿Considera usted que la opinión de los colaboradores es importante ...	{1, Nunca}...	Ninguno	7	Derecha	Ordinal	Entrada
3	Númérico	8	0	¿Los trabajadores brindan la información correcta de los productos d...	{1, Nunca}...	Ninguno	7	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Númérico	8	0	¿Considera usted que los jefes de tienda mantienen motivados a su...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Númérico	8	0	¿La participación de los colaboradores en la empresa son tomados ...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
6	Númérico	8	0	¿Considera usted que los colaboradores cumplen con los resultados...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
7	Númérico	8	0	¿Existe un buen clima laboral entre los jefes y colaboradores de la e...	{1, Nunca}...	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
8	Númérico	8	0	¿Considera usted que la empresa cuenta con el compromiso de sus...	{1, Nunca}...	Ninguno	7	Derecha	Ordinal	Entrada
9	Númérico	8	0	¿Usted considera que es bueno tomar en cuenta la opinión de los c...	{1, Nunca}...	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
10	Númérico	8	0	¿Considera usted que se cumple a tiempo los objetivos propuestos ...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
11	Númérico	8	0	¿Considera usted que el producto tiene un diseño innovador?	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Númérico	8	0	¿Considera usted que la satisfacción del cliente ayuda a fidelizar la ...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
13	Númérico	8	0	¿Existe eficacia y eficiencia al momento de cumplir los objetivos y ...	{1, Nunca}...	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
14	Númérico	8	0	¿La infraestructura de la empresa cuenta con un diseño vanguardista?	{1, Nunca}...	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
15	Númérico	8	0	¿La empresa cuenta con una tecnología avanzada para mejorar la pr...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
16	Númérico	8	0	¿Considera usted qué las ideas son creativas para el desarrollo cont...	{1, Nunca}...	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
17	Númérico	8	0	¿Considera usted que la planificación es una buena estrategia de ge...	{1, Nunca}...	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
18	Númérico	8	0	¿Considera usted qué las herramientas de gestión ayudan a mejorar...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
19	Númérico	8	0	¿Considera usted que su marca se encuentra fidelizada en la mente...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
20	Númérico	8	0	¿Considera usted realizar algunos cambios en la empresa para fidei...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
21										
22										
23										
24										
or										

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

05:38 p.m. ESP 04/12/2018 ES