



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión empresarial para una imprenta gráfica, El Agustino, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Espinal Carrasco, César Augusto (ORCID: 0000-0003-2906-6049)

ASESOR:

Dr. Jiménez Calderón, César Eduardo (ORCID: 0000-0001-7894-7526)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi madre, hijo y tíos quienes me han acompañado y han sido parte de mi crecimiento durante todos estos años de estudio.

Agradecimiento

Agradezco a mi profesor y asesor César Eduardo Jiménez quien tuvo la paciencia de guiarme y brindarme nuevos conocimientos. Agradezco al Señor de los Milagros por escuchar mis oraciones en los momentos difíciles a lo largo de mi carrera universitaria y nunca dejarme solo.

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	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	12
3.5. Procedimientos	14
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	
VII. RECOMENDACIONES	
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1.	<i>Frecuencia para la dimensión cultura organizacional</i>	16
Tabla 2.	<i>Frecuencia para la dimensión gestión de procesos</i>	16
Tabla 3.	<i>Frecuencia para la dimensión plataformas digitales</i>	17
Tabla 4.	<i>Relación entre dimensiones y variable</i>	22
Tabla 5.	<i>Matriz de Operacionalización de variables</i>	35
Tabla 6.	<i>Alfa de Cronbach: Gestión Empresarial</i>	46
Tabla 7.	<i>Estadística de fiabilidad</i>	46
Tabla 8.	<i>Prueba de Shapiro Wilk Gestión empresarial</i>	46
Tabla 9.	<i>Matriz de consistencia</i>	46
Tabla 10.	<i>Correlación entre dimensiones y variable</i>	50
		51
		52

Resumen

El objetivo del informe de investigación fue definir la característica de la gestión empresarial en una imprenta gráfica, el Agustino, 2021. Para lo cual, las dimensiones empleadas cultura organizacional, gestión de procesos y plataformas digitales estuvieron directamente relacionadas con la variable gestión empresarial. Estos resultados fueron obtenidos mediante el programa IBM SPSS Versión 28.0. Así mismo se obtuvo una prueba de normalidad menor a ($P < 0,05$). Así mismo, la medida de las relaciones entre variables y dimensiones se realizó a través de la prueba Rho de Spearman, donde se determinó el coeficiente de determinación de porcentaje entre dimensiones; gestión de procesos (82%), cultura organizacional (44%) y plataformas digitales (45%) fue significativa. En conclusión, la gestión empresarial en una imprenta gráfica está relacionado con las dimensiones cultura organizacional, gestión de procesos y plataformas digitales fue significativa.

Palabras clave: Gestión empresarial, gestión de procesos, cultura organizacional, plataformas digitales.

Abstract

The objective of the research report was to define the characteristics of business management in a graphic printing press, el Agustino, 2021. For which, the dimensions used organizational culture, process management and digital platforms were directly correlated with the variable business management. These results were obtained using the IBM SPSS Version 28.0 program. Likewise, a normality test less than ($P < 0.05$) was obtained. Likewise, the measurement of the relationships between variables and dimensions was carried out through Spearman's Rho test, where the coefficient of determination of percentage between dimensions was determined; process management (82%), organizational culture (44%) and digital platforms (45%) was significant. In conclusion, business management in a graphic printing press is related to the dimensions of organizational culture, process management and digital platforms was significant.

Keywords: Business management, process management, organizational culture, digital platforms.

I. INTRODUCCIÓN

La problemática se presentó en la imprenta Mc Grahp S.A.C. ubicada en Jr. Chamochembe 173, Distrito del Agustino, Lima. Sus servicios han abarcado 12 años en el mercado, compuesta por profesionales dedicados a elaborar impresiones en diferentes formatos de acuerdo a las necesidades del cliente como: volantes, afiches, revistas, bolsas diseñadas, flyers, calendarios, etc. Sin embargo, el funcionamiento interno de la organización no se manejó adecuadamente los últimos años, debido a que no contaban con un plan de gestión empresarial específico.

La imprenta Mc Grahp S.A.C. mostró problemas como la poca comprensión del personal con respecto a los objetivos de la empresa. Esta falta de comunicación generó conflictos internos, primero, los colaboradores no se comunicaban ni relacionaban con sus compañeros, por lo que no se producía un trabajo en equipo eficiente; segundo, se produjo una fuerte pérdida en la productividad y el desempeño en cada área de la organización. Toda ésta problemática se ocasionó por la carencia de una cultura organizacional en los colaboradores, lo que generó una falta de identidad empresarial que a largo plazo provoca ausentismo laboral.

Otro aspecto problemático que se identificó es que la gestión de procesos no estaba bien definida por los colaboradores y directivos, ya que el modelo de gestión no se realizaba de forma horizontal, en la que se pudo notar que cada área de la empresa no trabajaba en equipo al no existir una comunicación interna. Esto ocasionó una inadecuada optimización de procesos porque no se empleaban todos los recursos y normas en el manejo del proceso productivo, ésta problemática generaba bajas cifras en la producción de la imprenta, lo que conlleva a una pérdida de clientela y no cumplían las necesidades de los clientes.

Por último, existió una falta de presencia en las plataformas digitales ya que los directivos no lo consideraron necesario al contar con su clientela fidelizada, sin embargo, dejaron de lado nueva captación de clientes. Esto debido a que no contaban con una persona capacitada que estableciera estrategias adecuadas

para el manejo del ámbito digital, es decir, las plataformas digitales como el uso de las redes sociales y una página web propia que eleve la organización por encima de la competencia. Todo esto ocasionó pérdida de clientes y ventas rápidas debido al mal uso de las plataformas digitales.

En conclusión, la problemática de la Imprenta Mc Graph S.A.C. estuvo relacionada con la falta de un manejo adecuado en la gestión empresarial. Además, el logro de los objetivos internos de la organización carecía de estrategias adecuadas que permitieran enfrentar la competitividad y la consolidación en el mercado nacional. Por último, el manejo interno fue carente de coincidencias entre directivos y colaboradores para el aseguramiento de sus metas empresariales.

Se representó el problema general del informe de investigación: ¿Cuál es la característica de la gestión empresarial en una imprenta gráfica, El Agustino, 2021?; y los problemas específicos: ¿Cuál es el enfoque de la cultura organizacional de los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?, ¿Cuál es la característica de la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?, ¿Cuáles son las plataformas digitales aplicados en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

El informe de investigación tuvo como justificación aplicar una gestión empresarial en la imprenta porque Batista (2018) lo sostenía necesario para que sea aplicado a todas las funciones y áreas de la organización que intervengan de manera efectiva y dinámica integrando a la empresa para obtener beneficios recíprocos entre colaboradores y supervisores. Teniendo en cuenta a la imprenta Mc Graph, aplicar estas estrategias produciría mejoras internas y éstas también podrían replicarse en otras organizaciones gracias a un adecuado manejo de la gestión empresarial. Esta mejora sería importante según Abad, Ferriol y López (2017) para el manejo de la planificación, ejecución de la empresa y control del proyecto de investigación el cual mejorará las competencias de los colaboradores; fortaleciendo los ámbitos económicos, sociales y necesidades de la organización. En resumen, el informe de investigación tuvo como finalidad producir propuestas de mejoras para el crecimiento de la organización identificando las necesidades internas de los colaboradores y externas de los clientes con el fin de satisfacerlas.

El objetivo general fue: Definir la característica de la gestión empresarial en una imprenta gráfica, el Agustino, 2021. Y como objetivos específicos: a) Conocer cuál es el enfoque de la cultura organizacional en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021 b) Conocer cuál es la característica de la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021 c) Conocer cuáles son las plataformas digitales aplicadas en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

Así mismo, la hipótesis general de investigación fue: Existe la característica de una gestión empresarial en una imprenta gráfica, el Agustino, 2021. Y como hipótesis específicas fueron: a) Existe un enfoque de cultura organizacional en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021 b) Existe una característica de la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021 c) Existe la aplicación de plataformas digitales en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En el contexto nacional, las imprentas carecían de adaptabilidad a los cambios que ocurren en todo el mercado, a ello se sumó, que este sector percibió constantemente mejoras en la calidad de sus productos debido a los avances tecnológicos. De la misma forma éstas ofrecieron una alta variedad de productos suficiente para fidelizar al cliente. Por consiguiente, la competitividad se fue incrementando constantemente por lo que todo ello, sumado a una ineficiente gestión provocó crisis en las organizaciones.

La variable gestión empresarial tuvo como antecedentes a Barreto (2018) quien afirmó que la gestión empresarial está relacionada significativamente ($p < 0.05$, Rho de Spearman = 0,451) con el nivel de competitividad de un estudio realizado a las micro empresas de un emporio comercial. Por lo que, este trabajo puede ser aplicado para el estudio de gestión empresarial en la imprenta Mc Grahp, con el fin de obtener resultados óptimos en el manejo interno de la empresa.

De la misma forma, Gárate (2020) afirmó que existe una relación alta y positiva entre las estrategias y gestión empresarial (Rho de Pearson = 0,931) que puede ser destinada a una empresa del rubro de apuestas deportivas. La investigación del autor afirmó que con la aplicación de ésta variable se logró una mejor planificación interna dentro de la empresa, por lo que pudo ser de utilidad en la imprenta Mc Grahp.

Así mismo, Rodríguez (2019) afirmó que la gestión empresarial puede ser aplicada en las organizaciones según la problemática de la empresa, en el manejo de la gestión financiera, estructura de la organización, entre otras. Ésta investigación aportó credibilidad a la investigación que se desea plantear dentro de la organización Mc Grahp.

De igual importancia, Soncco (2020) afirmó que uno de los puntos base para cumplir la gestión empresarial es la comunicación, para lo cual recomendaron talleres dentro del área administrativa donde plantean un plan de mejora estratégico para una empresa del rubro minero. Para el autor, la creación de un sistema de control ayudó a cumplir los objetivos en una organización, por lo que ésta

investigación fue de gran aporte para la imprenta Mc Grahp.

Finalmente, Carrión (2020) afirmó que la aplicación de la gestión empresarial en una empresa bancaria influye significativamente con la responsabilidad social ($p < 0.05$, Rho de Spearman = 0,531) a través de sus dimensiones control y dirección. Estos resultados se obtuvieron por un cuestionario, el cual contempló favorablemente el uso de la variable gestión empresarial en la imprenta Mc Grahp.

En relación a la primera dimensión cultura organizacional, Torres (2017) afirmó que fue necesario la aplicación de cultura organizacional en las empresas de tipo familiar, ya que el estudio demostró que los niveles de cultura no coinciden entre colaboradores. El aseguramiento de la aplicación de un cambio en la cultura organizacional favoreció en el desarrollo interno en la organización, por lo tanto, pueden ser aplicados en la imprenta.

Así mismo, Velásquez (2015) afirmó que la cultura organizacional influye significativamente ($p < 0.05$, Rho de Spearman = 0,530) en el compromiso organizacional de una organización pública. Ésta investigación se realizó mediante un cuestionario midiendo el compromiso de los colaboradores con la organización.

También Lacherre (2017) afirmó que una buena cultura organizacional permite mayor compromiso del personal docente en una organización universitaria. Para el autor la propuesta de mejora en la cultura organizacional debe ser constante, es decir, debe darse un seguimiento a los colaboradores de forma permanente. Ésta investigación y sus estrategias pudieron ser de ayuda en la imprenta Mc Grahp.

A su vez Nauca y Bances (2019) expusieron propuestas de mejora en la cultura organizacional en una empresa mobiliaria, para lo cual se brindaron capacitaciones para que el personal de a conocer sus necesidades. Para los autores, esto mejoró significativamente la identidad de cada colaborador dentro de su trabajo por ende el clima laboral se vio reflejado positivamente. Ésta investigación fue de suma importancia y fue aplicada como modelo en la imprenta Mc Grahp.

Finalmente, Navarro (2020) afirmó que la importancia de mantener una cultura organizacional adecuada en una organización es importante para la satisfacción de los empleados y pueda permitirse su permanencia a largo plazo. Ésta investigación

resalta que adaptar un cambio de cultura organizacional es un proceso largo, pero no imposible pero que es necesaria para el funcionamiento interno de la empresa.

En relación a la segunda dimensión gestión de procesos, Córdova y Carvo (2013) afirma que existe una relación elevada entre la gestión de procesos 0.704 = el instrumento alpha de cronbach es confiable) y gestión educativa en una Institución Pública. La afirmación de los autores indicó que el uso de la variable mejoró los procesos internos de la organización, por lo que pueden ser aplicados en la imprenta Mc Grahp.

Así mismo, Putpaña (2014) afirma que la gestión de procesos es importante para la consolidación de la empresa obteniendo buenos resultados a través del control de calidad, mejora continua y manejo del cliente. Ésta investigación afirmó que emplear la gestión de procesos en la imprenta Mc Grahp obtendrá resultados favorables permanentes si son aplicados adecuadamente.

Por otra parte, Becerra (2018) afirmó que la gestión de procesos contribuye favorablemente en los proyectos de construcción. Para el autor la aplicación de una gestión de proyectos tuvo como fin la mejora de la productividad en la organización. Por consiguiente, este proyecto fue de gran apoyo y contribución a nuestra investigación.

De la misma forma, Sánchez (2021) afirmó que la gestión de procesos tiene una relación altamente significativa ($p < 0.05$, Rho de Spearman = 0,442) con la gestión administrativa en los gobiernos locales. Para el autor éstas dos gestiones estaban directamente relacionadas, es decir que su óptimo desempeño debe darse de forma conjunta.

Además, Castillo y Rivas (2018) afirmaron que la gestión de procesos tiene una relación alta con la competitividad en las empresas dedicadas al rubro de la comida. Para los autores, los factores clave para el éxito de la empresa deberían enfocarse en un adecuado manejo de procesos internos y operativos.

Finalmente, Vásquez (2019) afirmó que la gestión de procesos predomina significativamente en los niveles de eficacia y eficiencia en las organizaciones. Para el autor, el nivel de productividad se incrementó luego de aplicar la gestión de

procesos en las organizaciones de telecomunicaciones.

En relación a la última dimensión, plataformas digitales Valdivia (2019) afirmó que la influencia de las plataformas digitales favorece significativamente en el posicionamiento de la marca mediante el uso de las redes sociales. Ésta investigación puede favorecer a la imprenta ya que mejoraría su segmentación por las plataformas digitales.

Así mismo, De la Cruz y Larios (2018) afirmaron que el uso de plataformas digitales influye significativamente en los contenidos periodísticos tradicionales. Para los autores, la aplicación de estas plataformas sociales es un plan estratégico los cuales son de ayuda en la creación de su material periodístico y a la vez va mejorar la comunicación con los consumidores.

De igual forma, Meneses y Rentería (2019), afirmó que las plataformas digitales como las redes sociales con mayor segmentación de mercado: Facebook e Instagram tienen mayor influencia para lograr el posicionamiento en las agencias de turismo. Para el autor el uso de estas plataformas logró una mejor segmentación del mercado objetivo. Por consiguiente, este proyecto contribuyó significativamente en el informe de investigación.

En el contexto internacional, gran porcentaje de empresas del rubro de la imprenta no han mantenido un adecuado nivel de dirección o gestión interna, dado que consideraron innecesario aplicar instrumentos de gestión del control. Muchas veces este problema se produjo debido a la priorización de tareas en la organización, descuidando las más importantes, aquellas que influyeron significativamente en los colaboradores. Estas acciones se produjeron porque las organizaciones carecían de una metodología e información acorde a las necesidades y objetivos para alcanzar para lograr el éxito.

La variable gestión empresarial, según López y De la Garza (2019), influyó significativamente en el rendimiento de las empresas emprendedoras. Para los autores, estas estrategias de gestión empresarial aportan valor en la productividad de la organización.

Así mismo, Rea y Paspuel (2017) afirmó que la gestión empresarial influye

significativamente en la dirección de las empresas tradicionales. Para los autores la aplicación de ésta estrategia garantizará una empresa exitosa y competitiva, conociendo a fondo las fortalezas e inconsistencias en una empresa. Por lo que estas estrategias pudieron ser aplicadas en la imprenta Mc Grahp favorablemente.

Para la primera dimensión, cultura organizacional, González y Flores (2020) afirmaron que influye significativamente en el sector de comercio de ropa ocasionado por la Covid 19. Esta problemática ha planteado estrategias como el manejo de las redes sociales mejorando la comunicación con el cliente. La afirmación de los autores ayudó a emplear la cultura organizacional en la imprenta Mc Grahp.

Así mismo, Méndez (2019) afirmó que la cultura organizacional influye significativamente por medio de estrategias en la organización. El autor afirmó que la aplicación de la cultura organizacional crea valor para enfrentar la competitividad y mejorar la visión de la organización. La aplicación de estas estrategias dentro puede ser aplicada en la imprenta Mc Grahp.

En relación a la segunda dimensión, Barrios, Contreras y Olivero (2019) afirmaron que la gestión de procesos influye significativamente en la competitividad en las pequeñas empresas de Barranquilla. Para los autores la aplicación de ésta gestión va beneficiar tanto a colaboradores como empresarios en la medida que la organización se va mantener en el mercado enfrentado la competitividad.

De igual importancia Hernández, Garay y Sherwood (2017) afirmaron que la gestión de procesos influye significativamente en la mejora de un clima laboral y un ambiente mejor para los colaboradores en un centro educativo de educación superior. Para los autores el empleo de gestión de procesos en cada departamento aportó el valor necesario para una gestión de calidad en la empresa.

En relación a la última dimensión, Hernández, Carro y Martínez (2019) afirmaron que las plataformas digitales influyen significativamente en la educación a distancia, ya que para los autores es una alternativa efectiva de comunicación y son de gran oportunidad de aspecto metodológicos de calidad gracias al uso de las plataformas digitales.

El enfoque conceptual del presente informe de investigación, tuvo un enfoque cuantitativo porque según Sampieri, Fernández y Baptista (2014) describe los fenómenos, prueba teorías y se aplica de manera general a particular y finalmente éstas realidades observadas no van a cambiar y las mediciones se harán en un solo acto.

Para las dimensiones de la variable gestión empresarial, la primera dimensión identidad organizacional, Cuesta (2005) indicó que es el conjunto de valores, pautas y normas que se distribuye entre los miembros de la organización. Así mismo, refleja la toma de decisiones de los directivos y solución de problemas planteados.

La tesis cumplió con una teoría relacionada a la gestión empresarial según Chiavenato (2019) la teoría General de Administración puede ser aplicada a las organizaciones lucrativas y no lucrativas. El cual está integrado por un conjunto de estrategias, manejo de recursos, búsqueda de innovaciones, solución de problemas y diagnóstico de situaciones en las organizaciones. Para el autor no solo se evalúan las teorías administrativas para el manejo de la empresa, sino se verifica la cultura interna de la organización, las condiciones de trabajo, las competencias de los colaboradores y la forma de dirigir del área ejecutiva que los llevará al éxito.

Ésta dimensión estuvo comprendida por la identidad organizacional que según López (2017) es el estudio relacionado al comportamiento del personal dentro de las organizaciones. Y la comunicación interna que según Cuenca y Verazi (2019) Es la interacción entre colaboradores dentro de la organización que permita generar un clima de confianza.

La segunda dimensión, gestión de procesos estuvo comprendida por la gestión de procesos, según Contreras, Olaya y Matos (2017) es el conjunto de actividades que una organización desea mejorar a través de sus procesos obteniendo calidad y valor agregado a la empresa, con el fin de resolver sus objetivos propuestos en base a la necesidad del cliente.

Ésta dimensión estuvo comprendida en la optimización de procesos, la cual

según Jablonsky y Skocdopolova (2017), es la producción que se desarrolla de forma planificada a través de estrategias dependiendo el rubro de la organización. Y el proceso productivo según Sevilla y Lanuza (2017) Es un sistema que está relacionado conjuntamente y está orientado a la transformación de materia prima, entre otros.

La tercera dimensión, plataformas digitales García (2020) afirmó que son plataformas que ofrecen servicios a un grupo de clientes que tienen una necesidad y desean una interacción fácil que les genere valor.

Ésta dimensión estuvo comprendida en las redes sociales que según Aparicio y Ostos (2018) Es una plataforma virtual que permite la interacción de una persona a otra que tienen necesidades similares. Y la plataforma digital que según Bello (2021) es el uso adecuado de medios digitales para insertarse en el mercado laboral y aprovechar sus oportunidades a través de la tecnología.

III.METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

El tipo de estudio empleado en la investigación fue aplicado porque Esteban (2018) indica que está orientada a presentar soluciones en los procesos, bienes o servicios de cualquier tipo de actividad en una organización. Éstas son formuladas a través de formulación de problemas e hipótesis las cuales deben ser resueltas.

Diseño de investigación

La investigación se presentó con un diseño no experimental, porque según Agudelo, Aigner y Ruiz (2008) no se manipulan variables, las cuales se plantean de forma natural y luego son analizadas. Así mismo Rodríguez y Mendivelso (2018) afirmaron que es transversal porque son generadores de hipótesis, se realiza una sola medición de la variable.

Nivel de investigación

El nivel de investigación fue de nivel exploratorio y descriptivo porque según Morales (2012) tiene como objetivo examinar las características del problema, describir y analizar los datos obtenidos por medio de técnicas de recolección de datos.

3.2 Variables y operacionalización

El proyecto de investigación presentó la siguiente variables y dimensiones mencionadas a continuación:

Variable: Gestión Empresarial

Dimensiones: Cultura organizacional, gestión de procesos y plataformas digitales.

La operacionalización de la variable del informe de investigación se ubica en el anexo 1.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

El informe de investigación estuvo conformado por 30 colaboradores de la imprenta gráfica Mc Grahp SAC. Según López (2004) es el conjunto de personas de los que se desea obtener o conocer algo a través de una investigación.

Muestra

El total de la muestra por conveniencia de la tesis está conformado por 30 colaboradores de la imprenta Mc Grahp SAC. Según Casal y Mateu (2003), las características utilizadas son similares a la población objetivo y es determinado por el investigador.

Muestreo

El tipo de muestreo del proyecto de investigación fue no probabilístico, porque según Pimienta (2000) solo será estudiado la población de investigación, este tipo de muestras no es aleatoria.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos

Como primer punto se utilizó la técnica de entrevista, el cual fue aplicado en la imprenta Mc Grahp. Al respecto, Yuni y Urbano (2006) ésta técnica está apoyada en respuestas directas que el investigador plantea en una entrevista.

Como segundo punto, se aplicó la técnica de la encuesta, el cual fue dirigido hacia los colaboradores de la imprenta Mc Grahp, ésta se realizó por medio de la recolección de datos las cuales fueron presentadas a los colaboradores y respondidas de forma anónima. Al respecto Alvira (2011) recoge información objetiva, se emplea por medio del cuestionario y utiliza muestras premeditadamente.

Instrumento de recolección de datos

El primer instrumento que se utilizó en el informe de investigación fue la entrevista, el cual está anexado detalladamente (ver anexo 2).

El segundo instrumento aplicado en el informe de investigación fue el cuestionario. Al respecto Meneses y Rodríguez (2011) afirma que esta técnica recoge los datos obtenidos en función a los objetivos de la investigación.

Validez del instrumento

La validez del instrumento fue revisada por tres expertos en el tema, colaboradores de la imprenta Mc Grahp. Según Arias (2006) la validez consiste en seleccionar un número de personas expertas en el problema de estudio para verificar concordancia entre los ítems del instrumento y los objetivos de la investigación.

Experto: Gerente General - Miguel Carrasco Chininin

Respuesta pregunta 1: El experto resaltó que en la organización aplica el proceso administrativo; basándose en la organización, planeación, control y dirección.

Respuesta pregunta 2: Para el experto es importante fomentar el respeto y el compañerismo entre colaboradores.

Respuesta pregunta 3: El experto indicó que buscan brindar un servicio de calidad teniendo como finalidad la fidelización del cliente.

Respuesta pregunta 4: El experto afirmó que cuenta con una página de Facebook, pero sin embargo aún no cuentan con presencia en otras plataformas digitales.

Experto: Jefe de Ventas – Erik Manuel Ángeles Lozada

Pregunta 1: Para el experto, la organización cuenta con una gestión empresarial pero que debe presentar mejoras para su correcto funcionamiento.

Pregunta 2: Para el experto, la empresa maneja un buen clima laboral y se rigen bajo normas y valores.

Pregunta 3: El experto afirmó que la empresa cuenta con procesos de calidad y cumplen con las entregas en los plazos definidos.

Pregunta 4: El experto confirmó que cuenta con presencia en redes sociales pero que deberían manejar un dominio web.

Experto: Asistente administrativo – Isabet Nancy Marchan Sánchez

Pregunta 1: Para la experta, su gestión se basa en indicadores que le permita dar soluciones a los problemas de la empresa con el fin de cumplir sus metas.

Pregunta 2: Para la experta la organización cuenta con un clima agradable ya que

se aplican encuestas para validar su satisfacción laboral.

Pregunta 3: La experta afirmó que aplican procesos de mejora continua y se enfocan exhaustivamente en la calidad de sus productos.

Pregunta 4: La experta afirmó que cuentan con un servicio post venta para verificar que el cliente se encuentra satisfecho con su producto y el servicio brindado.

Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento se logró aplicando una prueba piloto a 10 colaboradores de imprenta Mc Grahp SAC, se utilizó el método Alfa de Cronbach y se ingresaron los datos al programa estadístico SPSS 22. Para Landeau, (2007) La confiabilidad es el grado con el cual el instrumento mide su estabilidad y consistencia los cuales son aplicados al objetivo de estudio.

Los resultados obtenidos indican que el instrumento es confiable, con un resultado de 0.778, indica una fuerte confiabilidad por encontrarse entre el rango de 0.76 a 0.89. (Anexo 3)

3.5 Procedimientos

Se empleó el instrumento del cuestionario, se aplicó a la variable gestión empresarial de la investigación y sus dimensiones e indicadores, el cuestionario está basado en la escala de Likert que abarca 20 ítems (Ver anexo 4) Esto se realizó en imprenta gráfica Mc Grahp SAC, el cual aprobó las solicitudes requeridas para la utilización de la información de la empresa (Ver anexo 5).

3.6 Método de análisis de datos

El nivel descriptivo se encarga de identificar las características de las dimensiones e indicadores de forma detallada mediante la formulación de hipótesis. Luego son introducidas a través del programa SPSS versión 22, de los cuales se obtienen los resultados por medio de gráficas y tablas de forma detallada.

El nivel inferencial se aplica a través de los datos obtenidos en la muestra. La cual apoya a tomar decisiones y predicciones de los datos recogidos.

3.7 Aspectos éticos

En el proyecto de investigación se ha priorizado el aporte de los investigadores nacionales e internacionales y han sido citados correctamente en función a sus teorías, conocimientos y conceptos. Los aportes considerados de diversos investigadores fueron citados según el reglamento de investigación de la Universidad César Vallejo y del Código Nacional de la Integridad Científica - Concytec.

IV.RESULTADOS

4.1 Estadística descriptiva

Tabla 1
Distribución de la frecuencia para la dimensión Cultura Organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	27	90.0	90.0	90.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 6 se observa una brecha igual al 90 por ciento de cultura organizacional en los colaboradores de la imprenta Mc Grahp. La brecha está compuesta absolutamente por la percepción de los encuestados en desacuerdo. Complementariamente un 10 por ciento de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo con la dimensión cultura organizacional. Por lo tanto, existen ciertas dificultades en la identidad organizacional y la comunicación interna de la imprenta Mc Grahp que necesitan ser estudiadas para su mejora.

Tabla 2
Distribución de la frecuencia para la dimensión Gestión de Procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	23	76.7	76.7	76.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 7 el 77 por ciento de acumulados refiere un acumulado en desacuerdo, mientras que un 7 por ciento de los colaboradores no están de acuerdo ni en desacuerdo. Esto refiere que la dimensión gestión de procesos tiene ciertas dificultades que deben mejorar en la optimización de procesos y el proceso productivo de la imprenta Mc Grahp.

Tabla 3
Distribución de la frecuencia para la dimensión Plataformas Digitales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	18	60.0	60.0	60.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 8 se observa una brecha igual al 60 por ciento de plataformas digitales en los colaboradores de la imprenta Mc Grahp. La brecha está compuesta absolutamente por la percepción de los encuestados en desacuerdo. Complementariamente un 40 por ciento de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo con la dimensión de las plataformas digitales. Por lo tanto existen ciertas dificultades en las redes sociales y formación digital de la imprenta Mc Grahp que necesitan ser estudiadas para su mejora.

4.2 Estadística Analítica

Prueba de normalidad de la variable Gestión empresarial

Ho: No existe una gestión empresarial para una imprenta gráfica, el Agustino, 2021.

H1: No existe una gestión empresarial para una imprenta gráfica, el Agustino, 2021.

Interpretación de la prueba Shapiro Wilk: La variable de estudio Gestión empresarial presentó una distribución menor a 0,005. Esto quiere decir que no tiene una distribución normal por lo que concluimos que la variable gestión empresarial es una prueba no paramétrica.

Prueba de hipótesis entre gestión empresarial y cultura organizacional en la imprenta Mc Grahp.

- Hipótesis por demostrar:

Ho: No existe un enfoque de cultura organizacional en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

H1: Existe un enfoque de cultura organizacional en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

- Gestión empresarial / cultura organizacional

$P=0,001$

Sig= 0,05

$P<0,05$ entonces rechazar la H_0

a) Decisión:

$P(0,001)<0,05$ entonces rechazar H_0 .

b) Conclusión:

Existe una correlación positiva entre gestión empresarial y cultura organizacional.

c) Cálculo del coeficiente de determinación:

Correlación de spearman (C): 0,667

$C^2= 0,444$

Porcentaje de asociación entre dimensiones:

$0,444*100= 44.48\%$

Existe una correlación positiva moderada del 44.48% entre gestión empresarial y cultura organizacional.

Prueba de hipótesis entre gestión empresarial y gestión de procesos en la imprenta Mc Graph.

- **Hipótesis por demostrar:**

H_0 : No existe una característica en la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

H_1 : Existe una característica en la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

- **Gestión empresarial / gestión de procesos**

$P=0,001$

Sig= 0,05

$P<0,05$ entonces rechazar la H_0

a) Decisión:

$P(0,001)<0,05$ entonces rechazar H_0 .

b) Conclusión:

Existe una correlación positiva entre gestión empresarial y gestión de procesos.

c) Cálculo del coeficiente de determinación:

Correlación de spearman (C): 0,906

$$C^2= 0,820$$

Porcentaje de asociación entre dimensiones:

$$0,820*100= 82.08\%$$

Existe una correlación positiva alta de 82.08% entre gestión empresarial y gestión de procesos.

Prueba de hipótesis entre gestión empresarial y plataformas digitales en la imprenta Mc Graph.

- **Hipótesis por demostrar:**

Ho: No existe la aplicación de plataformas digitales aplicados en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

H1: Existe la aplicación de plataformas digitales aplicados en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

- **Gestión empresarial / plataformas digitales**

$$P=0,001$$

$$\text{Sig}= 0,05$$

$P < 0,05$ entonces rechazar la Ho

a) Decisión:

$P(0,001) < 0,05$ entonces rechazar Ho.

b) Conclusión:

Existe una correlación positiva entre gestión empresarial y plataformas digitales.

c) Cálculo del coeficiente de determinación:

Correlación de Spearman (C): 0,612

$$C^2= 0,374$$

Porcentaje de asociación entre dimensiones:

$$0,4374*100= 37.45\%$$

Existe una correlación moderada de 37.45% entre gestión empresarial y plataformas digitales.

Prueba de hipótesis entre cultura organizacional y gestión de procesos en la imprenta Mc Graph

- **Hipótesis por demostrar:**

Ho: No existe relación entre la cultura organizacional y gestión de procesos en la

Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

H1: Existe relación entre la cultura organizacional y gestión de procesos en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

- **Cultura organizacional / gestión de procesos**

$P=0,001$

Sig= 0,05

$P<0,05$ entonces rechazar la H_0

a) Decisión:

$P(0,001)<0,05$ entonces rechazar H_0 .

b) Conclusión:

Existe una correlación positiva entre cultura organizacional y gestión de procesos.

c) Cálculo del coeficiente de determinación:

Correlación de Spearman (C): 0,604

$C^2= 0,364$

Porcentaje de asociación entre dimensiones:

$0,364*100= 37.40\%$

Existe una correlación moderada de 36.48% entre cultura organizacional y gestión de procesos

Prueba de hipótesis entre cultura organizacional y plataformas digitales en la imprenta Mc Grahp

- **Hipótesis por demostrar:**

H_0 : No existe relación entre la cultura organizacional y plataformas digitales en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

H1: Existe relación entre la cultura organizacional y plataformas digitales en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

- **Cultura organizacional / plataformas digitales**

$P=0,025$

Sig= 0,05

$P<0,05$ entonces rechazar la H_0

a) Decisión:

$P(0,001)<0,05$ entonces rechazar H_0 .

b) Conclusión:

Existe una correlación positiva entre cultura organizacional y plataformas digitales.

c) Cálculo del coeficiente de determinación:

Correlación de spearman (C): 0,408

$C^2 = 0,166$

Porcentaje de asociación entre dimensiones:

$0,166 * 100 = 16.64\%$

Existe una correlación moderada del 37.40% entre cultura organizacional y plataformas digitales.

Prueba de hipótesis entre gestión de procesos y plataformas digitales en la imprenta Mc Graph

- **Hipótesis por demostrar:**

Ho: No existe relación entre gestión de procesos y plataformas digitales en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

H1: Existe relación entre gestión de procesos y plataformas digitales en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021.

- **Gestión de procesos / plataformas digitales**

$P = 0,001$

Sig= 0,05

$P < 0,05$ entonces rechazar la Ho

a) Decisión:

$P(0,001) < 0,05$ entonces rechazar Ho.

b) Conclusión:

Existe una correlación positiva entre gestión de procesos y plataformas digitales.

c) Cálculo del coeficiente de determinación:

Correlación de pearson (C): 0,676

$C^2 = 0,166$

Porcentaje de asociación entre dimensiones:

$0,457 * 100 = 45.70\%$

Existe una correlación positiva de 45.70% entre gestión de procesos y plataformas digitales

4.3 Relación de las dimensiones de la variable Gestión Empresarial

Tabla 4
Relación entre dimensiones y entre las variables

Variable: Gestión empresarial
Gestión empresarial x cultura organizacional = 44.48%
Gestión empresarial x gestión de procesos = 82.08%
Gestión empresarial x plataformas digitales = 37.45%
Cultura organizacional x gestión de procesos = 36.48%
Cultura organizacional x plataformas digitales = 37.40%
Gestión de procesos x plataformas digitales = 45.70%

Fuente: Elaboración propia

- a. Gestión empresarial x cultura organizacional = Spearman 0,667 ($p < 0,05$); CD = 0.444 (44.48%).
- b. Gestión empresarial x gestión de procesos = Spearman 0,906 ($p < 0,05$); CD= 0.820 (82.08%).
- c. Gestión empresarial x plataformas digitales = Spearman 0,612 ($p < 0,05$); CD = 0.123 (12.32%).
- d. Cultura organizacional x gestión de procesos = Spearman 0,604 ($p < 0,05$); CD= 0.374 (37.45%).
- e. Cultura organizacional x plataformas digitales = Spearman 0,408 ($p < 0,05$); CD= 0.166 (16.64%)
- f. Gestión de procesos x plataformas digitales = Spearman 0,676 ($p < 0,05$); CD= 0.456 (45.69%)

V.DISCUSIÓN

El informe de investigación tuvo como objetivo comparar los resultados que fueron encontrados en la teoría y los antecedentes sobre la gestión empresarial en una imprenta gráfica Mc Grahp. De acuerdo a los resultados obtenidos se observó que existía una gestión empresarial en la imprenta gráfica Mc Grahp ($p=0,00$; $p<0,05$)

Estos resultados alcanzados coincidieron con el informe de investigación de Barreto (2018) quien afirmó que la gestión empresarial está relacionada significativamente ($p< 0.05$) en un estudio realizado a las micro empresas de un emporio comercial. Por lo que, este trabajo puede ser aplicado para el estudio de gestión empresarial en la imprenta Mc Grahp, con el fin de obtener resultados óptimos en el manejo interno de la empresa.

De la misma forma, Gárate (2020) afirmó que existe una influencia alta de la gestión empresarial ($p< 0.05$) que puede ser destinada a una empresa del rubro de apuestas deportivas. La investigación del autor afirmó que con la aplicación de ésta variable relacionadas a la gestión empresarial fueron de gran utilidad en la imprenta Mc Grahp.

Igualmente, López y De la Garza (2019), indicaron que la gestión empresarial influyó significativamente en el rendimiento de las empresas emprendedoras. Para los autores, estas estrategias de gestión empresarial aportan valor en la productividad de la organización.

Así mismo, Rea y Paspuel (2017) afirmaron que la gestión empresarial influyó en la dirección de las empresas tradicionales. Para los autores, la aplicación de ésta estrategia garantizará una empresa exitosa y competitiva, conociendo a fondo las fortalezas e inconsistencias en una empresa. Por lo que estas estrategias pudieron ser aplicadas en la imprenta Mc Grahp favorablemente.

Finalmente, Carrión (2020) afirmó que la aplicación de la gestión empresarial en una empresa bancaria influye significativamente ($p< 0.05$) a través de sus dimensiones control y dirección. Estos resultados se obtuvieron por un cuestionario, el cual contempló favorablemente el uso de la variable gestión empresarial en la imprenta Mc Grahp.

Se encontró relación estadística entre gestión empresarial y cultura organizacional en la imprenta gráfica Mc Grahp ($p < 0,05$; $R = 0,667$; $CD = 0.444$), esto evidencia que la variable y dimensión se encuentran asociadas en un 44 por ciento, la cual es respaldada por evidencia de informes de investigación relacionados al tema. González y Flores (2020) afirmaron que la cultura organizacional influye significativamente en el sector de comercio de ropa. Ésta problemática ha planteado estrategias como el manejo de las redes sociales, la cual se vio incrementada a partir del año 2020 y se necesitó emplear las plataformas digitales. La afirmación del autor ayudó a emplear la cultura organizacional en la imprenta Mc Grahp.

Así mismo, Mendez (2019) afirmó que la cultura organizacional influye significativamente por medio de estrategias en la organización ($p < 0.05$). El autor afirmó que la aplicación de la cultura organizacional crea valor para enfrentar la competitividad y mejorar la visión de la organización. La aplicación de estas estrategias dentro puede ser aplicada en la imprenta Mc Grahp.

A su vez, Torres (2017) afirmó que fue necesario la aplicación de cultura organizacional en las empresas de tipo familiar. El aseguramiento de la aplicación de un cambio en la cultura organizacional favoreció en el desarrollo interno en la organización, por lo tanto pueden ser aplicados en la imprenta Mc Grahp.

Finalmente, Velásquez (2015) afirmó que la cultura organizacional influye significativamente ($p < 0.05$) en el compromiso organizacional de una organización pública. Por consiguiente, estos problemas antes mencionados, pudieron ser solucionados oportunamente en la imprenta Mc Grahp.

Se encontró correlación estadística entre gestión empresarial y gestión de procesos en la imprenta gráfica Mc Grahp ($p < 0,05$; $R = 0,906$; $CD = 0.820$) esto evidencia que la variable y dimensión se encuentran asociadas en un 82 por ciento, la cual es respaldada por evidencia de informes de investigación relacionados al tema. (82.08%). Al respecto, Putpaña (2014) afirmó que la gestión de procesos es importante para la consolidación de la empresa obteniendo buenos resultados a través del control de calidad, mejora continua y manejo del cliente. Ésta

investigación puede ser empleada en la imprenta Mc Grahp ya que obtendrá resultados favorables permanentes si son aplicados adecuadamente.

Por otra parte, Becerra (2018) afirmó que la gestión de procesos contribuye favorablemente en los proyectos de construcción. Para el autor la aplicación de una gestión de proyectos tuvo como fin la mejora de la productividad en la organización. Por consiguiente este proyecto fue de gran apoyo y contribución a nuestra investigación.

De la misma forma, Sanchez (2021) afirmó que la gestión de procesos tiene una relación altamente significativa ($p < 0.05$, Rho de Spearman = 0,442) con la gestión administrativa en los gobiernos locales. Para el autor éstas dos gestiones estaban directamente relacionadas, es decir que su óptimo desempeño debe darse de forma conjunta.

Además, Castillo y Rivas (2018) afirmaron que la gestión de procesos tiene una relación alta con la competitividad en las empresas dedicadas al rubro de la comida. Para los autores, los factores clave para el éxito de la empresa deberían enfocarse en un adecuado manejo de procesos internos y operativos.

Se encontró correlación estadística entre gestión empresarial y plataformas digitales ($p < 0,05$; $R = 0,612$ $CD = 0.123$) esto evidencia que la variable y dimensión se encuentran asociadas en un 12 por ciento, la cual es respaldada por evidencia de informes de investigación relacionados al tema. Hernandez, Carro y Martinez (2019) afirmaron que las plataformas digitales influyen significativamente en la educación a distancia, ya que para los autores es una alternativa efectiva de comunicación y son de gran oportunidad de aspecto metodológicos de calidad gracias al uso de las plataformas digitales.

De igual forma, Valdivia (2019) afirmó que la influencia de las plataformas digitales favorece significativamente en el posicionamiento de la marca mediante el uso de las redes sociales. Ésta investigación puede favorecer a la imprenta ya que mejoraría su segmentación por las plataformas digitales.

Así mismo, De la Cruz y Larios (2018) afirmaron que el uso de plataformas digitales influye significativamente en los contenidos periodísticos tradicionales.

Para los autores, la aplicación de estas plataformas sociales es un plan estratégico los cuales son de ayuda en la creación de su material periodístico y a la vez va mejorar la comunicación con los consumidores.

De igual forma, Meneses y Rentería (2019), afirmó que las plataformas digitales como las redes sociales con mayor segmentación de mercado: Facebook e Instagram tienen mayor influencia para lograr el posicionamiento en las agencias de turismo. Para el autor el uso de estas plataformas logró una mejor segmentación del mercado objetivo. Por consiguiente, este proyecto contribuyó significativamente en el informe de investigación.

VI. CONCLUSIONES

1. La prueba de normalidad de la variable Gestión Empresarial en la imprenta gráfica Mc Grahp presentó un nivel de significancia menor ($p < 0,05$). Esto quiere decir que no se obtuvo una distribución normal y finalmente se concluyó que era una prueba no paramétrica.
2. La gestión empresarial y cultura organizacional están asociadas en un 44.48 por ciento ($R=0,667$; $R^2=0.444$; $p < 0,05$). La cultura organizacional está relacionada con la identidad organizacional y comunicación interna.
3. La variable gestión empresarial y la dimensión gestión de procesos están asociadas en un 82 por ciento ($R=0.906$; $p < 0,05$). La otra parte del porcentaje (18%) constituye la brecha por cubrir a través de la optimización de procesos y el proceso productivo.
4. La variable gestión empresarial y plataformas digitales están asociadas en un 12 por ciento ($R=0,612$; $p < 0,05$). La otra parte del porcentaje (88%) constituye una brecha alta por cubrir a través de las redes sociales y la formación digital.
5. Las dimensiones cultura organizacional y gestión de procesos están asociadas en 37.45 por ciento ($R=0,604$; $R^2=0.374$; $p < 0,05$).
6. Las dimensiones cultura organizacional y plataformas digitales están asociadas en un 16.64 por ciento ($R=0,408$; $R^2=0.166$; $p < 0,05$).
7. Las dimensiones gestión de procesos y plataformas digitales están asociadas en un 45.69 por ciento ($R=0,676$; $R^2=0.456$; $p < 0,05$).

VII.RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al departamento de recursos humanos de la imprenta gráfica Mc Grahp, realizar una medición por medio de una encuesta anónima. La encuesta debe estar relacionada a la identidad organizacional de los colaboradores. Evaluar su compromiso frente a la organización y si tienen claros los objetivos de la imprenta. Así mismo, se recomienda realizar reuniones de trabajo periódicamente con el supervisor y los colaboradores donde se les permita expresar sus ideas y valorar sus opiniones.
2. Se recomienda al área del proceso de producción, entrenar continuamente a los colaboradores. Así mismo, se sugiere realizar una evaluación mensual acerca del manual del proceso de producción / MOF con el fin de verificar si cumplen con el proceso productivo adecuado en la imprenta.
3. Se recomienda al área administrativa de la imprenta gráfica Mc Grahp, plantear a la organización invertir en publicidad por redes sociales. Incrementar el uso de las plataformas digitales para posicionar la marca. Finalmente se recomienda al área gerencial, capacitar al área administrativa en formación digital.

REFERENCIAS

- Agudelo, G. Aigner, M. y Ruiz, J. (2008). Metodología de la investigación Experimental y No Experimental. *La Sociología En Sus Escenarios*, (18). <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/6545>
- Barreto, A. (2018). Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018. Tesis. Repositorio de la Universidad César Vallejo. Lima. URI. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/19391>
- Becerra, J. (2018). Gestión de procesos para la mejora de la productividad en la gestión de proyectos de construcción, empresa CYJ constructores y contratistas S.A.C. Repositorio de la Universidad César Vallejo. Lima. URI. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/27676>
- Barrios-Hernández, K., Contreras, J. y O, E. (2019). La Gestión por Procesos en las Pymes de Barranquilla: Factor Diferenciador de la Competitividad Organizacional. *Información tecnológica*, 30(2), 103-114. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000200103>
- Carrión, R. (2020). Gestión empresarial y Responsabilidad social del Banco de Crédito, Agencias Chimbote, 2019. Repositorio de la Universidad César Vallejo. Lima. URI. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/46777>
- Casal, J. y Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Rev. Epidem. Med. Prev*, 1, 3-7. [http://mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20\(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta\)/TiposMuestreo1.pdf](http://mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta)/TiposMuestreo1.pdf)
- Castillo, K. y Rivas, F. (2018). Gestión por procesos en la competitividad de una empresa. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. URI. <http://hdl.handle.net/11537/13875>

Chiavenato, I. (2007). Introducción a la teoría general de la Administración (7ma ed.). McGraw Hill Interamericana.

<https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

Contreras, F. Olaya, J. y Matos, F. (2017). Gestión por procesos, indicadores y estándares para unidades de información (1.a ed.).

<http://eprints.rclis.org/31012/1/Gesti%C3%B3n%20por%20procesos%2C%20indicadores%20estandares.pdf>

Córdova, B. y Carvo, J. (2013). Gestión educativa y gestión de procesos en las instituciones educativas públicas de la RED N° 6 de la UGEL - Ventanilla - Región Callao 2013. Repositorio de la Universidad César Vallejo. URI.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/9287>

Cuenca, J. y Verazi, L. (2019). Guía fundamental de la comunicación interna. Editorial UOC.

https://books.google.com.pe/books/about/Gu%C3%ADa_fundamental_de_la_comunicaci%C3%B3n_in.html?id=mxSzDwAAQBAJ&redir_esc=y

Cuesta, A. (2005). Tecnología de Gestión de Recursos Humanos. Editorial Felix Valera y Academia.

<http://www.dncontabilidad.sld.cu/rrhh/Doc/BIBLIOGRAFIA/3%20-%20Libro%20Cuesta.%202010%20tecnologia%20gestion%20recursos%20humanos.pdf>

De la Cruz, Z. y Larios, J. (2018). Uso de plataformas digitales para la creación de contenidos periodísticos en los medios televisivos tradicionales. Repositorio de la Universidad Tecnológica del Perú. URI.

<https://hdl.handle.net/20.500.12867/2227>

Esteban, N. (2018). Tipo de investigación. Repositorio de la Universidad Santo Domingo de Guzmán. URI.

<http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>

- Gárate, P. (2020). Estrategias y gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019. Repositorio de la Universidad César Vallejo. URI.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48993>
- González, R. y Flores K. (2020). Cultura organizacional y Sustentabilidad empresarial en las Pymes durante crisis periodos de confinamiento social. *Revista Internacional Multidisciplinaria*, 1, 28-41.
<https://ciidjournal.com/index.php/abstract/article/view/40/39>
- Hernández, A., Garay, M., Sherwood, L. et al. (2017). Gestión por procesos en la Ciencia e Innovación Tecnológica en Universidad de Ciencias Médicas de Matanzas. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 21(6), 717-728.
<https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=78845>
- Hernandez, A., Carro, E. y Martinez, I. (2019). Plataformas digitales en la educación a distancia en México, una alternativa de estudio en comunicación. *Revista de Educación a Distancia*, 19(60).
<https://revistas.um.es/red/article/view/373411>
- Jablonsky, J. y Skocdopolova, V. (2017). Análisis y Optimización del Proceso de Producción en una Empresa Procesadora de Leche. *Información tecnológica*, 28 (4), 39-46.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000400006>
- Lacherre, E. (2017). Cultura organizacional en docentes del Zegel-Ipae Piura 2016. Repositorio de la Universidad de Piura. URI.
<https://hdl.handle.net/11042/2989>
- Landeau, R. (2007). Elaboración de trabajos de investigación (1.a. ed.) Editorial Alfa.
https://books.google.com.pe/books?id=M_N1CzTB2D4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- López, J. y Garza, M. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nova scientia*, 11(22), 357-383.
<https://doi.org/10.21640/ns.v11i22.1795>
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es.
- López, P. (2017). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es
- Mendez, C. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Revista Universidad y Empresa*, 21(37), 136-169.
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7681>
- Meneses, D. y Rentería, R. (2019). Influencias del mix marketing sobre la compra de turismo en plataformas digitales en Lima Metropolitana. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. URI.
<http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/8629>
- Meneses, J. y Rodríguez, D. (2011). El cuestionario y la entrevista. Universidad Oberta de Catalunya.
<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario-entrevista>
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.
 Recuperado a partir de:
https://www.academia.edu/8101101/Conozca_3_tipos_de_investigacion
- Nauca, E. y Bances, E. (2019). Cultura Organizacional de la Empresa Leoncito

S.R.L. Repositorio de la Universidad de Lambayeque. URI.
<http://repositorio.udl.edu.pe/handle/UDL/249>

Navarro, G. (2020). Importancia de la cultura organizacional en las empresas. Repositorio de la Universidad Privada de la Selva Peruana. URI.
<http://repositorio.ups.edu.pe/handle/UPS/246>

Pimienta, R. (2000). Encuestas probabilísticas vs. No probabilísticas. *Política y Cultura*, (13), 263-276.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26701313>

Putpaña, R. (2014). La gerencia y gestión de procesos. Repositorio Institucional Digital UNAP.
<http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/4599>

Rea, A. y Paspuel, V. (2017). Modelo de gestión empresarial para la conversión de empresas tradicionales a ecoempresas en el Ecuador. *Revista Publicando*, 4, 11 (2), 149-171. Recuperado a partir de <https://www.revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/556>

Rodríguez, J. (2019). Gestión empresarial de la organización Proyectos & Construcciones Proviger de Chimbote, 2019. Repositorio de la Universidad César Vallejo. URI.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39708>

Rodríguez, M. y Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21(3), 141-146.
https://www.researchgate.net/publication/329051321_Disenio_de_investigacion_de_Corte_Transversal

Sanchez, P. (2021). Gestión por procesos y gestión administrativa en la Municipalidad Provincial de Lambayeque. Repositorio de la Universidad César Vallejo. URI.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/53257>

Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Definiciones de los enfoques Cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias (6.a ed.). McGraw Hill Education.

https://www.academia.edu/download/58257558/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias.pdf

Soncco, R. (2020). Gestión Empresarial y Planificación Estratégica en la empresa contratista minera 2019. Reposito de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. URI.

<http://hdl.handle.net/20.500.12773/11413>

Torres, L. (2017). Cultura Organizacional en empresas familiares. Reposito de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. URI.

<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/5078>

Valdivia, L. (2019). El posicionamiento en las plataformas digitales Facebook e Instagram de la marca Intelsegur. Reposito de la Universidad San Ignacio de Loyola. URI.

<http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/9685>

Vasquez, C. (2019). Gestión de procesos y su impacto en la productividad en entidades. Repositorio de la Universidad Peruana Unión. URI.

<http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2303>

Velásquez, E. (2015) Cultura organizacional y compromiso organizacional en el Ministerio de la Producción Lima, 2015. Repositorio de la Universidad César Vallejo. URI.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/6737>

ANEXO

Anexo 1

Tabla 5: Matriz de Operacionalización de variables

Variable (concepto)	Definición operacional (de la variable)	Dimensiones (de la variable)	Definición operacional (de cada dimensión)	Indicadores (de las dimensiones)	Ítems Los colaboradores de la imprenta Mc Grahp SAC:	Instrumento	Atributo	Niveles y Rangos (por dimensión)
GESTIÓN EMPRESARIAL Ucha (2011) Es el conjunto de actividades empresariales administrativas, control de recursos internos y procesos estratégicos que buscan mejorar la productividad y viabilidad de la organización.	La gestión empresarial se medirá mediante las dimensiones cultura organizacional, gestión de procesos y plataformas digitales, a través un cuestionario	Cultura Organizacional Cuesta (2005) Es el conjunto de valores, pautas y normas que comparten los miembros en la organización. Así mismo, refleja la toma de decisiones y solución de problemas.	La cultura organizacional se medirá con los indicadores identidad organizacional y comunicación interna	IDENTIDAD ORGANIZACIONAL	Se sienten identificados y comprometidos con la organización.	Cuestionario con escala tipo Likert	Totalmente en Desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	BUENO REGULAR MALO
					Tienen más motivación económica que motivación social.			
					Tienen claros los objetivos de la organización.			
				COMUNICACIÓN INTERNA	Tienen buena comunicación con su supervisor.			
					Tienen participación en las reuniones de trabajo para sugerir mejoras en la organización.			
					Tienen una comunicación efectiva/eficaz con sus compañeros de labores.			
		Gestión de Procesos Contreras, Olaya y Matos (2017) Es el conjunto de actividades que una organización desea mejorar a través de sus procesos obteniendo calidad y valor agregado a la empresa, con el fin de resolver sus objetivos propuestos en base a la necesidad del cliente.	La gestión de procesos se medirá con los indicadores optimización de procesos y proceso productivo.	OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS	Tienen un manual del proceso de producción / MOF.			
					Cumplen con los procesos de producción.			
					Son entrenados continuamente.			
				PROCESO PRODUCTIVO	Realizan procesos continuos para optimizar el tiempo.			
					Cumplen con el proceso productivo.			
					Consideran que el manual de procesos de producción es útil y eficiente.			
Plataformas Digitales García (2020) Son plataformas que ofrecen servicios a un grupo de clientes que tienen una necesidad y desean una interacción fácil que les genere valor.	Las plataformas digitales se medirán con los indicadores redes sociales y formación digital.	REDES SOCIALES	Consideran que el manual de procesos de producción debe renovarse periódicamente.					
			Se adaptarían a la utilización de una nueva tecnología.					
			Consideran que la organización debería tener presencia en redes sociales					
		FORMACIÓN DIGITAL	Consideran que se debe invertir en publicidad por redes sociales					
			Consideran que el uso de las redes sociales posiciona la marca					
			Consideran que deben ser capacitados en formación digital					
FORMACIÓN DIGITAL	Consideran que la formación digital mejora la comunicación con el cliente							
	Consideran que la formación digital ahorra el tiempo de atención con el cliente.							

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2



Miguel Carrasco <mecg2910@gmail.com>
para mí ▾

Buenas tardes estimados, para informar la entrega de las preguntas respondidas a su [entrevista](#).

Saludos cordiales.

Miguel Carrasco Chinini

Gerente General

Tel: 984255781

1. ¿Cuál es la gestión empresarial en una imprenta gráfica, El Agustino, 2021?

En la empresa MCGRAHP S.A.C la gestión empresarial que emplea es en primer lugar, la organización, la cual, consiste en la asignación y la coordinación de las diferentes tareas que se deberán de realizar en la empresa. En segundo lugar, la planificación ya que, se fija y se programa todos los objetivos de la imprenta. En tercer lugar, el control, la cual, está basada en la supervisión y el análisis del trabajo presentado por los colaboradores (horas de trabajo, estándares de calidad entre otros). Por último, la gráfica emplea la dirección, es aquí en donde la empresa por medio de los jefes tanto de área, contabilidad marketing y demás tienen como objetivo primordial impulsar y motivar a sus subordinados para lograr una eficaz producción.

El motivo de emplear esta gestión empresarial es para la obtención de beneficios tales como una mejor eficiencia en los procesos de producción, la integración de los trabajadores para una eficiente y eficaz producción y otros.

2. ¿Cuál es la cultura organizacional de los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

La cultura organizacional es el respeto, la puntualidad y el compañerismo. Cabe hacer mención que, se los colaboradores respetan las diferentes etnias y creencias religiosas de sus compañeros.

3. ¿Cuál es la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

En la gestión de procesos como mejora continua, la empresa busca entregar un servicio de calidad con la mejor optimización de recursos. Teniendo como finalidad la satisfacción del cliente. Es decir, la compañía a través de su servicio busca la fidelización de sus clientes.

4. ¿Cuáles son las plataformas digitales aplicadas en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

En la actualidad con la única plataforma digital que contamos es con una página de FACEBOOK (Mcgrahp), cabe hacer mención que la empresa está en proceso de la creación de una página web, así como también de una cuenta en twitter e Instagram.

De: Erik Manuel Angeles Lozada – Jefe de Ventas
Enviado el: domingo, 19 de setiembre 2021 16:00
Para: Cesar Augusto Espinal Carrasco
Asunto: RE: Entrevista – Proyecto de Investigación Cesar Espinal

1. ¿Cuál es la gestión empresarial en una imprenta gráfica, El Agustino, 2021?

Considero que la empresa cuenta con una gestión empresarial, con herramientas para el correcto funcionamiento pero que puede presentar mejoras en sus procesos para su correcto funcionamiento esto permitirá mejorar la productividad.

2. ¿Cuál es la cultura organizacional de los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?,

La cultura de los colaboradores es buena, ya que se rigen bajo los valores y normas de la empresa ello permite tener buenas relaciones entre los trabajadores, un clima laboral agradable, donde también se realizan encuestas de satisfacción cada mes es así que nuestros trabajadores se identifican con la empresa.

3. ¿Cuál es la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

La empresa cuenta con procesos definidos tales como la calidad de nuestro producto final y cumplir con los objetivos y tiempos establecidos en la entrega de los pedidos para tener una buena reacción del cliente.

4. ¿Cuáles son las plataformas digitales aplicadas en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

Para tener un mayor alcance hacia los clientes la empresa cuenta con presencia en redes sociales donde se pueden obtener información, cotizaciones, entre otros pero se considera la aplicación de un dominio web.

De: Isabet Nancy Marchan Sanchez
Enviado el: domingo, 19 de setiembre 2021 20:30
Para: Cesar Augusto Espinal Carrasco
Asunto: RE: Entrevista – Proyecto de Investigación Cesar Espinal

1. ¿Cuál es la gestión empresarial en una imprenta gráfica, El Agustino, 2021?

Nuestra gestión es tener un control para extraer indicadores que permitan dar solución a cualquier inconveniente que tenga la empresa para así poder cumplir con nuestras metas a corto y a largo plazo.

2. ¿Cuál es la cultura organizacional de los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

Considero que la cultura organizacional con nosotros los colaboradores es agradable ya que aplica valores, motivación y comunicación a su vez la empresa realiza encuestas de satisfacción para poder validar nuestro empeño y si hay fallas charlas para una mejora como colaboradores.

3. ¿Cuál es la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

Nuestros procesos son de mejora continua por ello nos enfocamos mucho en la calidad de nuestro producto, llevamos un control para evitar fallas ser mejores y cumplir con nuestros objetivos.

4. ¿Cuáles son las plataformas digitales aplicadas en la Imprenta Mc Graph SAC, El Agustino, 2021?

Nos enfocamos en satisfacer las necesidades de los clientes por ello contamos con redes sociales donde puedan encontrar toda la información de la empresa, costos etc. Nuestra plataforma es accesible así también al terminar la compra tenemos una post-venta para saber si el cliente esta satisfecho con nuestro servicio y en caso sea contrario que recomendaciones hay para tener una mejora y aplicarlo.

ANEXO 3

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Validos	10	100.0
	Excluidos ^a	0	.0
	Total	10	100.0
Fuente: Elaboración propia			

Tabla 6: Alfa de Cronbach para la variable: Gestión Empresarial

Tabla 7: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,778	,779	10

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 4

ENCUESTA A COLABORADORES DE LA IMPRENTA MC GRAHP SAC, EL AGUSTINO, 2021.

Este cuestionario se realizará para conocer la gestión empresarial dentro de la Imprenta Mc Grahp. Los colaboradores deberán contestar el cuestionario compuesto por cinco alternativas detalladas a continuación, y posteriormente marcar con un aspa (X) la alternativa que consideren adecuada.

TD: Totalmente en Desacuerdo

ED: En Desacuerdo

NN: Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo

DA: De Acuerdo

TA: Totalmente de Acuerdo

N°	Ítem / Pregunta:	ESCALA				
		TD	ED	NN	DA	TA
	Los colaboradores de la imprenta Mc Grahp SAC:					
1	Se sienten identificados y comprometidos con la organización.					
2	Tienen más motivación económica que motivación social.					
3	Tienen claros los objetivos de la organización.					
4	Tienen buena comunicación con su supervisor.					
5	Tienen participación en las reuniones de trabajo para sugerir mejoras en la organización.					
6	Tienen una comunicación efectiva/eficaz con sus compañeros de labores.					
7	Tienen un manual del proceso de producción / MOF.					
8	Cumplen con los procesos de producción.					
9	Son entrenados continuamente.					
10	Realizan procesos continuos para optimizar el tiempo.					
11	Cumplen con el proceso productivo.					
12	Consideran que el manual de procesos de producción es útil y eficiente.					
13	Consideran que el manual de procesos de producción debe renovarse periódicamente.					
14	Se adaptarían a la utilización de una nueva tecnología.					
15	Consideran que la organización debería tener presencia en redes sociales					
16	Consideran que se debe invertir en publicidad por redes sociales					
17	Consideran que el uso de las redes sociales posiciona la marca					
18	Consideran que deben ser capacitados en formación digital					
19	Consideran que la formación digital mejora la comunicación con el cliente					
20	Consideran que la formación digital ahorra el tiempo de atención con el cliente.					

Gracias por su participación.

ANEXO 5



Impresiones gráficas
diseño - diagramación -

El Agustino, 08 de junio de 2021

CERTIFICADO DE APROBACION

Sr.
CESAR AUGUSTO ESPINAL CARRASCO
Presente.

Que, considerando su solicitud para la ejecución de investigación en nuestra empresa Mcgraph S.A.C., para su proyecto de investigación de Tesis Universitaria, titulado: "GESTION EMPRESARIAL DE LA EMPRESA MCGRAHP S.A.C., LIMA, 2021".

Asimismo, le informamos que nuestra empresa aprueba la ejecución de su Proyecto durante el periodo indicado, mayo 2021 a diciembre 2021, por lo que deberá tomar contacto con el Sr. Miguel Carrasco para el desenvolvimiento de su investigación.

Atentamente;

Miguel Carrasco Chinín
Gerente General

696-7239
mcgrahp10@hotmail.com
Jr. Chamocho 178 El Estino

ANEXO 6

Tabla 8
Prueba de Shapiro Wilk variable Gestión Empesarial

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GESTIÓN EMPRESARIAL	.488	30	.001	.492	30	.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 7

Tabla 9: Matriz de Consistencia

GESTIÓN EMPRESARIAL PARA UNA IMPRENTA GRÁFICA, EL AGUSTINO, 2021

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	SISTEMA DE VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA PRINCIPAL:</p> <p>¿Cuál es la gestión empresarial en una imprenta gráfica, El Agustino, 2021?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>¿Cuál es la cultura organizacional de los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC?</p> <p>¿Cuál es la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC?</p> <p>¿Cuáles son las plataformas digitales aplicados en la Imprenta Mc Graph SAC?</p>	<p>OBJETIVO PRINCIPAL:</p> <p>Definir la gestión empresarial para una imprenta gráfica, el Agustino, 2021.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Conocer la cultura organizacional en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC.</p> <p>Conocer la gestión de procesos aplicados en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC.</p> <p>Conocer las plataformas digitales aplicados en la Imprenta Mc Graph SAC.</p>	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL:</p> <p>Existe una gestión empresarial para una imprenta gráfica, el Agustino, 2021.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>Existe una cultura organizacional en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC.</p> <p>Existe una gestión de procesos en los colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC.</p> <p>Existe la aplicación de plataformas digitales en la Imprenta Mc Graph SAC.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>Gestión Empresarial</p> <p>Dimensión:</p> <p>Dimensión: Cultura Organizacional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identidad organizacional - Comunicación interna <p>Dimensión: Gestión de procesos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Optimización de procesos - Proceso productivo <p>Dimensión: Plataformas digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales - Formación digital 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Método: Descriptivo</p> <p>Diseño: Transversal</p> <p>No experimental</p> <p>Población: Colaboradores de la Imprenta Mc Graph SAC.</p> <p>Muestra: 30 colaboradores</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Fuente: Base de datos del investigador

ANEXO 7


Tabla 10: Correlación entre dimensiones y variable

Correlaciones						
			GESTION EMPRESARIAL	CULTURA ORGANIZACIONAL	GESTION DE PROCESOS	PLATAFORMAS DIGITALES
Rho de Spearman	GESTION EMPRESARIAL	Coeficiente de correlación	1.000	.667**	.906**	.612**
		Sig. (bilateral)	.	<.001	<.001	<.001
		N	30	30	30	30
	CULTURA ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	.667**	1.000	.604**	.408*
		Sig. (bilateral)	<.001	.	<.001	.025
		N	30	30	30	30
	GESTION DE PROCESOS	Coeficiente de correlación	.906**	.604**	1.000	.676**
		Sig. (bilateral)	<.001	<.001	.	<.001
		N	30	30	30	30
	PLATAFORMAS DIGITALES	Coeficiente de correlación	.612**	.408*	.676**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.025	<.001	.
		N	30	30	30	30
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).						
* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).						

Fuente: Elaboración propia

Anexo : Validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: GESTIÓN EMPRESARIAL PARA UNA IMPRENTA GRÁFICA, EL AGUSTINO, 2021								
Apellidos y nombres del investigador: Espinal Carrasco, Cesar Augusto								
Apellidos y nombres del experto: Dr. Jiménez Calderón, César Eduardo								
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
GESTIÓN EMPRESARIAL	CULTURA ORGANIZACIONAL	Identidad organizacional	Los colaboradores de la imprenta Mc Grah SAC:	1 = Totalmente en Desacuerdo 2 = En Desacuerdo 3 = Ni Desacuerdo Ni De Acuerdo 4 = De Acuerdo 5= Totalmente de Acuerdo	X			
			Se sienten identificados y comprometidos con la organización.					
			Tienen más motivación económica que motivación social.					
		Tienen claros los objetivos de la organización.						
		Comunicación interna	Tienen buena comunicación con su supervisor.					
			Tienen participación en las reuniones de trabajo para sugerir mejoras en la organización.					
	Tienen una comunicación efectiva/eficaz con sus compañeros de labores.							
	GESTIÓN DE PROCESOS	Optimización de procesos	Tienen un manual del proceso de producción / MOF.					
			Cumplen con los procesos de producción.					
			Son entrenados continuamente.					
			Realizan procesos continuos para optimizar el tiempo.					
			Proceso Productivo					Cumplen con el proceso productivo.
								Consideran que el manual de procesos de producción es útil y eficiente.
		Consideran que el manual de procesos de producción debe renovarse periódicamente.						
		Se adaptarían a la utilización de una nueva tecnología.						
		PLATAFORMAS DIGITALES	Redes sociales					Consideran que la organización debería tener presencia en redes sociales
								Consideran que se debe invertir en publicidad por redes sociales
								Consideran que el uso de las redes sociales posiciona la marca
			Formación Digital					Consideran que deben ser capacitados en formación digital
	Consideran que la formación digital mejora la comunicación con el cliente							
Consideran que la formación digital ahorra el tiempo de atención con el cliente.								
Firma del experto:	 César Eduardo Jiménez Calderón COLEGIO REGIONAL DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN CORLAD - LIMA 028255		Fecha 10-12-2021 / /					

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

Anexo : Validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: GESTION EMPRESARIAL PARA UNA IMPRENTA GRAFICA, EL AGUSTINO, 2021									
Apellidos y nombres del investigador: Espinal Carrasco, César Augusto									
Apellidos y nombres del experto: Dr. García Yovera, Abraham José									
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS		
GESTIÓN EMPRESARIAL	CULTURA ORGANIZACIONAL	Identidad organizacional	Los colaboradores de la imprenta Mc Grahp SAC:	1 = Totalmente en Desacuerdo 2 = En Desacuerdo 3 = Ni Desacuerdo Ni De Acuerdo 4 = De Acuerdo 5= Totalmente de Acuerdo	X				
			Se sienten identificados y comprometidos con la organización.						
			Tienen más motivación económica que motivación social.						
		Tienen claros los objetivos de la organización.							
		Comunicación interna	Tienen buena comunicación con su supervisor.						
			Tienen participación en las reuniones de trabajo para sugerir mejoras en la organización.						
	Tienen una comunicación efectiva/eficaz con sus compañeros de labores.								
	GESTIÓN DE PROCESOS	Optimización de procesos	Tienen un manual del proceso de producción / MOF.						
			Cumplen con los procesos de producción.						
			Son entrenados continuamente.						
			Realizan procesos continuos para optimizar el tiempo.						
		Proceso Productivo	Cumplen con el proceso productivo.						
			Consideran que el manual de procesos de producción es útil y eficiente.						
			Consideran que el manual de procesos de producción debe renovarse periódicamente.						
			Se adaptarían a la utilización de una nueva tecnología.						
			PLATAFORMAS DIGITALES					Redes sociales	Consideran que la organización debería tener presencia en redes sociales
									Consideran que se debe invertir en publicidad por redes sociales
	Formación Digital	Consideran que el uso de las redes sociales posiciona la marca							
		Consideran que deben ser capacitados en formación digital							
			Consideran que la formación digital mejora la comunicación con el cliente						
		Consideran que la formación digital ahorra el tiempo de atención con el cliente.							
Firma del experto:			Fecha <u>10-12-2021</u> / <u> </u> / <u> </u>						

Título de la investigación: **GESTION EMPRESARIAL PARA UNA IMPRENTA GRAFICA, EL AGUSTINO, 2021**

Apellidos y nombres del investigador: **Espinal Carrasco, Cesar Augusto**

Apellidos y nombres del experto: **Mg. Díaz Torres, William Ricardo**

Anexo 1. Validación de instrumento

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS				OPINION DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICACIONES	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
GESTIÓN EMPRESARIAL	CULTURA ORGANIZACIONAL	Identidad organizacional	Se sienten identificados y comprometidos con la organización.	1 = Totalmente en Desacuerdo 2 = En Desacuerdo 3 = Ni Desacuerdo Ni De Acuerdo 4 = De Acuerdo 5= Totalmente de Acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Tienen más motivación económica que motivación social.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Tienen claros los objetivos de la organización.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Comunicación interna	Tienen buena comunicación con su supervisor.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Tienen participación en las reuniones de trabajo para sugerir mejoras en la organización.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Tienen una comunicación efectiva/eficaz con sus compañeros de labores.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	GESTIÓN DE PROCESOS	Optimización de procesos	Tienen un manual del proceso de producción / MOF.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Cumplen con los procesos de producción.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Son entrenados continuamente.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Realizan procesos continuos para optimizar el tiempo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Proceso Productivo	Cumplen con el proceso productivo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Consideran que el manual de procesos de producción es útil y eficiente.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Consideran que el manual de procesos de producción debe renovarse periódicamente.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se adaptarían a la utilización de una nueva tecnología.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	PLATAFORMAS DIGITALES	Redes sociales	Consideran que la organización debería tener presencia en redes sociales		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Consideran que se debe invertir en publicidad por redes sociales		<input checked="" type="checkbox"/>		
Consideran que el uso de las redes sociales posiciona la marca			<input checked="" type="checkbox"/>				
Formación Digital		Consideran que deben ser capacitados en formación digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Consideran que la formación digital mejora la comunicación con el cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Consideran que la formación digital ahorra el tiempo de atención con el cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto:			Fecha <u>10-12-2021</u> / ____ / ____				