



UPP

Universidad Privada de Pucallpa
Facultad de Ciencias Contables y Administrativa.
Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras.

TESIS:

Gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería – Pucallpa, año 2018.

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PUBLICO**

AUTORA:

Bach. Panduro López, Xiomy Katterine

ASESOR:

Mg. Nora Inés Ríos Layche

LINEA DE INVESTIGACION:

Dirección Estratégica y Comercial

Sub línea:

Administración de Operaciones o de Producción

UCAYALI - PERU

2018

JURADO EVALUADOR

Mg. Lila Ramírez Zumaeta
Presidente

Mg. Jessica Del Pilar Meléndez Navarro
Secretaria

CPC. Eli Arturo Martel Chávez
Vocal

Mg. Nora Inés Ríos Layche
Asesor

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación es dedicado principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades.

También agradezco a mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió abre sus puertas a jóvenes como yo, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, XIOMY KATTERINE PANDURO LOPEZ, estudiante de la Carrera Profesional de CONTABILIDAD de la facultad de CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS, Escuela Profesional de CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS, de la Universidad Privada de Pucallpa, identificado(a) con DNI 70185862, con la tesis titulada "GESTION ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERIA – PUCALLPA, AÑO 2018".

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Pucallpa.

Pucallpa, 15 de abril 2018

Nombres y apellidos: Xiomy Katterine Panduro López

DNI: 70185862

FIRMA

INDICE

JURADO EVALUADOR.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
INDICE.....	V
INDICE DE FIGURAS.....	IX
ABSTRACT.....	XI
CAPÍTULO I: PLAN TEMÁTICO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Descripción de la realidad problemática y planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del Problema.....	2
1.2.1. Problema principal	2
1.2.2. Problema específico.....	2
1.3. Objetivos de investigación	3
1.3.1 Objetivo principal	3
1.3.2 Objetivos específicos	3
1.4. Justificación de la investigación.....	3
1.4.1 Justificación Teórica.....	3
1.4.2 Justificación Práctica.....	4
1.4.3 Justificación Metodológica	4
1.4.4 Justificación Social.....	4
1.5. Delimitación del estudio.....	4
1.5.1. Delimitación espacial	4
1.5.2. Delimitación temporal.....	4
1.5.3. Delimitación teórica.....	5
1.6. Viabilidad del estudio.....	5
1.6.1. Evaluación Técnica	5
1.6.2. Evaluación Ambiental.....	5
1.6.3. Evaluación Financiera.....	5
1.6.4. Evaluación Social.....	5
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes de la investigación	6

2.2. Bases teóricas	8
2.2.1. Gestión Administrativa	8
Concepto de Gestión	8
Gestión Administrativa	8
Importancia de la gestión administrativa	8
2.2.11. Dimensiones	9
Planeación	9
Organización.....	10
Dirección.....	11
Control	11
2.2.2. Competitividad Empresarial	12
Competitividad	12
Competitividad Empresarial	13
2.2.21. Dimensiones	14
Competitividad Interna	14
Competitividad Externa.....	15
2.3. Definiciones de términos básicos	16
2.4. Formulación de Hipótesis	19
2.4.1 Hipótesis General.....	19
2.4.2 Hipótesis específica	19
2.5. Operacionalización de Variables	20
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	21
3.1 Diseño metodológico	21
3.2. Población y Muestra	21
3.2.1. Población	21
3.2.2. Muestra	21
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	22
3.3.1 Descripción de las técnicas e instrumento	22
3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	24
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSION.....	25
4.1. Presentación de Resultados.....	25
4.2. Discusión.....	36
Conclusiones	39

Recomendaciones	40
5.1. Referencia Bibliográfica	41
APÉNDICE.....	43
Anexo 1: Matriz De Consistencia.....	44
Anexo 2: Operacionalización de Variables.....	46
Anexo 3: Validación de instrumentos	47
Anexo 4: Confiabilidad de los instrumentos.....	53
Anexo 5: Cuestionario Para los Encuestados.....	57
Anexo 6: Constancia De Coincidencia.....	60
Anexo 7: Evidencias.....	61

INDICE DE TABLAS

TABLA N°01	Nivel de gestión administrativa en micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el” Huequito”, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.	25
TABLA N°02	Nivel de Competitividad en micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el” Huequito”, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.	26
TABLA N°03	Influencia de variables Gestión Administrativa en Competitividad Empresarial	27
TABLA N°04	Influencia de la dimensión planeación en la variable Competitividad Empresarial	28
TABLA N°05	Influencia de la dimensión organización en la variable Competitividad Empresarial	29
TABLA N°06	Influencia de la dimensión dirección en la variable Competitividad Empresarial	30
TABLA N°07	Influencia de la dimensión control en la variable Competitividad Empresarial	31
TABLA N°08	Aplicación de Prueba estadística entre variables Gestión administrativa y Competitividad empresarial	32
TABLA N°09	Aplicación de Prueba estadística entre dimensión planeación y Competitividad Empresarial	33
TABLA N°10	Aplicación de Prueba estadística entre dimensión organización y Competitividad Empresarial	34
TABLA N°11	Aplicación de Prueba estadística entre dimensión dirección y Competitividad Empresarial	35
TABLA N°12	Aplicación de Prueba estadística entre dimensión de control y Competitividad Empresarial	36

INDICE DE FIGURAS

FIGURA N°01	Nivel de gestión administrativa	25
FIGURA N°02	Nivel de Competitividad	26
FIGURA N°03	Influencia de variables Gestión Administrativa en Competitividad Empresarial	27
FIGURA N°04	Influencia de la dimensión planeación en la variable Competitividad Empresarial	28
FIGURA N°05	Influencia de la dimensión organización en la variable Competitividad Empresarial	29
FIGURA N°06	Influencia de la dimensión dirección en la variable Competitividad Empresarial	30
FIGURA N°07	Influencia de la dimensión control en la variable Competitividad Empresarial	31

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la influencia de la gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018, el tipo de estudio fue de investigación no experimental y diseño descriptivo correlacional seguido de método deductivo, la muestra de muestreo conveniencia fue de 30 de una población de 65 trabajadores del Centro comercial el Huequito, la técnica utilizada fue encuesta y instrumento cuestionario consistente de 17 ítems y 04 dimensiones de la variable gestión administrativa y la variable competitividad con 10 ítems y 02 dimensiones. Los resultados obtenidos del 100% de encuestados refiere que el 86.67% de encuestados perciben la gestión administrativa en nivel buena seguido de 13.33% nivel regular y 73.33% de encuestados perciben la variable competitividad en nivel alta seguido de 26.67% en nivel mediana. Luego de aplicar el estadístico Chi Cuadrado, se obtiene ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Palabras clave: Gestión administrativa y Competitividad

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the influence of administrative management on the business competitiveness of the micro and small marketing companies selling women's clothing in El Huequito shopping center, district of Callería -Pucallpa, 2018, the type of study was non-experimental research and correlational descriptive design followed by deductive method, the sampling convenience sample was 30 of a population of 65 workers of El Huequito commercial center, the technique used was survey and instrument questionnaire consisting of 17 items and 04 dimensions of the variable administrative management and the competitive variable with 10 items and 02 dimensions. The results obtained from 100% of respondents indicate that 86.67% of respondents perceive administrative management at a good level followed by 13.33% regular level and 73.33% of respondents perceive the competitiveness variable at high level followed by 26.67% at the median level. After applying the Chi square statistic, we obtain ($P = 0.00 < 0.01$), it is highly significant that it implies rejecting the null hypothesis with significance level of 1%. It is concluded: The administrative management influences in the business competitiveness of the Micro and Small companies of the sector commerce-heading sale of feminine clothes in the shopping center the huequito, district of Callería -Pucallpa, year 2018.

Keywords: Administrative Management and Competitiveness

CAPÍTULO I: PLAN TEMÁTICO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática y planteamiento del problema

El año 2018 se hallaron registrados 30 locales comerciales de ropa femenina en el c.c. el Huequito, Distrito de Callería. Estos negocios, caracterizados por la informalidad y la improvisación, enfrentan diversos problemas, como la alta rotación de personal, acceso limitado al financiamiento bancario, desconocimiento por sus propietarios de estrategias de fidelización, capacitación del personal y registros contables, entre otros. Después de sostener conversaciones informales con los propietarios de estas Mypes, se evidenció que el problema central de los mismos es el desconocimiento de la gestión administrativa y, por tanto, su incapacidad para ejecutar cualquier política o estrategia comercial que permita la supervivencia y el crecimiento de dichos negocios a largo plazo.

Para Jibaja & Hidago (2010, pág. 13), Es importante conocer una definición que permita situar a las microempresas como negocios que aportan con ingresos a las distintas familias, así como: Una microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción o servicios que tienen menos de 10 empleados el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar.

Según Vargas & Del Castillo (2008, pág. 61), Las pequeñas y microempresas (mypes), sobre todo las pequeñas, tienen una gran importancia para el crecimiento económico y la generación de fuentes de empleo productivo, con múltiples beneficios para la economía local, la eficiencia colectiva del tejido empresarial de la economía y la sociedad en general, como se ha demostrado ampliamente en estudios conducidos en todo el mundo. En el caso del Perú, este artículo llega a iguales conclusiones.

Según Bernedo (2015, pág. 4), Los gobiernos se han constituido en las principales instancias promotoras de programas y esfuerzos público-privados para apoyar el crecimiento de la pequeña empresa a través de diversas estrategias como servicios de desarrollo empresarial, capacitación, microcréditos y asociaciones en torno a parques industriales, entre otros. No obstante, se encontró un desbalance en cuanto a identificar, por un lado, en qué punto del “continuum” de crecimiento y bajo qué condiciones tienen éxito en el mercado las MYPE y, por otro, qué tipos de esfuerzo endógeno son necesarios para sostener el éxito empresarial en un contexto de negocios cada vez más turbulento.

Según Díaz (2016, pág. 4), Las mujeres se preocupan por estar bien vestidas, ya que no solo eleva la autoestima, pues dice de cada persona, también facilita y mejora la interrelación humana. La moda se convierte en un distintivo que muestra una faceta importante de la personalidad. En la actualidad las empresas no solo buscan generar utilidades, sino también satisfacer las necesidades que existen en el mercado. Además, esta tiene una ventaja que la hace aún más atractiva y es su aparición en la red: con esta novedad y el poderse ofrecer a través de un sitio web.

Mediante este proyecto se intenta aportar sobre este factor crítico del mercado de la ropa femenina. Además descuidos comerciales que podrían ser sobrellevados exitosamente si los propietarios de estos negocios adquirieran conocimientos sobre gestión administrativa.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema principal

¿De qué manera influye la gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?

1.2.2. Problema específico

a. ¿Cómo influye la gestión administrativa de la planeación en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?

b. ¿Cómo influye la gestión administrativa de la organización en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?

c. ¿Cómo influye la gestión administrativa de la dirección en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?

d. ¿Cómo influye la gestión administrativa en el control en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?

1.3. Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo principal

Determinar la influencia de la gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

a. Determinar la influencia de la gestión administrativa de la planeación en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

b. Determinar la influencia de la gestión administrativa de la organización en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

c. Determinar la influencia de la gestión administrativa de la dirección en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

d. Determinar la influencia la gestión administrativa en el control en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación Teórica

Este estudio se justifica en la dimensión teórico-académica, al aplicar los conceptos y categorías relacionados a la gestión administrativa y su importancia en las empresas comercializadoras de ropa, permitirá conocer e incrementar sus conocimientos. En el caso específico de las MYPES, tomará en cuenta la noción de organizaciones informales, con limitaciones operativas y una visión de largo plazo, lo que dificulta su crecimiento, e incluso su supervivencia a largo plazo, con la finalidad de mejorar la comercialización de ropas en nuestro País.

1.4.2 Justificación Práctica

Tomando en cuenta la falta de desarrollo sobre la presente investigación, se requiere la aplicación de un modelo de gestión empresarial que dispone de estrategias, acciones, metas, objetivos, evaluaciones y todo lo necesario que incida en el desarrollo de las MYPES comercializadoras de ropas y su competitividad. Esto nos permitirá demostrar dicha importancia orientándolos al logro de economía, eficiencia, efectividad, mejora continua, competitividad y por tanto desarrollo empresarial.

1.4.3 Justificación Metodológica

Dicha investigación permitirá conocer la aplicación de la gestión administrativa para lograr la respectiva competitividad en los mercados, asimismo dicha investigación podrá ser utilizada en investigaciones futuras a fin de ahondar en el tema.

1.4.4. Justificación Social

La investigación aportara de manera productiva la situación de las MYPES comercializadoras de ropas femeninas en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, quienes serán beneficiados con los resultados que se obtengan del presente estudio.

1.5. Delimitación del estudio

1.5.1. Delimitación espacial

El estudio se hará en el c.c. el Huequito, distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa, a las 30 MYPES comercializadoras de ropa femenina.

1.5.2. Delimitación temporal

La investigación se realizó en los meses de Enero a Mayo en el año 2018.

1. Enero 2018: Se realizó la elaboración del proyecto.
2. Febrero 2018: Se continuó con la elaboración del proyecto, además de la elaboración, validación y conformidad del proyecto.
3. Marzo 2018: Se realizó la recolección de datos además del procesamiento y análisis de datos.
4. Abril-Mayo 2018: Se elaboro el informe final.

1.5.3. Delimitación teórica

Esta investigación está relacionada directamente con la gestión administrativa y la repercusión que esta tiene sobre los comercializadores de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería de la ciudad de Pucallpa.

1.6. Viabilidad del estudio

1.6.1. Evaluación Técnica

En la elaboración de este proyecto de investigación se contempló todos los elementos y normas establecidos por la Universidad Privada de Pucallpa (UPP).

1.6.2. Evaluación Ambiental

No produce impacto ambiental negativo en ninguno de los componentes del ecosistema del distrito de Callería de la ciudad de Pucallpa, por tratarse de un estudio netamente académico.

1.6.3. Evaluación Financiera

El presupuesto de la investigación y su financiamiento estuvieron debidamente garantizados por la investigadora.

1.6.4. Evaluación Social

Se logró comprometer con el proyecto de investigación a los comercializadores de ropas femeninas del c.c el huequito del distrito de Callería de la ciudad de Pucallpa, además existe material bibliográfico que abarca las dos variables en estudio.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes de la investigación

Según Banda & Silva (2016, pág. 11), En la tesis “La gestión administrativa y su relación con la productividad laboral de la empresa omega CONSTRUCTOR’S BUILDING CO. S.A.C. de la ciudad de Tarapoto, en el año 2014”. Presentada para obtener el grado académico de licenciado en administración en la universidad nacional de San Martin. En dicho trabajo nos dice que:

Actualmente, la gestión administrativa en cualquier empresa, representa un elemento competitivo, es por ello que esta investigación de campo, se basa en un estudio descriptivo, que tiene como objeto, evaluar la Gestión Administrativa y su Relación con la Productividad Laboral de la empresa Omega Constructor’S Building CO. S.A.C. En este sentido, la variable de estudio es la Gestión Administrativa y las dimensiones son; planeación, organización, dirección, control. Para lo cual se diseñó una tipo de investigación Correlacional, donde se permitió ver a través de la prueba de chi cuadrado la relación de las dos variables. En consecuencia, el análisis evidencio, que la empresa se identifica, favorablemente, con una gestión administrativa eficiente y eficaz, en la mayoría de sus procesos.

Las conclusiones radican en que la organización, posee elementos favorables para la implementación de estrategias administrativas gerenciales modernas, tiene una estructura definida y conocida por su personal, controla la mayor parte de sus procesos, dispone de una amplia cartera de clientes y ofrece constantes beneficios para el equipo de ventas. En consecuencia, las recomendaciones principales asistieron, en definir estrategias y lineamientos basados en optimizar la gestión administrativa, corrigiendo las debilidades y aprovechando las oportunidades del mercado.

Según Roque (2016, pág. 11), en su tesis: Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la Mype comercial “San Martin” – Chiclayo, presentada para obtener el grado académico de licenciado en administración en la Universidad Señor de Sipan, en dicho trabajo se tuvo como finalidad: Implementar un plan de estrategias de gestión administrativa que ayuden a la empresa decoradora de interiores a mejorar la atención al cliente. el cual nos permitirá poder concluir que las Estrategias de Gestión Administrativa van de la mano con la Atención al Cliente; permitiendo que todos los trabajadores de la empresa conozcan bien de ella y lo que quiere lograr, y así estos estar en las mejores condiciones de atender bien al cliente y por lo tanto de prestar un mejor servicio.

Según Sanchez (2017, pág. 6), En la tesis: “Gestión administrativa y calidad de servicio de la oficina principal del Banco de la Nación y su influencia en la fidelización de los usuarios en el periodo 2015”. Presentada para obtener el grado académico de licenciado en administración en la Universidad Inca Garcilaso De La Vega. El objetivo de la siguiente investigación ha sido:

Determinar en qué medida una gestión administrativa influye en la fidelización del cliente en la Oficina principal del Banco de la Nación en el período 2015. A fin de verificar las hipótesis el estudio ha empleado el método cuantitativo, no exploratorio transversal, dado que no se ha influenciado en las variables, sino se estudian la misma en un determinado tiempo. Se contó con la participación colaborativa de 384 usuarios del Banco de la Nación, sede Oficina Principal, entidad que apoyó su realización, a fin de apreciar si la gestión administrativa que se viene ejecutando logra como resultado la fidelización del cliente, hecho de importancia dada la competitividad organizacional que se viene dando en el sistema financiero.

Concluyéndose que las estrategias de calidad del servicio de atención; la capacitación del personal; y, la atención personalizada conllevan al logro de la fidelización del cliente. En consecuencia la gestión administrativa de la oficina principal del Banco de la Nación debe tenerlas en cuenta para el logro de la fidelización de los clientes.

Según Sobrados (2017, pág. 5), En la tesis: “Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta minorista de ropa para niños del centro comercial galerías Alfa de Chimbote, año 2013”, presentada para obtener el grado académico de licenciado en administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. En esta investigación se tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la competitividad de las Micro y pequeña empresa del sector comercio-rubro venta minorista de ropa para niños del centro comercial galerías alfa de Chimbote, año 2013. Según los resultados obtenidos se concluye que las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de ropa para niños del centro comercial galerías alfa de Chimbote son competitivas, por lo que comercializan productos innovadores, teniendo a la innovación como inversión para sus negocios.

Según Paredes & Reategui (2017, pág. 14), En la tesis: capacitación empresarial y su incidencia en la gestión administrativa de la empresa American Metal S.A.C. del distrito de Callería- Pucallpa, 2016 presentada para obtener el grado académico de licenciado en administración de negocios en la universidad privada de Pucallpa. Dicho trabajo se ha realizado con el propósito de demostrar que el desempeño laboral del personal, mejora mediante la implementación de un plan de

capacitación empresarial, por lo que se utilizó un diseño de investigación descriptivo correlacional, porque se ha descrito la relación entre dos variables. Método: Con la finalidad de tener un conocimiento sobre la incidencia de la capacitación empresarial en la gestión administrativa se ha empleado la técnica de la encuesta, para cuyos efectos se elaboró un cuestionario de 27 preguntas. Se consideró como muestra a 20 trabajadores de la empresa American Metal S.A.C. del distrito de Callería – Pucallpa, cuya asistencia de la empresa se dio en el periodo de agosto a diciembre del 2016 y quienes contestaron a la encuesta brindándonos una visión general de la situación del desempeño laboral de los mismos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión Administrativa

Concepto de Gestión

Según Perez & Merino (2008), Gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera.

Administrar, por otra parte, abarca ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación. La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Gestión Administrativa

Según Calix (2011), La Gestión administrativa es un proceso distintivo que consiste en lo siguiente: planeación, organización, dirección y control, desempeña tarea para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.

Importancia de la gestión administrativa

Según Calix (2011), La tarea de construir una sociedad económicamente mejor, normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa moderna. La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador. En situaciones complejas, donde se requiere un gran acopio de recursos materiales y

humanos para llevar a cabo empresas de gran magnitud la administración ocupa una importancia primordial para la realización de los objetivos.

Este hecho acontece en la administración pública, ya que dado su importante papel en el desarrollo económico y social de un país y su cada vez más acentuada absorción de actividades que anteriormente estaban relegadas al sector privado, la maquinaria administrativa pública se ha constituido en la empresa más importante de un país. Es en la esfera del esfuerzo colectivo donde la administración adquiere su significación más precisa y fundamental, ya sea social, religiosa, política o económica, toda organización depende de la administración para llevar a cabo sus fines; de la buena o mala gestión administrativa depende el éxito o fracaso de la empresa.

2.2.11. Dimensiones

Planeación

Según Ramirez & Cabello (1996, pág. 21), La primera herramienta que una empresa debe implementar para transformarse en una organización competitiva es la planeación estratégica, pues por medio de ella es posible determinar muy claro adonde quiere ir, de tal manera que, partiendo de donde se encuentra, pueda fijar las estrategias necesarias para lograr su misión. De la planeación estratégica resultan ciertos planes y programas que posteriormente deben ser presupuestados. Ante la fuerte competitividad que se vive en los negocios, no puede dejarse al azar el rumbo o dirección de una empresa. Hoy más que nunca se requiere que quienes trabajan en una organización conozcan claramente hacia dónde dirigir sus esfuerzos, sin importar su tamaño o giro, puede llevar a cabo su planeación

Según Anzil (2011) , La planeación aporta grandes beneficios para la organización, dado que permite asignar recursos más eficientemente, a aquellas actividades que se consideren necesarias para el logro de los objetivos, o que aporten más que otras para el logro de los mismos. La planificación permite enfocar los esfuerzos y provee un marco en el cual los integrantes de la empresa podrán desarrollar sus actividades más eficazmente. La planeación no es una etapa que, una vez realizada, no vuelve a suceder en el ciclo de vida de la organización, sino que la planeación debería realizarse continuamente o cíclicamente, debido a que:

- El entorno es cambiante: los planes deberán ajustarse ante algunos cambios en el entorno. Pueden surgir nuevas amenazas y oportunidades.

- No es posible predecir el futuro con exactitud: se verificarán las predicciones realizadas con anterioridad y si no se ajustan a la realidad, puede ser necesario un ajuste en los planes.

Un plan debe ser realista y no fijar metas casi imposibles de alcanzar, porque tendrá un efecto contraproducente llevando a una asignación ineficiente de recursos, puede poner en peligro el equilibrio financiero de la empresa y también puede afectar negativamente a la motivación de los miembros de la organización. La planificación provee una forma de medir el desempeño de la organización. Mediante el control, se comparan los objetivos fijados en la planificación con los resultados observados.

Organización

Según Ucha (2009), La organización un sistema con fines específicos y por otro lado, se designa con el término de organización a aquel sistema diseñado para alcanzar satisfactoriamente determinados objetivos o metas, en tanto, una organización será cualquier grupo social conformado por personas, una serie de tareas y una administración, que interactuarán en el marco de una estructura sistémica con la meta de cumplir con ciertos objetivos propuestos.

Según Iborra, Dasi , Dols, & Ferrer (2007, pág. 7), Una organización se define como un conjunto de personas, que con los medios o recursos adecuados, funciona mediante un conjunto de procedimientos y reglas establecidas para alcanzar un fin determinado.

Según Robbins, Decenzo, & Coulter (2013, pág. 132), Se define organizar como función gerencial que crea la estructura de la organización, cuando los gerentes desarrollan o cambian a estructura de la organización, está llevando a cabo el diseño organizacional. Este proceso implica tomar decisiones acerca de cómo deberán ser los trabajos especializados, que reglas guiaran las conductas de los empleados, es importante que todos los involucrados comprendan el proceso, porque dado el entorno cambiante y la necesidad que tienen las organizaciones de adaptarse, porque ese será el escenario en el que se va laborar.

La estructura de una organización debe facilitar el logro de metas. Debido a que las metas son una parte importante de la estrategia en la organización, es lógico que estrategia y estructura

estén estrechamente vinculado Alfred Chandler fue de los primeros que investigaron esta relación. Estudio a varias empresas estadounidenses y concluyo que los cambios en la estrategia corporativa generaban cambios en la estructura organizacional que a su vez apoyaba la estrategia. En particular encontró que las organizaciones solían comenzar con un solo producto o línea.

Toda organización debe buscar producir innovaciones significativas y únicas, con eficiencia, estabilidad y estrictos controles, funciona mejor en empresas que desean controlar estrictamente sus costos.

Dirección

Según Iborra, Dasi , Dols, & Ferrer (2007, pág. 20), La dirección de empresas tiene como objetivo mejorar la eficacia y la eficiencia en las organizaciones y en empresas. Una empresa es eficaz cuando alcanza sus metas u objetivos. Es decir, la eficacia guarda relación con la obtención de objetivos. Es decir, la eficiencia es un término orientado a los medios utilizados para alcanzar los objetivos. Una empresa mejora su eficiencia

Cuando alcanza los mismos resultados utilizando menos recursos. Los buenos directores de empresas deben alcanzar, para asegurar el éxito de sus empresas, eficiencia y eficacia. Sin embargo en muchas ocasiones, las empresas y las organizaciones son eficaces sin eficiencia o a veces también son eficientes sin eficacia.

Desde la dirección de empresas se analizan y se estudian los determinantes para que una empresa alcance la eficacia y eficiencia. Por tanto, se preocupa de todos aquellos elementos que pueden ayudar a que una empresa fije correctamente sus objetivos para alcanzar el éxito en su entorno, pero también de cómo mejorar el uso de sus recursos y procesos internos para alcanzar esos objetivos. Por ello, a la dirección de empresas le interesa introducirse dentro de la propia empresa y analizar los procesos que explican que algunas empresas tengan éxito, mientras que en otras no lo tienen.

La dirección de empresas tiene, por tanto, una importante tarea a realizar, mejorar la eficiencia y eficacia en la actuación de las empresas.

Control

Según Robbins, Decenzo, & Coulter (2013, pág. 348), Control es la función gerencial que implica monitorear actividades para garantizar que se estén realizando según lo planeado y corregir las

desviaciones importantes. Los gerentes no pueden saber si sus unidades están funcionando realmente como es debido sino que hasta evalúan que actividades se han realizado y comparan el desempeño real con el estándar deseado. Un sistema de control eficaz asegura que las actividades se realicen de tal forma que se logren las metas de la organización. La eficacia de un sistema de control depende de que tanto este facilite el logro de las metas cuanto más ayude el sistema de control a los gerentes a lograr sus metas organizacional, mejor será ese sistema.

La planeación se puede realizar, se puede crear una estructura organizacional para facilitar el logro eficiente de las meta, y los empleados puedan estar motivados a través de un liderazgo eficiente; pero nada garantiza que las actividades vayan a salir como se planeó ni que las metas que los empleados y gerentes se han esforzado por alcanzar se logren realmente. Entonces, el control resulta importante porque es la única forma en que los gerentes pueden saber si las metas organizacionales se están alcanzando y sino, las razones de por qué no.

Las metas ofrecen una dirección específica tanto a empleados como gerentes, como la base de la planeación. Sin embargo, el simple hecho de establecer metas o lograr que los empleados las acepten no garantiza que las acciones necesarias para alcanzarlas se lleven a cabo. Como se dice el antiguo adagio: "Incluso los planes mejor diseñados pueden fracasar". El gerente eficaz da seguimiento para asegurarse de que lo que se supone deben hacer los empleados, en realidad lo hagan y que las metas se alcancen como último paso en el proceso de administración, el control ofrece un vínculo crítico con la planeación.

El control es importante debido al empoderamiento del empleado. Muchos gerentes se rehúsan a empoderar a sus empleados porque temen que algo salga mal y se les responsabilice por ello.

2.2.2. Competitividad Empresarial

Competitividad

Según Roldan (2015), La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno. La competitividad generalmente se basa en una ventaja competitiva, esto es, una cierta habilidad, recursos, tecnología o atributos que hacen superior al que la posee.

Se trata de un concepto relativo en donde se compara el rendimiento de una persona u organización con respecto a otras.

Según Gordon (2014, pág. 5), La competitividad es una característica que se obtiene mediante un proceso, pues un negocio que quiera ser exitoso no podrá serlo de la noche a la mañana. Entonces, para que una empresa sea competitiva debe ir adquiriendo ciertas características. Éstas, harán que la empresa tenga una base sólida, y así al pasar el tiempo se verán los beneficios

Una vez se obtiene una base estable es necesario utilizar ciertas estrategias o técnicas que ayudan a que un negocio se desarrolle de manera exitosa. Pero como el mercado de hoy en día es un mercado cambiante, es fundamental estar actualizado en esas estrategias puesto que cada día hay clientes distintos los cuales pueden desear o no, productos más renovados o productos con los que la empresa no se encuentra muy familiarizada.

La competencia en los mercados estimula la obtención de mejores precios, productos y servicios de más calidad, un nivel de desarrollo técnico más avanzado y, en definitiva, más productividad y más competitividad para las empresas.

Competitividad Empresarial

Según Roldan (2015), Cuando se aplica el concepto en el ámbito empresarial, se entiende que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores.

La competitividad empresarial puede basarse en precio o en otras variables. A continuación las explicamos en mayor detalle:

- En precio: la empresa es capaz de ofrecer sus productos a un menor precio que sus competidores sin reducir sus ganancias. Esta competitividad se basa en menores costos de producción (gracias a una mejor tecnología, factores de producción más productivos, mejor organización, etc.) lo que permite que la empresa reduzca sus precios y aun así mantenga un margen atractivo sobre la venta.
- Otros factores distintos al precio: la empresa es capaz de cobrar un mayor precio que sus competidores y así aumentar sus ganancias relativas. Este tipo de competitividad se basa en la capacidad de ofrecer una mayor calidad, una mejor imagen o una logística más desarrollada, entre otros factores.

Para desarrollar la competitividad de la empresa se necesita de directivos dinámicos, con visión de futuro, abiertos al cambio

tecnológico y a la necesidad de innovar constantemente para ajustarse a los cambios del entorno.

Según Gordon (2014, pág. 7), Cuando existe una situación de competencia efectiva en un mercado los vendedores de un producto o servicio luchan, de forma independiente, para alcanzar los objetivos de unos beneficios, unas ventas o una mayor cuota de mercado. La rivalidad competitiva se manifiesta en diferencias en los precios, en la calidad, en el servicio o bien a una combinación de estos factores y ha de poder ser valorada por los clientes. Las empresas trascienden y son exitosas si son competitivas. Las empresas toman decisiones de negocios, aplican estrategias comerciales y realizan acciones para hacerse más eficientes, reducir sus costos, aumentar sus ganancias y colocarse cada vez mejor en el mercado. El resultado de estas actividades es normalmente benéfico para el mercado y los consumidores, puesto que las empresas se esfuerzan por ofrecer mejor calidad, más innovación y mejores precios

Entonces, es importante resaltar que, la competitividad empresarial está definida como la capacidad que tiene una empresa para desarrollar y mantener unas ventajas que le permitan sostener una posición destacada en el mercado. Se entiende por ventaja aquellos recursos, o atributos que la empresa dispone, de la que carecen sus competidores y hace posible la obtención de un rendimiento superior a comparación con el de otros negocios.

Según Tapia (2016), La competitividad empresarial es comprendida en un doble aspecto; como competitividad interna y como competitividad externa.

2.2.21. Dimensiones Competitividad Interna

Según Roldan (2015), es la capacidad de una organización para lograr la mayor eficiencia posible de sus recursos y aumentar la productividad de los factores (trabajadores, capital y tierra principalmente). La empresa trata de mejorar con respecto a sí misma.

Según Gordon (2014, pág. 10), La competitividad interna se refiere a la competencia de la empresa consigo misma teniendo en cuenta su eficiencia en un tiempo determinado y también la eficiencia de sus estructuras internas. La capacidad de competir se relaciona con las ventajas que tienen los agentes que están compitiendo. Entonces, las empresas de hoy en día deben

enfrentar el mercado competitivo. El mercado competitivo se caracteriza por 3 propiedades:

a) Intervienen muchos compradores y vendedores, siendo la dimensión de cada uno de ellos muy reducida en relación con el conjunto del mercado: ningún actor domina el mercado. Esto implica que la decisión individual de cada uno de ellos (compradores o vendedores) no influya en el precio. Son precio-aceptantes.

b) Los productos que ofrecen los distintos vendedores son idénticos, prácticamente no hay diferencias entre ellos. A un comprador le resultará indiferente comprar el producto de una empresa o de otra.

c) Hay libertad de entrada y salida en el mercado para compradores y vendedores. Hay empresas que cierran y se van, y otras que entran en el mercado. El factor diferenciador entre una empresa competitiva y una que no lo es, es su manera de enfrentar el mercado. Y qué herramientas utiliza para entrar y mantenerse en él.

Competitividad Externa

Según Roldan (2015), es la capacidad de una organización de lograr ventajas competitivas en el contexto del mercado. Para ello se evalúan factores externos como la innovación, la situación de la industria (5 fuerzas de Porter), la estabilidad económica, etc. Las organizaciones deben luchar por mantener su competitividad presente y futura. Esto se estudia en gran medida en el entorno del marketing.

Según Gordon (2014, pág. 14) El Análisis Porter, de las cinco fuerzas es un modelo creado en 1979, describe las 5 fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste:

La primera fuerza: “Poder de negociación de los clientes”, explica que si en un sector de la economía entran nuevas empresas, la competencia aumentará y provocará una ayuda al consumidor logrando que los precios de los productos de la misma clase disminuyan.

La segunda fuerza, “Poder de negociación de los proveedores o vendedores”, se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que éstos disponen ya sea por su grado de concentración.

Facilidad de sustitución. Información basada en los productos que son más propensos a la sustitución, como los productos en

línea que pueden sustituir fácilmente a los productos materiales.
(Producto de calidad inferior)

La tercera fuerza “Amenaza de los nuevos competidores” trata de que mientras que es muy sencillo montar un pequeño negocio, la cantidad de recursos necesarios para organizar una industria aeroespacial es altísima. En dicho mercado, por ejemplo, operan muy pocos competidores, y es poco probable la entrada de nuevos actores.

La cuarta fuerza “Amenaza de productos sustitutos”, consiste en que las patentes muy difíciles de copiar, permiten fijar los precios en solitario y suponen normalmente una muy alta rentabilidad. Por otro lado, mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad.

Por último la quinta fuerza “Rivalidad entre los competidores”, más que una fuerza, viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

Según Tapia (2016), Se debe controlar estos factores en el mercado .Entonces depende de nuestras estrategias y de cómo nos diferenciamos del resto para ganarse a los clientes.

2.3. Definiciones de términos básicos

Utilidad:

Según Mendoza (2005, p. 52): “La utilidad se concibe como la cantidad de riqueza que se puede consumir sin que se disminuya el capital, o en otros términos, sin que se deteriore la situación económica inicial; la definición puede re-expresarse diciendo que la utilidad es la cantidad de riqueza generada en exceso de la riqueza correspondiente al patrimonio inicial”

Mercado:

Según Bonta y Farber (2005, p. 67): El mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio"

Comercializadoras:

Según Barroso y Martin (1999, p. 42): Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución

Según Kotler y Armstrong (2013, p. 21), el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? . En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado.

Satisfacción:

Según Quintanilla (2002, p. 46): Desde esta perspectiva, la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios es una de las principales áreas de estudio del comportamiento de los consumidores y usuarios, dado que el rendimiento de las organizaciones de servicios es valorado por las propias personas que adquieren y/o utilizan estos bienes de consumo y/o servicios, por ello los estudios de la calidad del servicio y de la satisfacción de los consumidores y usuarios, tienen en común la importancia del punto de vista de los clientes al valorar el producto y el servicio que proporciona la propia organización, para realizar una gestión adecuada de la calidad es necesario conocer qué buscan las personas en su actividades de consumo.

Objetividad:

Según Maturana (2002, p. 17): La objetividad considera que... "las cosas existen independientemente de si él o ella las conoce, y de si él o ella puede o no conocer acerca de ellas a través de la percepción o la razón"

Informalidad:

Según Arbaiza (2011, pág. 8) Esta deficiente calidad del empleo ha sido alimentada desde siempre por la baja productividad de la fuerza laboral, determinada a su vez por la escasa capacitación de los trabajadores.

Este trabajo pretende mejorar el conocimiento sobre la economía informal a partir del estudio de las características y la situación de los recursos humanos que forman parte del sector de la microempresa y pequeñas empresas (Mype).

Competencia:

Según Gómez (2008, pág. 15) Para que un negocio pueda alcanzar el éxito debe proporcionar a sus clientes mayor satisfacción que sus competidores. Se deben conseguir ventajas que los clientes perciban y que nos diferencien de la competencia. Las estrategias en los pequeños negocios tienen la ventaja de reaccionar con mayor rapidez ante el ataque de un competidor, porque su producción y otras operaciones son de rápida modificación, a diferencia de las empresas grandes.

Calidad:

Según Ureta (2003, pág. 16) Condición y característica de la tienda, el producto, el servicio y el personal, que se combina para contribuir a la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente. Un bien que cumpla la función para la que está diseñado.

Negocio:

Según Ureta (2003, pág. 69) Establecimiento que atiende al público, a escala comercial o de servicios. Por lo general, es un lugar de investigación, debido a su movimiento comercial, para lo cual será necesario entrevistar a los responsables de los establecimientos o al público consumidor.

Financiamiento:

Según Raywax (2017) En el ámbito económico, el término financiamiento sirve para referirse a un conjunto de medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la apertura de un negocio o para el cumplimiento de algún proyecto, ya sea a nivel personal u organizacional. Es importante acotar que la manera más común de obtener financiamiento es a través de un préstamo.

Endógeno:

Según Pérez (2017) Endógeno se emplea para nombrar a aquello que surge en el interior de algo o como consecuencia de motivos internos. El concepto se utiliza en el ámbito de las ciencias para aludir a distintos fenómenos.

Empresa:

Según Ureta (2003, pág. 35) Lugar (oficina) donde trabaja el entrevistado el cual, por lo general, representa a la institución como cliente o así mismo como usuario de servicios o productos. Unidad económica de producción, transformación o presentación de

servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad.

Eficacia:

Según Robbins, Decenzo, & Coulter (2013, pág. 143) Hacer las cosas de manera correcta, o completar las actividades que ayudaran a la organización a alcanzar sus metas.

Eficiencia:

Según Robbins, Decenzo, & Coulter (2013, pág. 148) Hacer las cosas bien y producir lo máximo a partir de una cantidad mínima de insumos

2.4. Formulación de Hipótesis

2.4.1 Hipótesis General

La gestión administrativa influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

2.4.2 Hipótesis específica

a. La gestión administrativa de la planeación influye en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

b. La gestión administrativa de la organización influye en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

c. La gestión administrativa de la dirección influye en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

d. La gestión administrativa en el control influye en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

2.5. Operacionalización de Variables

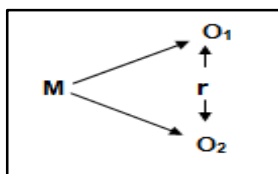
VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
GESTION ADMINISTRATIVA	Según Calix (2011), La Gestión administrativa es un proceso distintivo que consiste en lo siguiente: planeación, organización, dirección y control, desempeña tarea para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.	PLANEACION	Establecer metas y objetivos Estrategias para lograr su misión Entorno cambiante Cumplimiento de lo planificado	NUNCA A VECES SIEMPRE
		ORGANIZACIÓN	Estructura organizacional Procedimientos y reglas establecidos Producir Innovaciones	
		DIRECCION	Eficacia Eficiencia Dirección hacia el logro de objetivos	
		CONTROL	Evaluar y comparar las actividades Eficiencia en el logro de metas Liderazgo eficiente	
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Según Roldan (2015), Cuando se aplica el concepto en el ámbito empresarial, se entiende que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores. Según Tapia (2016), La competitividad empresarial es comprendida en un doble aspecto; como competitividad interna y como competitividad externa.	Competitividad Interna	Mejorar respecto así misma Capacidad de competir Enfrentar el mercado competitivo Precios cómodos Productos	NUNCA A VECES SIEMPRE
		Competitividad Externa	Ventajas competitivas Rentabilidad a largo plazo Competitividad presente y futura	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

El presente proyecto de investigación es un estudio no experimental según Oseda, D (2008), no se aplica estímulo alguno con el fin de cambiar el comportamiento de alguna variable. y diseño descriptivo – correlacional, según Sánchez, H. y Reyes, C. (2009), porque se orienta a determinar grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una misma muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos eventos observados.

Según Ávila, A.(2001), es transversal por que estudian aspectos de desarrollo de los sujetos en un momento dado. Según Hernández, Fernández y Baptista (2016), el método de investigación utilizado es el método deductivo, ya que parte de una situación general explicado por un marco teórico general y se aplica en un caso concreto, es decir, de la teoría general de Gestión Administrativa.



Dónde:

M = Muestra

O1 = Observación de la variable 1: Gestión Administrativa

O2 = Observación de la variable 2: Competitividad

r = Correlación entre dichas variables.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

La población está conformada por todos los trabajadores de los locales sector comercio-rubro venta de ropa femenina del centro comercial El Huequito, que hace un total de 65 trabajadores.

3.2.2. Muestra

La muestra es no probabilística de muestreo intencional está constituida por un propietario por negocio, que hacen un total de Treinta (30) trabajadores.

Como lo sostiene Hernández, Fernández, Baptista (2006) Las muestras no probabilística, pueden también llamarse muestras dirigidas, pues la elección de sujetos u objetos de estudio depende del criterio del investigador.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Descripción de las técnicas e instrumento

Para recolectar la información de la variable Gestión administrativa se utilizó el cuestionario y técnica la encuesta. La variable contiene 17 ítems y 04 dimensiones: Planeación, organización, dirección y control. La variable fue desagregada en 17 indicadores, cada indicador está representado por un ítem, los cuales están redactados en forma de expresión nominal que permite al investigador reducir significativamente el margen de subjetividad respecto al cuestionario que se evalúa.

En la variable Gestión administrativa , cada ítems se califica de acuerdo a los índice considerados que son: Siempre: 3, A veces: 2 y Nunca: 1 y para medir la variable se consideró: nivel Bueno (35 y 51 puntos), nivel Regular (18 y 34 puntos) y nivel Malo (1 y 17 puntos) y en cada dimensión para medir se estableció las siguientes escalas en la dimensión Planeación nivel Bueno (9 y 12 puntos), nivel Regular (5 y 8 puntos) y nivel Malo (1 y 4 puntos) , Organización y dirección nivel Bueno (11 y 15 puntos), nivel Regular (6 y 10 puntos) y nivel Malo (1 y 5 puntos) y dimensión control nivel Bueno (7 y 9 puntos), nivel Regular (4 y 6 puntos) y nivel Malo (1 y 3 puntos).

Validez y confiabilidad

Validez

Para la validación de instrumentos, se utilizó el **método de validez de contenido** a través del criterio de jueces, con la petición de que estos manifiestan su opinión sobre la pertenencia y relevancia de los ítems. El instrumento fue presentado a tres expertos con la finalidad de hacer ajustes y verificación, así como variar algunos ítems para su mejor comprensión. Después de la revisión del instrumento, se ha recibido sugerencias de los docentes experto, las cuales se han corregido según sus observaciones y luego aprobaron su aplicación.

Confiabilidad

Se aplicó una prueba piloto a 16 micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa obtenido los datos estadísticos, se aplicó el paquete estadístico SPSS 17.0 versión en español e inglés, obteniendo el coeficiente de Alpha de Cronbach, en la variable Gestión administrativa resultando 0.952 y dimensiones: Planeación: 0.789, Organización: 0.850, dirección:

0.926 y control: 0.805. Se concluye que el estadístico de fiabilidad de alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación es altamente confiable para la investigación por el resultado que arroja.

Variable Competitividad

Para recoger información de Competitividad se utilizó el cuestionario y técnica la encuesta. La variable contiene 10 ítems y 02 dimensiones: competitividad interna y externa. La variable fue desagregada en 10 indicadores, cada indicador está representado por un ítem, los cuales están redactados en forma de expresión nominal que permite al investigador reducir significativamente el margen de subjetividad respecto al cuestionario que se evalúa.

En la variable Competitividad, cada ítem se califica de acuerdo a los índices considerados que son: Siempre: 3, A veces: 2 y Nunca: 1 y para medir la variable se consideró: Competitividad alta (21 y 30 puntos), nivel mediana (11 y 20 puntos) y nivel baja (1 y 10 puntos) y cada dimensión para medir se estableció las siguientes escalas en la dimensión Competitividad Interna nivel alta (13 y 18 puntos), nivel mediana (7 y 12 puntos) y nivel baja (1 y 6 puntos) y la dimensión competitividad externa nivel alta (9 y 12 puntos), nivel mediana (5 y 8 puntos) y nivel baja (1 y puntos).

Validez

Para la validación de instrumentos, se utilizó el **método de validez de contenido** a través del criterio de jueces, con la petición de que estos manifiestan su opinión sobre la pertenencia y relevancia de los ítems. Los instrumentos fueron presentados a tres expertos con la finalidad de hacer ajustes y verificación, así como variar algunos ítems para su mejor comprensión. Después de la revisión del instrumento, se ha recibido sugerencias de los docentes experto, las cuales se han corregido según sus observaciones y luego aprobaron su aplicación.

Confiabilidad

Se aplicó una prueba piloto a 16 micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa obtenido los datos estadísticos, se aplicó el paquete estadístico SPSS 17.0 versión en español e inglés, obteniendo el coeficiente de Alpha de Cronbach, en la variable competitividad resultando 0.937 y dimensiones: Competitividad interna: 0.911, y competitividad externa: 0.809. Se concluye que el estadístico de fiabilidad de alfa de Cronbach

aplicado al instrumento de investigación es altamente confiable para la investigación por el resultado que arroja.

3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Los datos de las encuestas se transformaran en una data, la misma que aplicando el programa Excel, se obtiene las tablas y figuras estadísticas correspondientes de las preguntas planteadas; y para el procesamiento de datos el software SPSS Versión 22 (Programa de estadística para ciencias sociales). Luego, dichos resultados se analizarán Tomando en cuenta los antecedentes y bases teóricas de la investigación y para la elaboración de diapositivas se hara uso del Power Point.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. Presentación de Resultados

Presentación de datos estadísticos a través de tablas de contingencias y gráficos que a continuación se detalla:

TABLA N°01

Nivel de gestión administrativa en micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el "Huequito", distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENA	26	86,7	86,7	86,7
	REGULAR	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

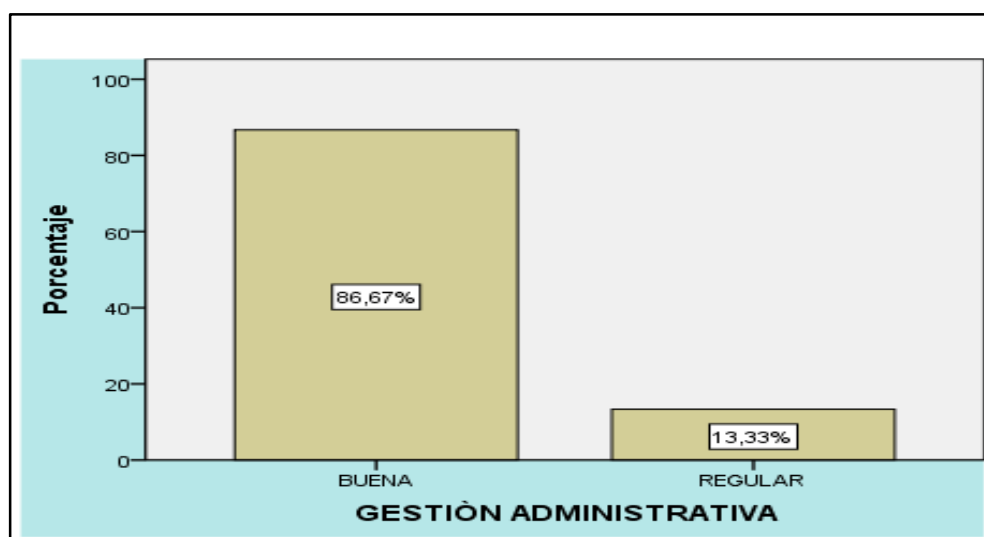


Figura N° 01: Nivel de gestión administrativa

Fuente: Propia

Descripción: De la tabla y figura N° 01, se observa que 86.67% de encuestados perciben la gestión administrativa en nivel buena seguido de 13.33% nivel regular.

TABLA N°02

Nivel de Competitividad en micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el "Huequito", distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTA	22	73,3	73,3	73,3
	MEDIANA	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

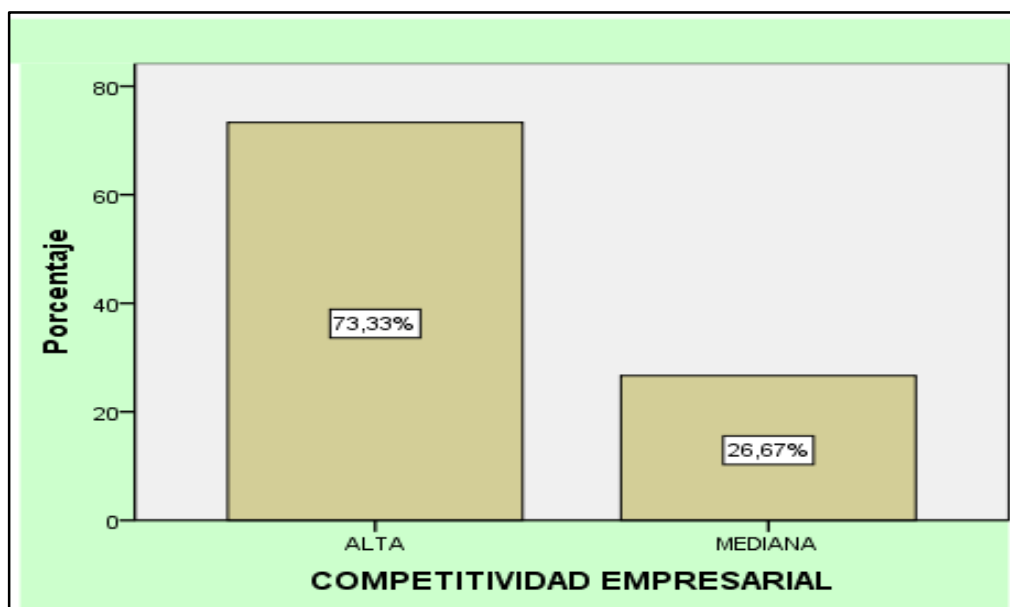


Figura N°02: Nivel de Competitividad empresarial

Fuente: Propia

Descripción: De la tabla y figura N° 02, se observa que 73.33% de encuestados perciben la variable competitividad en nivel alta seguido de 26.67% en nivel mediana.

TABLA N°03

Influencia de variables Gestión Administrativa en Competitividad Empresarial

V1*V2 tabulación cruzada					
		V2: Competitividad Empresarial			
		ALTA	MEDIANA	Total	
V1: Gestión Administrativa	BUENA	Recuento	22	4	26
		% del total	73,3%	13,3%	86,7%
	REGULAR	Recuento	0	4	4
		% del total	0,0%	13,3%	13,3%
Total		Recuento	22	8	30
		% del total	73,3%	26,7%	100,0%

Fuente: Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

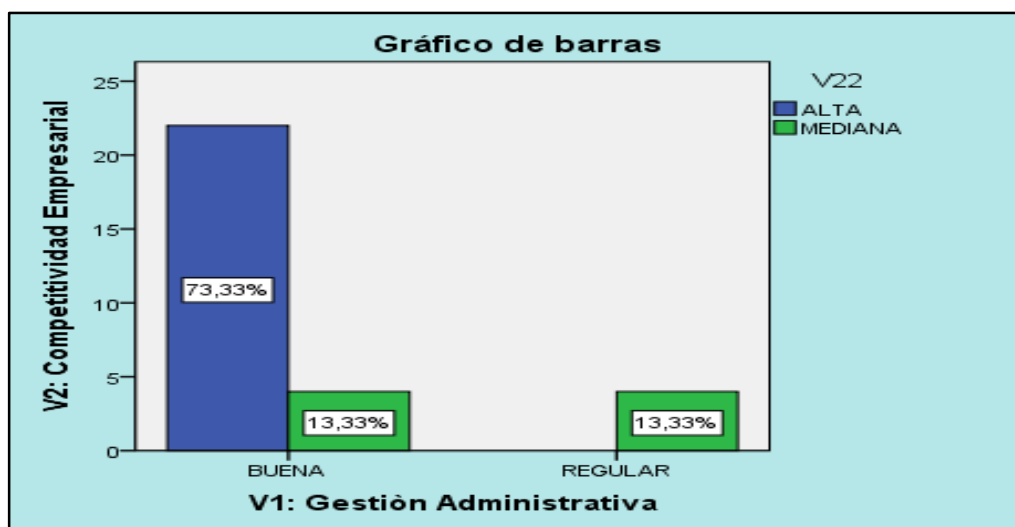


Figura N° 03: Influencias de la variable Gestión Administrativa en Competitividad empresarial

Fuente: Propia

Descripción: De la tabla y figura N°01, se observa que 73.33% de encuestados perciben la gestión administrativa en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 13.33% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad.

TABLA N°04

Influencia de la dimensión planeación en la variable Competitividad Empresarial

D11*V22 tabulación cruzada					
			V2: Competitividad Empresarial		Total
			ALTA	MEDIANA	
D1:Planeación	BUENA	Recuento	21	3	24
		% del total	70,0%	10,0%	80,0%
	REGULAR	Recuento	1	5	6
		% del total	3,3%	16,7%	20,0%
Total		Recuento	22	8	30
		% del total	73,3%	26,7%	100,0%

Fuente: Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

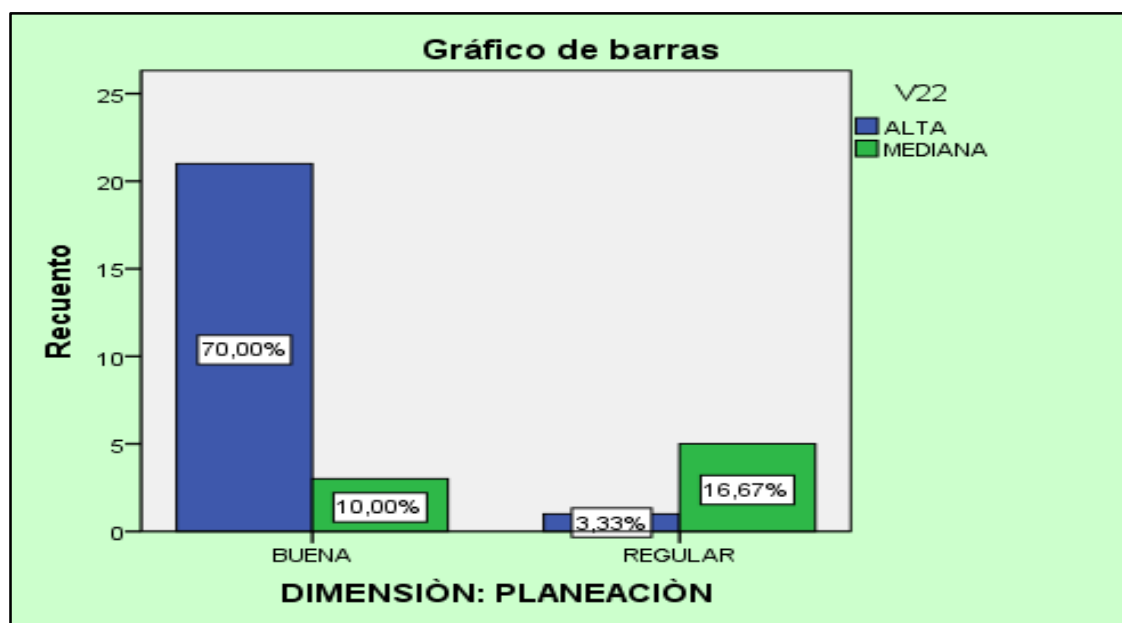


Figura N° 04: Influencia de la dimensión planeación en Competitividad empresarial

Fuente: Propia

Descripción: De la tabla y figura N°01, se observa que 70% de encuestados perciben la gestión administrativa planeación en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 16.67% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad.

TABLA N°05

Influencia de la dimensión organización en la variable Competitividad Empresarial

D22*V22 tabulación cruzada					
			V2: Competitividad Empresarial		Total
			ALTA	MEDIANA	
D2: Organización	BUENA	Recuento	22	2	24
		% del total	73,3%	6,7%	80,0%
	REGULAR	Recuento	0	6	6
		% del total	0,0%	20,0%	20,0%
Total		Recuento	22	8	30
		% del total	73,3%	26,7%	100,0%

Fuente: Resultados de la encuesta procesado con el programa SPSS.V22

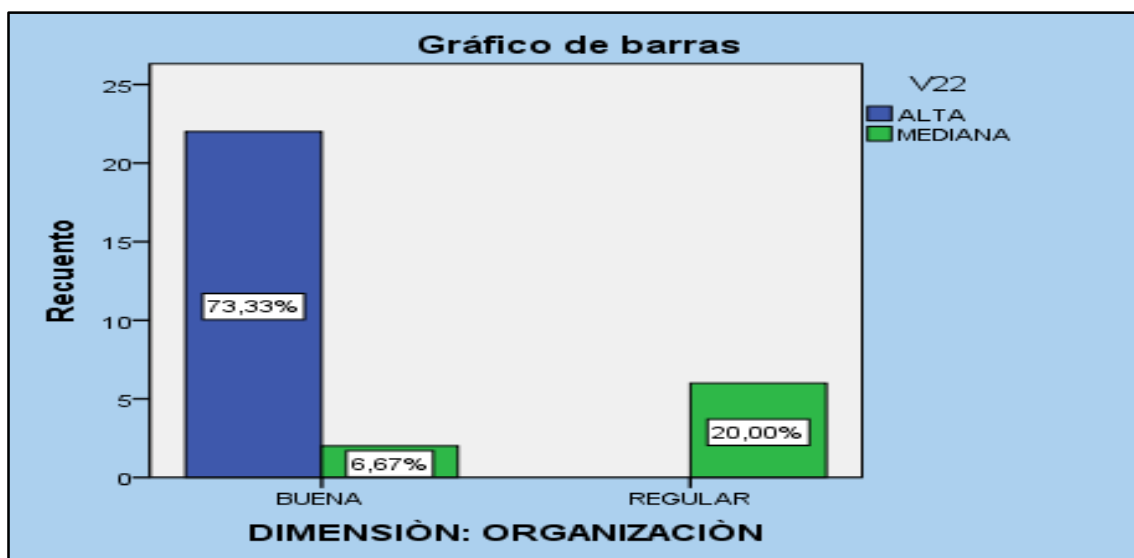


Figura N° 05: Influencia de la dimensión organización en Competitividad empresarial

Fuente: Propia

Descripción: De la tabla y figura N°01, se observa que 73.33% de encuestados perciben la gestión administrativa de organización en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 20% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad.

TABLA N°06

Influencia de la dimensión dirección en la variable Competitividad Empresarial

D33*V22 tabulación cruzada					
			V2: Competitividad Empresarial		Total
			ALTA	MEDIANA	
D3: Dirección	BUENA	Recuento	20	3	23
		% del total	66,7%	10,0%	76,7%
	REGULAR	Recuento	2	5	7
		% del total	6,7%	16,7%	23,3%
Total		Recuento	22	8	30
		% del total	73,3%	26,7%	100,0%

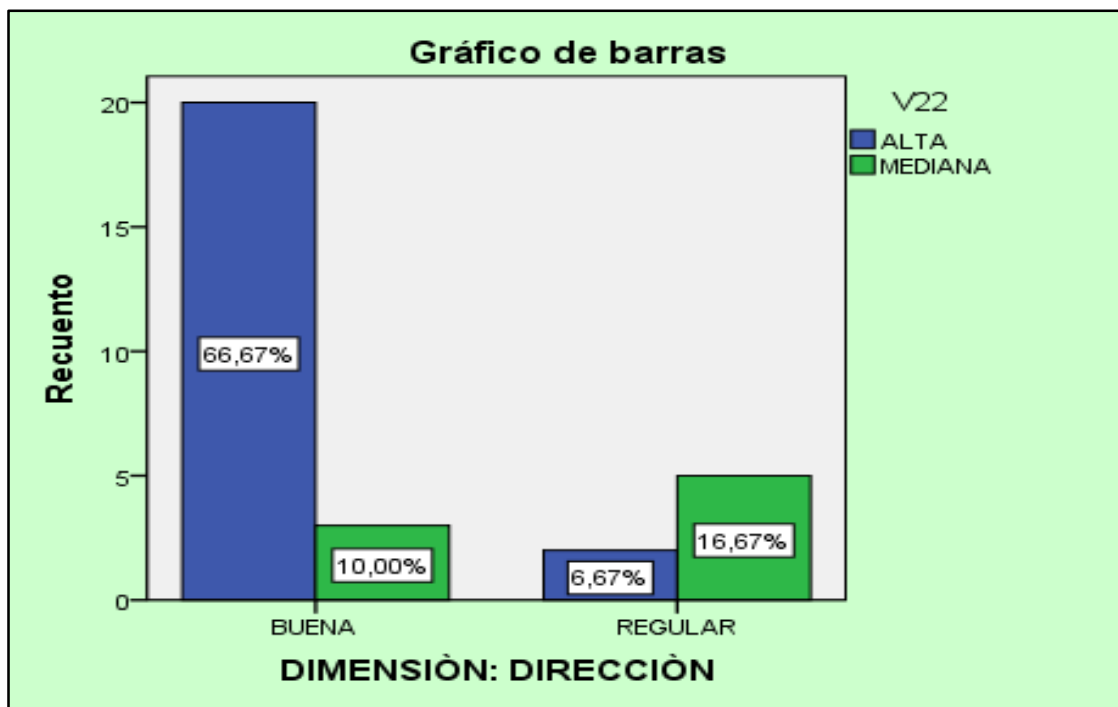


Figura N° 06: Influencia de la dimensión dirección en Competitividad empresarial

Fuente: Propia

Descripción: De la tabla y figura N°06, se observa que 66.67% de encuestados perciben la gestión administrativa de dirección en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 16.67% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad.

TABLA N°07

Influencia de la dimensión control en la variable Competitividad Empresarial

D44*V22 tabulación cruzada					
			V2: Competitividad Empresarial		Total
			ALTA	MEDIANA	
D4: Control	BUENA	Recuento	20	4	24
		% del total	66,7%	13,3%	80,0%
	REGULAR	Recuento	2	4	6
		% del total	6,7%	13,3%	20,0%
Total		Recuento	22	8	30
		% del total	73,3%	26,7%	100,0%

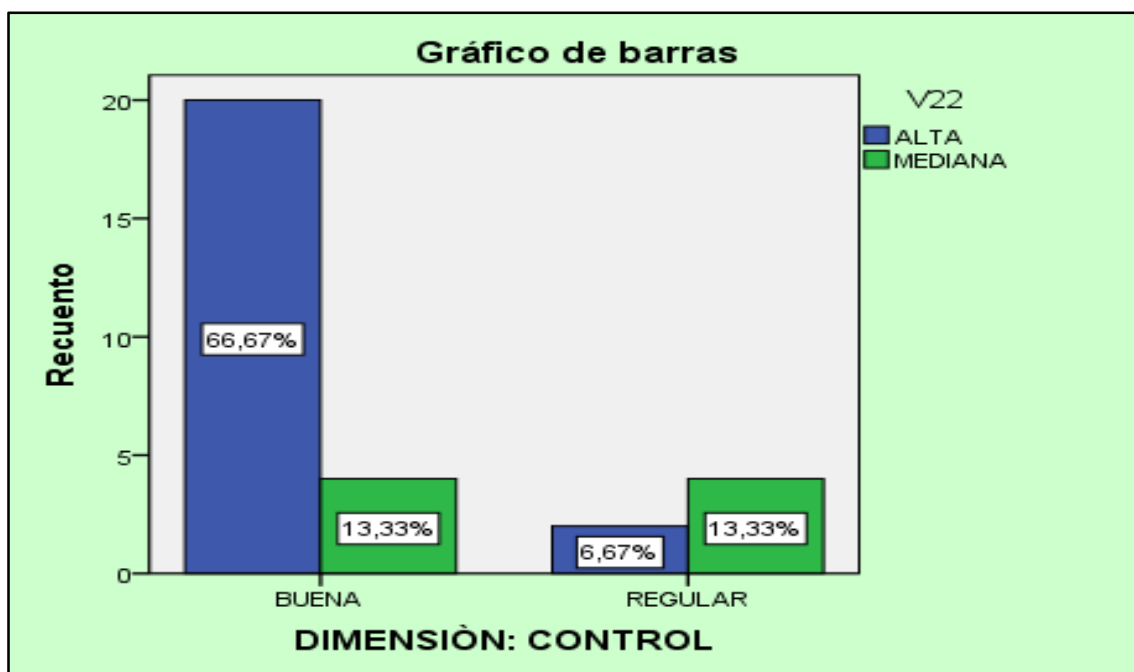


Figura N° 07: Influencia de la dimensión control en Competitividad empresarial
Fuente: Propia

Descripción: De la tabla y figura N°07, se observa que 66.67% de encuestados perciben la gestión administrativa control en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 13.33% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad

PRUEBA DE HIPOTESIS

HIPOTESIS GENERAL

Ho: La gestión administrativa no influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Ha: La gestión administrativa influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

TABLA N°08

Aplicación de Prueba estadística entre variables Gestión administrativa y Competitividad empresarial

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	12,692 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	8,734	1	,003		
Razón de verosimilitud	12,470	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,003	,003
N de casos válidos	30				

Fuente: Resultados obtenidos de la aplicación del programa SPSS. V22

Descripción: De la tabla N° 08, habiendo aplicado la prueba estadística Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018

HIPOTESIS ESPECIFICA 1

Ho: La gestión administrativa de planeación no influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Ha: La gestión administrativa de planeación influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

TABLA N°09**Aplicación de Prueba estadística entre dimensión planeación y Competitividad Empresarial**

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	12,315 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	8,960	1	,003		
Razón de verosimilitud	11,303	1	,001		
Prueba exacta de Fisher				,002	,002
N de casos válidos	30				

Fuente: Resultados obtenidos de la aplicación del programa SPSS. V22

Descripción: De la tabla N° 09, habiendo aplicado la prueba estadística Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de planeación influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018

HIPOTESIS ESPECÍFICA 2

H₀: La gestión administrativa de organización no influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería – Pucallpa, año 2018.

H_a: La gestión administrativa de organización influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería – Pucallpa, año 2018

TABLA N° 10
Aplicación de Prueba estadística entre dimensión organización y Competitividad Empresarial

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	20,625 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	16,204	1	,000		
Razón de verosimilitud	21,027	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
N de casos válidos	30				

Fuente: Resultados obtenidos de la aplicación del programa SPSS. V22

Descripción: De la tabla N° 10, habiendo aplicado la prueba estadística Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de organización influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018

HIPOTESIS ESPECÍFICA 3

H₀: La gestión administrativa de dirección no influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

H_a: La gestión administrativa de dirección influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería – Pucallpa, año 2018.

TABLA N° 11**Aplicación de Prueba estadística entre dimensión dirección y Competitividad Empresarial**

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	9,355 ^a	1	,002		
Corrección de continuidad ^b	6,607	1	,010		
Razón de verosimilitud	8,607	1	,003		
Prueba exacta de Fisher				,007	,007
N de casos válidos	30				

Fuente: Resultados obtenidos de la aplicación del programa SPSS. V22

Descripción: De la tabla N° 11, habiendo aplicado la prueba estadística Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.002 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de dirección influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018

HIPOTESIS ESPECÍFICA 4

H₀: La gestión administrativa de control no influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

H_a: La gestión administrativa de control influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

TABLA N°12**Aplicación de Prueba estadística entre dimensión de control y Competitividad Empresarial**

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	6,136 ^a	1	,013		
Corrección de continuidad ^b	3,846	1	,050		
Razón de verosimilitud	5,530	1	,019		
Prueba exacta de Fisher				,029	,029
N de casos válidos	30				

Fuente: Resultados obtenidos de la aplicación del programa SPSS. V22

Descripción: De la tabla N° 11, habiendo aplicado la prueba estadística Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.013 < 0.05$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 5%. Se concluye: La gestión administrativa de control influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018

4.2. Discusión

Para efectos de la discusión de los resultados de esta investigación, partiendo de la pregunta de investigación. De qué manera influye la gestión administrativa en la competitividad empresarial de micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año, se ha obtenido que existe influencia significativa entre ambas variables que genera discusión de la tesis.

De resultados obtenidos de la Tabla y figura N° 01 sobre la variable gestión administrativa en nivel buena seguido de 13.33% nivel regular. Estos resultados tienen relación con una de las conclusiones de Banda & Silva (2016), refiere que que la empresa se identifica, favorablemente, con una gestión administrativa eficiente y eficaz, en la mayoría de sus procesos. Asimismo lo confirma Calix (2011), que la gestión administrativa es para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos. Se fundamenta en Perez & Merino (2008), refiere que la gestión administrativa es gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial y administrar es dirigir, organizar una determinada situación y en la variable

competitividad empresarial se fundamenta en Gordon (2014), la competitividad interna se refiere a la competencia de la empresa consigo misma teniendo en cuenta su eficiencia en un tiempo determinado y también la eficiencia de sus estructuras internas. En la tabla N°08 Luego de aplicar el estadístico Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Con respecto a la dimensión Planeación los resultados obtenidos en la Tabla y figura N° 04 se observa que 70% de encuestados perciben la gestión administrativa planeación en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 16.67% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad. Estos resultados tienen relación con una de las conclusiones de Banda & Silva (2016), refiere que que la empresa se identifica, favorablemente, con una gestión administrativa eficiente y eficaz, en la mayoría de sus procesos. Asimismo lo confirma Ramirez & Cabello (1996), cuando refiere es un medio que permite determinar muy en claro a donde va ir y fijar estrategias para cumplir con objetivos y metas propuestas. Se fundamenta en Calix (2011), cuando refiere que la gestión administrativa es un proceso distintivo que consiste en lo siguiente: planeación, organización, dirección y control, desempeña tarea para determinar y lograr objetivos y la variable competitividad se fundamenta en Roldan (2015), refiere que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores. En la tabla N°09, luego de aplicar el estadístico Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de planeación influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Con respecto a la dimensión Organización los resultados obtenidos en la Tabla y figura N° 05 se observa que el 73.33% de encuestados perciben la gestión administrativa de organización en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 20% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad. Estos resultados coinciden con algunos de sus conclusiones de Sanchez (2017), cuando refiere que las estrategias de calidad del servicio de atención; la capacitación del personal; y la atención personalizada conllevan al logro de

la fidelización del cliente, es decir que la gestión administrativa debe tomar en cuenta para el logro de fidelización de los clientes. Se fundamenta en Calix (2011), cuando señala que la gestión administrativa es un proceso distintivo que consiste en lo siguiente: planeación, organización, dirección y control, desempeña tarea para determinar y lograr objetivos y en la variable competitividad empresarial se fundamenta en Roldan (2015), cuando señala que la competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno. En la tabla N°10, luego de aplicar la prueba estadística Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de organización influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Con respecto a la dimensión dirección los resultados obtenidos en la Tabla y figura N° 06, se observa que 66.67% de encuestados perciben la gestión administrativa de dirección en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 16.67% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad. Estos resultados coinciden con la conclusiones de Banda & Silva (2016), refiere que que la empresa se identifica, favorablemente, con una gestión administrativa eficiente y eficaz, en la mayoría de sus procesos. Asimismo lo confirma Dols, & Ferrer (2007), refiere que la dirección de empresas tiene como objetivo mejorar la eficacia y eficiencia en las organizaciones y empresas. Luego de aplicar la prueba estadística Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.002 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de dirección influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Con respecto a la dimensión control los resultados obtenidos en la Tabla y figura N° 07, se observa que el 66.67% de encuestados perciben la gestión administrativa control en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 13.33% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad. Lo confirma con Robbins, Decenzo, & Coulter (2013), refiere que el control es la función gerencial que implica monitorear actividades para garantizar que se estén realizando según lo planeado y corregir. Estos resultados coinciden con la

conclusiones de Banda & Silva (2016), refiere que que la empresa se identifica, favorablemente, con una gestión administrativa eficiente y eficaz, en la mayoría de sus procesos. Luego de aplicar la prueba estadística Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.013 < 0.05$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 5%. Se concluye: La gestión administrativa de control influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Conclusiones

Al término de la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Primera conclusión

La aplicación del estadístico Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018. Asimismo del 100% de encuestados refiere que el que 86.67% de encuestados perciben la gestión administrativa en nivel buena seguido de 13.33% nivel regular y 73.33% de encuestados perciben la variable competitividad en nivel alta seguido de 26.67% en nivel mediana.

Segunda conclusión

La aplicación del estadístico Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de planeación influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018. Asimismo el 70% de encuestados perciben la gestión administrativa planeación en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 16.67% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad.

Tercera conclusión

La aplicación del estadístico Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de organización influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018. Asimismo que el 73.33% de encuestados perciben la gestión administrativa de organización en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 20% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad.

Cuarta conclusión

La aplicación del estadístico Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 1%. Se concluye: La gestión administrativa de dirección influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018. Asimismo el 66.67% de encuestados perciben la gestión administrativa de dirección en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 16.67% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad

Quinta conclusión

La aplicación del estadístico Chi Cuadrado, resultando ($P = 0.00 < 0.01$), es altamente significativo que implica rechazar la hipótesis nula con nivel de significación del 5%. Se concluye: La gestión administrativa de control influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018. Asimismo el 66.67% de encuestados perciben la gestión administrativa de dirección en nivel buena en relación al nivel alta de la variable competitividad empresarial seguido del 13.33% de nivel regular en relación al nivel mediana de competitividad

Recomendaciones

Las recomendaciones son las siguientes.

1. Se recomienda al empresario de Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa, asistir a talleres sobre planificación que permita elaborar un plan de actividades en logros de objetivos de su micro-empresa y redunde en la competitividad empresarial.
2. Se recomienda al empresario Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa, participar en talleres eventos sobre organización, donde el gerente estructure un diseño organizacional y pueda cumplir con sus objetivos y metas planificadas.
3. Se recomienda al empresario de Micro y Pequeña empresa del sector comercio-rubro venta de ropa, asistir en eventos de dirección de empresas que permita mejorar la eficacia, eficiencia y pueda alcanzar sus objetivos y metas propuestos.
4. Se recomienda al empresario de Micro y Pequeña empresa del sector comercio-rubro venta de ropa, participar en eventos, capacitaciones de control que implique monitorear actividades que ha planificado y corregir algunas acciones.
5. De manera general, el micro empresarios deben conocer sobre gestión administrativa para conducir su empresa y redunde en la competitividad empresarial.

CAPÍTULO V. FUENTES DE INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA

5.1. Referencia Bibliográfica

- Anzil, F. (2011). *Procesos Administrativos*. Obtenido de Planeación: <https://www.zonaeconomica.com/planeacion>
- Arbaiza, L. (2011). *economía informal y capital humano en el peru*. lima: segunda edición.
- Banda, J., & Silva, V. (enero de 2016). Recuperado el noviembre de 2017, de <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/1339/ITEM%4011458-1059.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barroso, R., & Martín, E. (1999). *Marketing relacional*. Madrid: Esic.
- Bernedo, J. (2015). Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/525/COMPETITIVIDAD_FORMALIZACION_BERNEDO_CUADROS_JESUS_ANTONIO.pdf?sequence=1
- Bonta, P., & Farber, M. (2005). *199 Preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Calix, M. (julio de 2011). Obtenido de gestión administrativa: <http://marielgestadmonhond11.blogspot.pe/p/contenidos.html>
- Díaz, M. (enero de 2016). Obtenido de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/609465/1/diaz_em.pdf
- Escobar-Pérez, J., & Cuervo Martínez, A. (2008). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización*. Obtenido de http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo_3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf
- Gómez, V. (2008). *construya una fuerza de ventas de excelencia*. lima: Palao Editores.
- Gordon, D. (abril de 2014). *col británico*. Obtenido de corporación educativa colegio británico de cartagena: http://www.colbritanico.edu.co/CBCStudents/Proyectos%20de%20metodologia/Economia_Competencia%20empresarial.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Iborra, M., Dasi, A., Dols, C., & Ferrer, C. (2007). *Fundamentos de dirección de empresas*. ESPAÑA: THOMSON.
- Jibaja, F., & Hidago, R. (30 de 09 de 2010). *Diseño de un modelo de gestión para microempresas comercializadoras. Caso: empresa comercializadora de productos de aseo y limpieza*. ECUADOR. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2256/1/T0946-MBA-Jibaja-Dise%C3%B1o.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing*. México: Pearson.
- Maturana, H. (2002). *La objetividad un argumento para obligar*. Barcelona: Emecé.
- Mendoza, A. (2005). *Gestión financiera estratégica para la competitividad de las MYPES del sector comercio*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Paredes, M., & Reategui, N. (2017). Obtenido de <http://repositorio.upp.edu.pe/xmlui/handle/UPP/90>

- Perez, J. (2017). *DEFINICION*. Obtenido de DEFINICION:
<https://definicion.de/endogeno/>
- Perez, J., & Merino, M. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/gestion/>
- Quintanilla, I. (2002). *Psicología social del consumidor*. Valencia: Promolibro.
- Ramirez, D., & Cabello, M. (1996). *Empresas Competitivas*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Rayvax. (2017). Obtenido de <https://www.articulosinstantaneos.com/definicion-de-financiamiento/>
- Robbins, S., Decenzo, D., & Coulter, M. (2013). *Fundamentos de Administración*. MEXICO: PEARSON.
- Roldan, P. (2015). *economipedia haciendo facil la economia*. Obtenido de competitividad: <http://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Roque, J. (julio de 2016). Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2708/1/TESIS%20ARNOLD%20ROQUE.pdf>
- Sanchez, J. (2017). Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1007/SANCHEZ%20MANZANARES%2c%20JUAN%20MANUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sobrados, J. (2017). Obtenido de http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_7a65e0915e60bf55deda966b14e44757
- Tapia, C. (2016). *repositorio uladech*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1395/ESTRATEGIAS_COMPETITIVIDAD_TAPIA_MONZON_CAROLAY_NARJHIR.pdf?sequence=1
- Ucha, F. (09 de 09 de 2009). *Organización*. Obtenido de Definición ABC.: <https://www.definicionabc.com/social/organizacion.php>
- Ureta, F. (2003). *palabras y terminos frecuentes*. lima: corporacion de compañías de reserch.
- Vargas, B., & Del Castillo, C. (junio de 2008). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/cuadernos-de-difusion/2008/competividadesostenible.pdf>
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2009). *Metodología y diseños en la investigación científica (4ta Ed.)*. Lima, Perú: Visión universitaria
- Oseda, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Perú: Ed. Pirámide.
- Ávila Acosta, R. B. (2001). *Metodología de la Investigación*. Lima, Perú: Estudios y Ediciones R.A.

APÉNDICE

Anexo 1: Matriz De Consistencia

TÍTULO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO VENTA DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA –PUCALLPA, AÑO 2018.					
AUTORA	PANDURO LOPEZ, XIOMY KATTERINE					
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES			METODOLOGIA
			V1-V2	DIMENSIONES	INDICADORES	
<p>¿De qué manera influye la gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?</p> <p>PROBLEMA ESPECIFICO</p> <p>a. ¿Cómo influye la gestión administrativa de la planeación en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?</p> <p>b. ¿Cómo influye la gestión administrativa de la organización en la competitividad empresarial de las micro y</p>	<p>Determinar la influencia de la gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p> <p>OBJETIVO ESPECIFICO</p> <p>a. Determinar la influencia de la gestión administrativa de la planeación en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p> <p>b. Determinar la influencia de la gestión administrativa de la organización en la</p>	<p>La gestión administrativa influye en la competitividad empresarial de las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECIFICO</p> <p>a. La gestión administrativa de la planeación influye en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p> <p>b. La gestión administrativa de la organización influye en la competitividad empresarial de las micro y</p>	Gestión Administrativa	-Planeación	-Establecer metas y objetivos -Estrategias para lograr su misión -Entorno cambiante -Cumplimiento de lo planificado	<p>DISEÑO: Descriptivo Correlacional.</p> <p style="text-align: center;"> </p> <p>M = Muestra. O1 = Variable 1 r = Relación de Variables O2 = Variable 2</p>
				-Organización	-Estructura organizacional -Procedimientos y reglas establecidas -Producir Innovaciones	
				-Dirección	-Eficacia -Eficiencia -Dirección hacia el logro de objetivos	
				-Control	-Evaluar y comparar las actividades	<p>POBLACIÓN:</p> <p>La población está conformada por todos los trabajadores de los locales sector comercio-rubro venta de ropa femenina del centro comercial El Huequito, que hace un total de 65 trabajadores.</p>

<p>pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?</p> <p>c. ¿Cómo influye la gestión administrativa de la dirección en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería – Pucallpa, año 2018?</p> <p>d. ¿Cómo influye la gestión administrativa en el control en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018?</p>	<p>competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p> <p>c. Determinar la influencia de la gestión administrativa de la dirección en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p> <p>d. Determinar la influencia de la gestión administrativa en el control en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p>	<p>pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p> <p>c. La gestión administrativa de la dirección influye en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p> <p>d. La gestión administrativa en el control influye en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.</p>	<p>Competitividad Empresarial</p>	<p>-Competitividad Interna</p> <p>-Competitividad externa</p>	<p>-Eficiencia en el logro de metas -Liderazgo eficiente</p> <p>-Mejorar respecto así misma -Capacidad de competir -Enfrentar el mercado Competitivo -Precios cómodos -Productos</p> <p>-Ventajas competitivas -Rentabilidad a largo plazo -Competitividad Presente Y futura.</p>	<p>MUESTRA: De los 65 trabajadores, La muestra está constituida por un jefe por negocio, que hacen un total de Treinta (30) personas.</p> <p>TÉCNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación. - Encuesta <p>INSTRUMENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario <p>TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS: Los datos se van a organizar en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tablas de frecuencia - Gráficos de barra - Prueba chi cuadrado
--	--	---	-----------------------------------	---	---	---

Anexo 2: Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
GESTION ADMINISTRATIVA	Según Calix (2011), La Gestión administrativa es un proceso distintivo que consiste en lo siguiente: planeación, organización, dirección y control, desempeña tarea para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.	PLANEACION	Establecer metas y objetivos Estrategias para lograr su misión Entorno cambiante Cumplimiento de lo planificado	NUNCA A VECES SIEMPRE
		ORGANIZACIÓN	Estructura organizacional Procedimientos y reglas establecidos Producir Innovaciones	
		DIRECCION	Eficacia Eficiencia Dirección hacia el logro de objetivos	
		CONTROL	Evaluar y comparar las actividades Eficiencia en el logro de metas Liderazgo eficiente	
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Según Roldan (2015), Cuando se aplica el concepto en el ámbito empresarial, se entiende que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores. Según Tapia (2016), La competitividad empresarial es comprendida en un doble aspecto; como competitividad interna y como competitividad externa.	Competitividad Interna	Mejorar respecto así misma Capacidad de competir Enfrentar el mercado competitivo Precios cómodos Productos	NUNCA A VECES SIEMPRE
		Competitividad Externa	Ventajas competitivas Rentabilidad a largo plazo Competitividad presente y futura	


Anexo 3: Validación de instrumentos

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TITULO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO VENTA DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA -PUCALLPA, AÑO 2018.

Variables	Dimensión	Indicador	Ítem	Opción de respuesta			Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación
				Nunca	A veces	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
							SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	PLANEACION	Establecer metas y objetivos	¿Tiene establecido sus metas y objetivos?				X		X		X		X		
		Estrategias para lograr su misión	¿Las estrategias para lograr su misión están debidamente diseñadas para alcanzar sus objetivos?				X		X		X		X		
		Entorno cambiante	¿Se ajustan los planes al entorno cambiante? (amenazas y oportunidades)				X		X		X		X		
		Cumplimiento de lo planificado	¿Cumple debidamente con todo lo planificado?				X		X		X		X		
	ORGANIZACIÓN	Estructura organizacional	¿Existen una estructura organizacional para cumplir las metas?				X		X		X		X		
			¿Existe reglas que guían la conducta del personal?				X		X		X		X		
		Procedimientos y reglas establecidos	¿Se utilizan los recursos adecuados mediante procedimientos para alcanzar las metas y objetivos?				X		X		X		X		
			¿La organización se rige a las reglas establecidas para alcanzar las metas y objetivos?				X		X		X		X		
	Producir innovaciones	¿Presentan innovaciones significativas y únicas?				X		X		X		X			
	DIRECCION	Eficacia	¿Se logra alcanzar con eficiencia el objetivo deseado?				X		X		X		X		
			¿Considera que se está trabajando de manera eficaz?				X		X		X		X		
		Eficiencia	¿Se alcanza con eficacia el objetivo utilizando menos recursos?				X		X		X		X		
			¿Considera que trabaja de manera eficiente?				X		X		X		X		
	Dirección hacia el logro de objetivos	¿Se guía adecuadamente hacia el logro de los objetivos planteados?				X		X		X		X			
	CONTROL	Evaluar y comparar las actividades	¿Se aplican adecuadamente los procedimientos para evaluar y comparar las actividades?				X		X		X		X		
		Eficiencia en el logro de metas	¿Se facilita el logro eficiente de las metas?				X		X		X		X		
		Liderazgo eficiente	¿Los empleados están motivados a un liderazgo eficiente?				X		X		X		X		

Variables	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta			Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación
				Nunca	A veces	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
							Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Competitividad Interna	Mejorar respecto así misma	¿El factor humano permite mejorar respecto así misma?				X		X		X		X		
		Capacidad de competir	¿considera que tiene capacidad de competir?				X		X		X		X		
		Enfrentar el mercado competitivo	¿considera estar capacitado para enfrentar el mercado competitivo?				X		X		X		X		
		Precios cómodos	¿Cree que cuenta con precios cómodos al cliente?				X		X		X		X		
		Productos	¿Se realiza comparaciones de productos con otras microempresas?				X		X		X		X		
			¿Realiza mejoras en sus productos?				X		X		X		X		
	Competitividad Externa	Ventajas competitivas	¿Considera usted que cuenta con la capacidad para lograr ventajas competitivas en el mercado?				X		X		X		X		
		Rentabilidad a largo plazo	¿Se desarrolla estrategias para determinar rentabilidad a largo plazo?				X		X		X		X		
		Competitividad presente y futura	¿Se determinan las necesidades presentes y futuras de los clientes?				X		X		X		X		
			¿Se presenta resultados de indicadores que corresponden a la insatisfacción de los clientes como por ejemplo: quejas, devoluciones, inconvenientes presentados con el producto?				X		X		X		X		


 Firma del validador
 Nombres y Apellidos:
 Dr. Lener Omar Randuro Rengifo

Pucallpa, 26 del febrero 2018

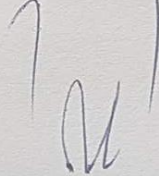
MATRIZ DE VALIDACIÓN

TITULO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO VENTA DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA –PUCALLPA, AÑO 2018.

Variables	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta			Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación
				Nunca	A veces	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
							SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
GESTION ADMINISTRATIVA	PLANEACION	Establecer metas y objetivos	¿Tiene establecido sus metas y objetivos?				X		X		X		X		
		Estrategias para lograr su mision	¿Las estrategias para lograr su mision estan debidamente diseñada para alcanzar sus objetivos?				X		X		X		X		
		Entorno cambiante	¿Se ajustan los planes al entorno cambiante? (amenazas y oportunidades)				X		X		X		X		
		Cumplimiento de lo planificado	¿Cumple debidamente con todo lo planificado?				X		X		X		X		
	ORGANIZACION	Estructura organizacional	¿Existen una estructura organizacional para cumplir las metas?				X		X		X		X		
			¿Exite reglas que guian la conducta del personal?				X		X		X		X		
		Procedimientos y reglas establecidos	¿Se utilizan los recursos adecuados mediante procedimientos para alcanzar las metas y objetivos?				X		X		X		X		
			¿La organización se rige a las reglas establecidas para alcanzar las metas y objetivos?				X		X		X		X		
	Producir Innovaciones	¿Presentan innovaciones significativas y unicas?				X		X		X		X			
	DIRECCION	Eficacia	¿Se logra alcanzar con eficiencia el objetivo deseado?				X		X		X		X		
			¿Considera que se esta trabajando de manera eficaz?				X		X		X		X		
		Eficiencia	¿Se alcanza con eficacia el objetivo utilizando menos recursos?				X		X		X		X		
			¿Considera que trabaja de manera eficiente?				X		X		X		X		
	Direccion hacia el logro de obetivos	¿Se guia adecuadamente hacia el logro de los objetivos planteados?				X		X		X		X			
	CONTROL	Evaluar y comparar las actividades	¿Se aplican adecuadamente los procedimientos para evaluar y comparar las actividades?				X		X		X		X		
		Eficiencia en el logro de metas	¿Se facilita el logro eficiente de las metas?				X		X		X		X		
Liderazgo eficiente		¿los empleados estan motivados a un lgerazgo eficiente?				X		X		X		X			

Variables	Dimensión	Indicador	Ítema	Opción de respuesta			Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación
				Nunca	A veces	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítema		Relación entre el ítema y la opción de respuesta		
							SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Competitividad Interna	Mejorar respecto así misma	¿El factor humano permite mejorar respecto así misma?				X		X		X		X		
		Capacidad de competir	¿considera que tiene capacidad de competir?				X		X		X		X		
		Enfrentar el mercado competitivo	¿considera estar capacitado para enfrentar el mercado competitivo?				X		X		X		X		
		Precios cómodos	¿Cree que cuenta con precios cómodos al cliente?				X		X		X		X		
		Productos	¿Se realiza comparaciones de productos con otras microempresas?				X		X		X		X		
	¿Realiza mejoras en sus productos?					X		X		X		X			
	Competitividad Externa	Ventajas competitivas	¿Considera usted que cuenta con la capacidad para lograr ventajas competitivas en el mercado?				X		X		X		X		
		Rentabilidad a largo plazo	¿Se desarrolla estrategias para determinar rentabilidad a largo plazo?				X		X		X		X		
		Competitividad presente y futura	¿Se determinan las necesidades presentes y futuras de los clientes?				X		X		X		X		
	¿Se presenta resultados de indicadores que corresponden a la insatisfacción de los clientes como por ejemplo: quejas, devoluciones, inconvenientes presentados con el producto?					X		X		X		X			

Pucallpa ²⁰ del ⁰² de 2018


 Firma del validador
 Nombres y Apellidos:
 Mg. Liz Ramirez Zuzueña

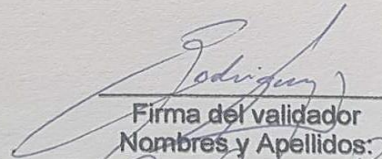
MATRIZ DE VALIDACIÓN

TITULO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO VENTA DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA –PUCALLPA, AÑO 2018.

Variables	Dimensión	Indicador	Ítem	Opción de respuesta			Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación
				Nunca	A veces	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
							SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	PLANEACIÓN	Establecer metas y objetivos	¿Tiene establecido sus metas y objetivos?				X		X		X		X		
		Estrategias para lograr su misión	¿Las estrategias para lograr su misión están debidamente diseñadas para alcanzar sus objetivos?				X		X		X		X		
		Entorno cambiante	¿Se ajustan los planes al entorno cambiante? (amenazas y oportunidades)				X		X		X		X		
		Cumplimiento de lo planificado	¿Cumple debidamente con todo lo planificado?				X		X		X		X		
	ORGANIZACIÓN	Estructura organizacional	¿Existen una estructura organizacional para cumplir las metas?				X		X		X		X		
			¿Existe reglas que guían la conducta del personal?				X		X		X		X		
		Procedimientos y reglas establecidos	¿Se utilizan los recursos adecuados mediante procedimientos para alcanzar las metas y objetivos?				X		X		X		X		
			¿La organización se rige a las reglas establecidas para alcanzar las metas y objetivos?				X		X		X		X		
	Producir Innovaciones	¿Presentan Innovaciones significativas y únicas?				X		X		X		X			
	DIRECCIÓN	Eficacia	¿Se logra alcanzar con eficiencia el objetivo deseado?				X		X		X		X		
			¿Considera que se está trabajando de manera eficaz?				X		X		X		X		
		Eficiencia	¿Se alcanza con eficacia el objetivo utilizando menos recursos?				X		X		X		X		
			¿Considera que trabaja de manera eficiente?				X		X		X		X		
	Dirección hacia el logro de objetivos	¿Se guía adecuadamente hacia el logro de los objetivos planteados?				X		X		X		X			
	CONTROL	Evaluar y comparar las actividades	¿Se aplican adecuadamente los procedimientos para evaluar y comparar las actividades?				X		X		X		X		
		Eficiencia en el logro de metas	¿Se facilita el logro eficiente de las metas?				X		X		X		X		
		Liderazgo eficiente	¿Los empleados están motivados a un liderazgo eficiente?				X		X		X		X		

Variables	Dimensión	Indicador	Ítem	Opción de respuesta			Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación
				Nunca	A veces	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
							Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Competitividad Interna	Mejorar respecto así misma	¿El factor humano permite mejorar respecto así misma?				X		X		X		X		
		Capacidad de competir	¿considera que tiene capacidad de competir?				X		X		X		X		
		Enfrentar el mercado competitivo	¿considera estar capacitado para enfrentar el mercado competitivo?				X		X		X		X		
		Precios cómodos	¿Cree que cuenta con precios cómodos al cliente?				X		X		X		X		
		Productos	¿Se realiza comparaciones de productos con otras microempresas?				X		X		X		X		
			¿Realiza mejoras en sus productos?				X		X		X		X		
	Competitividad Externa	Ventajas competitivas	¿Considera usted que cuenta con la capacidad para lograr ventajas competitivas en el mercado?				X		X		X		X		
		Rentabilidad a largo plazo	¿Se desarrolla estrategias para determinar rentabilidad a largo plazo?				X		X		X		X		
		Competitividad presente y futura	¿Se determinan las necesidades presentes y futuras de los clientes?				X		X		X		X		
			¿Se presenta resultados de indicadores que corresponden a la insatisfacción de los clientes como por ejemplo: quejas, devoluciones, inconvenientes presentados con el producto?				X		X		X		X		

Pucallpa, 26 de febrero 2018


 Firma del validador
 Nombres y Apellidos:
 CPCC. Rodolfo Rodríguez Rodríguez.
 MDT. 18-128

Anexo 4: Confiabilidad de los instrumentos



Anexo 04

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Variable: Gestión Administrativa

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,952	17

Fuente: Propia, aplicando el programa SPSS V17.0

Interpretación: El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,952, por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 27 de febrero del 2018


Validador

D.r Percy Orlando Rojas Medina

Base de Datos

Título: Gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Autora: Xiommy Kattterine, Panduro López

Nº	Variable: Gestión Administrativa																
	Dimensiones																
	Planeación				Organización					Dirección				Control			
	Items1	Items2	Items3	Items4	Items5	Items6	Items7	Items8	Items9	Items10	Items11	Items12	Items13	Items14	Items15	Items16	Items17
1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
3	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	1	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	2
5	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2
7	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
8	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2
9	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
13	2	2	1	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
14	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
15	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2
16	3	3	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Fuente: SPSS V17.0 Valoración a la pregunta: Nunca: 01 A veces: 02 Siempre: 03

Estadísticas de fiabilidad

Dimensiones	Número de elementos	Coficiente Alfa de Cronbach
Dimensión: Planeación	04	0,789
Dimensión : Organización	05	0,850
Dimensión: Dirección	05	0,926
Dimensión: Control	03	0,805
Variable: Gestión Administrativa	17	0,952

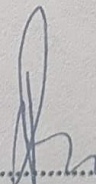
Variable: Competitividad Empresarial

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,937	10

Fuente: Propia, aplicando el programa SPSS V17.0

Interpretación: El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,937, por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 27 de febrero del 2018



Validador
D.r Percy Orlando Rojas Medina

Base de Datos

Autora: Xiomy Kattterine, Panduro López

Nº	Variable: Competitividad Empresarial									
	Dimensiones									
	Competitividad Interna					Competitividad Externa				
	Items18	Items19	Items20	Items21	Items22	Items23	Items24	Items25	Items26	Items27
1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
7	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
8	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
10	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2
11	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3
12	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
13	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
14	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
15	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Fuente: SPSS V17.0 Valoración a la pregunta: Nunca: 01 A veces: 02 Siempre: 03

Estadísticas de fiabilidad

Dimensiones	Número de elementos	Coficiente Alfa de Cronbach
Dimensión: Competitividad Interna	06	0,911
Dimensión : Competitividad Externa	04	0,809
Variable: Competitividad	10	0,937

Anexo 5: Cuestionario Para los Encuestados



GESTION ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO-RUBRO VENTA DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA –PUCALLPA, AÑO 2018.

Señor(a), este cuestionario es anónimo y confidencial, tiene como finalidad conocer su opinión sobre la Gestión Administrativa, por lo que se le solicita responder las preguntas con la mayor objetividad.

Datos Informativos:

Edad	
Cargo	
Tiempo de Servicio	

Instrucciones:

A continuación encontrará una serie de enunciados los cuales debe leer y marcar con una “X”, la casilla que mejor represente su respuesta.

Variable Independiente: Gestión Administrativa

Dimensión: Planeación				
Indicador: Establecer Metas y objetivos				
N°	Preguntas	NUNCA	A VECES	SIEMPRE
1	¿Tiene establecido sus metas y objetivos?			
Indicador: Estrategias para lograr su misión				
2	¿Las estrategias para lograr su misión están debidamente diseñada para alcanzar sus objetivos?			
Indicador: Entorno cambiante				
3	¿Se ajustan los planes al entorno cambiante? (amenazas y oportunidades)			
Indicador: Cumplimiento de lo planificado				
4	¿Cumple debidamente con todo lo planificado?			
Dimensión: Organización				
Indicador: Estructura Organizacional				
5	¿Existen una estructura organizacional para cumplir las metas?			
6	¿Existe reglas que guían la conducta del personal?			

Indicador: Procedimientos y reglas establecidos		NUNCA	A VECES	SIEMPRE
7	¿Se utilizan los recursos adecuados mediante procedimientos para alcanzar las metas y objetivos?			
8	¿La organización se rige a las reglas establecidas para alcanzar las metas y objetivos?			
Indicador: Producir Innovaciones				
9	¿Presentan innovaciones significativas y únicas?			
Dimensión: Dirección				
Indicador: Eficacia				
10	¿Se logra alcanzar con eficacia el objetivo deseado?			
11	¿Considera que se está trabajando de manera eficaz?			
Indicador: Eficiencia				
12	¿Se alcanza con eficiencia el objetivo utilizando menos recursos?			
13	¿Considera que trabaja de manera eficiente?			
Indicador: Dirección hacia el logro de objetivos				
14	¿Se guía adecuadamente hacia el logro de los objetivos planteados?			
Dimensión: Control				
Indicador: Evaluar y comparar las actividades				
15	¿Se aplican adecuadamente los procedimientos para evaluar y comparar las actividades?			
Indicador: Eficiencia en el logro de metas				
16	¿Se facilita el logro eficiente de las metas?			
Indicador: Liderazgo eficiente				
17	¿Los empleados están motivados a un liderazgo eficiente?			

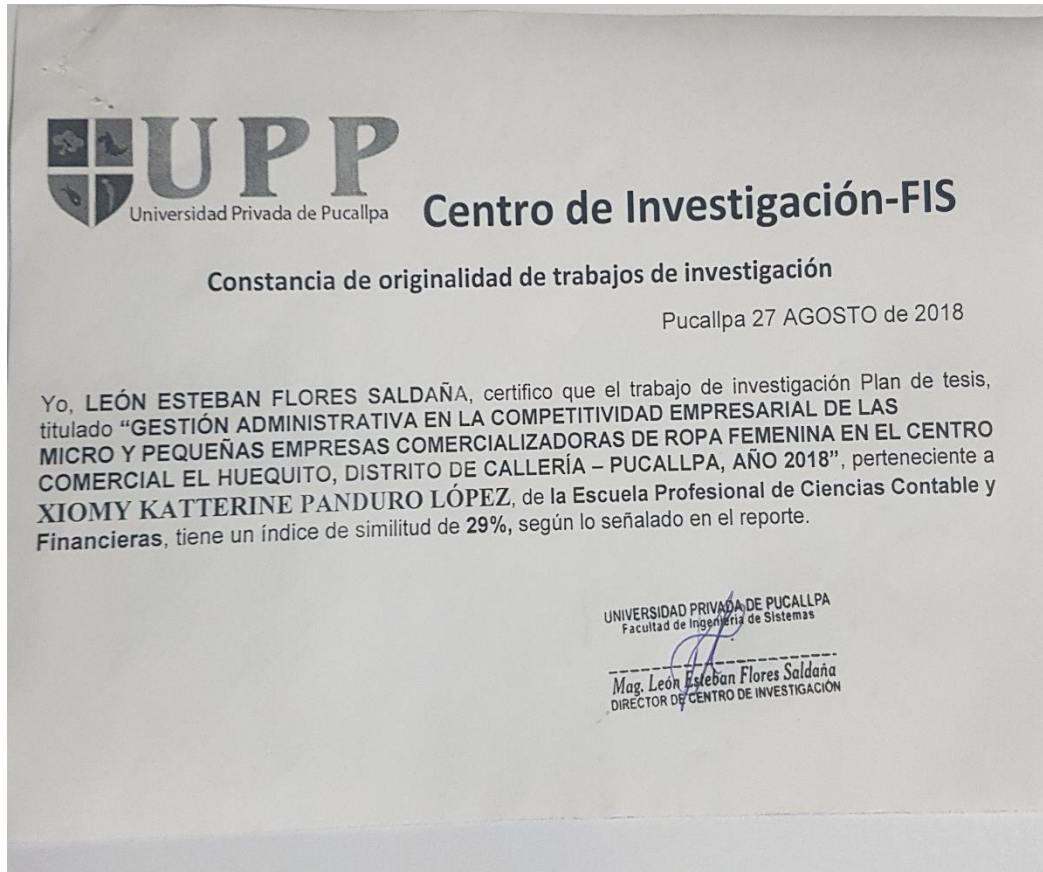
Variable Dependiente: Competitividad Empresarial

Dimensión: Competitividad Interna				
Indicador: Mejorar respecto así misma				
N°	Preguntas	NUNCA	AVECES	SIEMPRE
18	¿El factor humano permite mejorar respecto así misma?			
Indicador: Capacidad de competir				
19	¿Considera que tiene capacidad de competir?			

Indicador: Enfrentar el mercado competitivo		NUNCA	AVECES	SIEMPRE
20	¿Considera estar capacitado para enfrentar el mercado competitivo?			
Indicador: Precios cómodos				
21	¿Cree que cuenta con precios cómodos al cliente?			
Indicador: Productos				
22	¿Se realiza comparaciones de productos con otras microempresas?			
23	¿Realiza mejoras en sus productos?			
Dimensión: Competitividad Externa				
Indicador: Ventajas competitivas				
24	¿Considera usted que cuenta con la capacidad para lograr ventajas competitivas en el mercado?			
Indicador: Rentabilidad a largo plazo				
25	¿Se desarrolla estrategias para determinar rentabilidad a largo plazo?			
Indicador: Competitividad presente y futura				
26	¿Se determinan las necesidades presentes y futuras de los clientes?			
27	¿Se presenta resultados de indicadores que corresponden a la insatisfacción de los clientes como por ejemplo: quejas, devoluciones, inconvenientes presentados con el producto?			

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 6: Constancia De Coincidencia



Anexo 7: Evidencias

RAZON SOCIAL DE ENCUESTADOS:

N°	Nombre	Dirección	RUC
1	ABANTO VASQUEZ JENNIFFER	Jr. Teniente Clavero N° 186	10435266849
2	AHUANARI HUANUIRI CHERY LADY	Jr. Teniente Clavero N° 245	10467622078
3	CALDERON JESUS ESPIRITU	Jr. Teniente Clavero N° 222	10226618380
4	CAMAVILCA CABANILLAS DIOSY ROSARIO	Jr. Teniente Clavero N° 188	10211423094
5	CARBAJAL ARRATEA BEATRIZ CARLA	Jr. Teniente Clavero N° 165- Stan N° 03	10467438684
6	CCAHUA HUAMAN MANUELA	Jr. Teniente Clavero N° 200	10243704362
7	CHUMBE HUAYAMBA WILLIAM LUIS	Jr. Teniente Clavero N° 202	10758300027
8	CHUÑE ALVARADO LAURA JANET	Jr. Teniente Clavero N° 145	10768691598
9	COBEÑAS IMAN JAVIER ENRIQUE	Jr. Teniente Clavero N° 170	10472032866
10	DISTRIBUIDORA ANTHONY S.R.L.	Jr. Teniente Clavero N° 299	20393273411
11	ESTRELLITA COMERCIAL E.I.R.L.	Jr. Teniente Clavero N° 153	20393505720
12	GARCIA SAAVEDRA NER GERSON	Jr. Teniente Clavero N° 248	10001055998
13	HUANCAS JULCA ROSMAN	Jr. Teniente Clavero N° 207	10435710722
14	JIMENEZ MATA GLADYS VIOLETA	Jr. Teniente Clavero N° 222	10413751409
15	LABAN CHINCHAY CARLA CAROLINA	Jr. Teniente Clavero N° 218	10467531072
16	LESCANO MALDONADO JANINA LISBETH	Jr. Teniente Clavero N° 241	10413731386
17	MARTEL MALPARTIDA PEDRO DENNIS	Jr. Teniente Clavero N° 207	10801653303
18	MEDINA SANCHEZ KAREN DIANNA	Jr. Teniente Clavero N° 137	10414341051
19	PALLARES UPARI JUNIOR	Jr. Teniente Clavero N° 188	10445544251
20	QUIJANO PEREZ IRIS IBETT	Jr. Teniente Clavero N° 183- Puesto N° 03	10400649800
21	QUISPE CAMPOS JUANA LUZ	Jr. Teniente Clavero N° 200	10040320160
22	QUISPE ROJAS EDITH	Jr. Teniente Clavero N° 183- Puesto N° 01	10421580842
23	RIVERA MANTARI LUIS JAVIER	Jr. Teniente Clavero N° 168	10450444460
24	ROBLES HUAMAN PILAR SOLEDAD	Jr. Teniente Clavero N° 156	10408665588
25	SANTOS HIDALGO ESTANY MARICIELO	Jr. Teniente Clavero N° 106	10610064952
26	SOTO CAMPOS SUSANA ALEJANDRINA	Jr. Teniente Clavero N° 251	10062398448
27	TADEO CAMPOS NATAN ABDI	Jr. Teniente Clavero N° 274	10453169541
28	TINOCO CRUZADO SANTOS VENITO	Jr. Teniente Clavero N° 149	10000448538
29	TUESTA CARDENAS JENIFFER INES	Jr. Teniente Clavero N° 259	10452419136
30	VALENCIA GALVAN RINA VANESSA	Jr. Teniente Clavero N° 143	10106004493

CARTA DE PRESENTACION

Señora

Mg. LILA RAMIREZ ZUMETA

Presente

ASUNTO: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO EXPERTOS

Me es muy grato comunicarme con Usted para expresarle mi saludo y asimismo hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Universidad Privada de Pucallpa, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el Título Profesional de Contador Público.

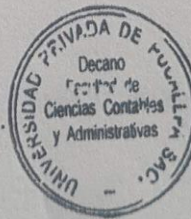
El título nombre de mi proyecto de investigación es "**Gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Calleria – Pucallpa, año 2018**", y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especialistas para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación.

El expediente de validación que le hago llegar aparte contiene:

- 1.- Carta de Presentación
- 2.- Matriz de Consistencia
- 3.- Cuestionario

Expresándole nuestro sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente


Xiomy Katterine Panduro López
DNI N° 70185862



UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA

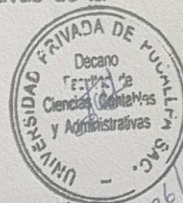

Mg. Lila Ramirez Zumaeta
Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas

Pucallpa, 26 de febrero de 2018

Señora Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Privada de Pucallpa.

Solicito: **CARTAS PARA JUICIO DE EXPERTOS.**

Presente



26/02/18

XIOMY KATTERINE PANDURO LOPEZ, egresada de la Escuela Profesional de ciencias contables y financieras, con código de matrícula N°
Ante usted me dirijo y expongo lo siguiente:

Que, teniendo que realizar el juicio de expertos al proyecto titulado **GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA – PUCALLPA, AÑO 2018** y requiriendo para tal fin una carta de presentación institucional, solicito a usted disponer a quien corresponda se me extienda las cartas respectivas, para lo cual adjunto la lista de expertos:

N°	Apellidos y Nombres	Grado Académico	Especialidad	Institución	Teléfono Email
01	PANDURO RENGIFO, LENER OMAR	Doctor	Docente	UPP	939135309
02	RAMIREZ ZUMAETA, LILA	Magister	Administración	UPP	961949267
03	RODRIGUEZ RODRIGUEZ, RAMIRO	CPCC	Docente	UAP	961545510

Estudiante Autora
XIOMY KATTERINE PANDURO LOPEZ

DNI N° 70185862

Asesor del Proyecto
LIC.ADM. ROLI ANTENOR RAMIREZ VIVAS

DNI N° 09334464

Planillas de juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento cuestionario y Matriz de consistencia que hace parte de la investigación. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente.

Agradecemos su valiosa colaboración.

Objetivo de la investigación: Determinar la influencia de la gestión administrativa en la competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas comercializadoras venta de ropa femenina en el centro comercial el huequito, distrito de Callería –Pucallpa, año 2018.

Objetivo del juicio de expertos: Validar el instrumento que permita la recopilación de información para medir la variable.

Objetivo de instrumento: Medir las Variables gestión administrativa y competitividad.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1.No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión
	2.Bajo nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total
	3.Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente
	4.Alto nivel	Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1.No cumple con el criterio	El ítem no es claro
	2.Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas
	3.Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem
	4.Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión
	2.Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión
	3.Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo
	4.Alto nivel	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1.No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2.Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este
	3.Moderado nivel	El ítem es relativamente importante
	4.Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido

Fuente:Escobar-Pérez,J y Cuervo Martínez,A. Institución Universitaria Iberoamericana, Colombia

TABLA RESUMEN DE CALIFICACIÓN POR DIMENSIONES/INDICADORES E ÍTEMS

Título proyecto de investigación: GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA – PUCALLPA, AÑO 2018

Autora: XIOMY KATTERINE PANDURO LOPEZ

Dimensión	Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
PLANEACION	1	3	3	3	3	
	2	3	3	3	3	
	3	3	3	3	3	
	4	3	3	3	3	
ORGANIZACIÓN	5	3	3	3	3	
	6	3	3	3	3	
	7	3	3	3	3	
	8	3	3	3	3	
DIRECCION	9	3	3	3	3	
	10	3	3	3	3	
	11	3	3	3	3	
	12	3	3	3	3	
CONTROL	13	3	3	3	3	
	14	3	3	3	3	
	15	3	3	3	3	
	16	3	3	3	3	
Competitividad Interna	17	3	3	3	3	
	18	3	3	3	3	
	19	3	3	3	3	
	20	3	3	3	3	
Competitividad Externa	21	3	3	3	3	
	22	3	3	3	3	
	23	3	3	3	3	
	24	3	3	3	3	
	25	3	3	3	3	
	26	3	3	3	3	
	27	3	3	3	3	

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuervo Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamericana, Colombia

Fecha: 26-02-2018



 Dr. Lener Omar Panduro Rengifo

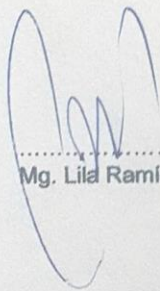
TABLA RESUMEN DE CALIFICACIÓN POR DIMENSIONES/INDICADORES E ÍTEMS

Título proyecto de investigación: GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA – PUCALLPA, AÑO 2018

Autora: XIOMY KATTERINE PANDURO LOPEZ

Dimensión	Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
PLANEACION	1	3	3	3	3	
	2	3	3	3	3	
	3	3	3	3	3	
	4	3	3	3	3	
ORGANIZACIÓN	5	3	3	3	3	
	6	3	3	3	3	
	7	3	3	3	3	
	8	3	3	3	3	
DIRECCION	9	3	3	3	3	
	10	3	3	3	3	
	11	3	3	3	3	
	12	3	3	3	3	
CONTROL	13	3	3	3	3	
	14	3	3	3	3	
	15	3	3	3	3	
	16	3	3	3	3	
Competitividad Interna	17	3	3	3	3	
	18	3	3	3	3	
	19	3	3	3	3	
	20	3	3	3	3	
Competitividad Externa	21	3	3	3	3	
	22	3	3	3	3	
	23	3	3	3	3	
	24	3	3	3	3	
	25	3	3	3	3	
	26	3	3	3	3	
	27	3	3	3	3	

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuervo Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamericana, Colombia



Mg. Lila Ramírez Zumaeta

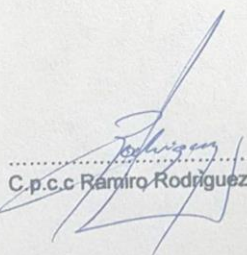
TABLA RESUMEN DE CALIFICACIÓN POR DIMENSIONES/INDICADORES E ÍTEMS

Título proyecto de investigación: GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ROPA FEMENINA EN EL CENTRO COMERCIAL EL HUEQUITO, DISTRITO DE CALLERÍA – PUCALLPA, AÑO 2018

Autora: XIOMY KATTERINE PANDURO LOPEZ

Dimensión	Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
PLANEACION	1	3	3	3	3	
	2	3	3	3	3	
	3	3	3	3	3	
	4	3	3	3	3	
ORGANIZACIÓN	5	3	3	3	3	
	6	3	3	3	3	
	7	3	3	3	3	
	8	3	3	3	3	
	9	3	3	3	3	
DIRECCION	10	3	3	3	3	
	11	3	3	3	3	
	12	3	3	3	3	
	13	3	3	3	3	
	14	3	3	3	3	
CONTROL	15	3	3	3	3	
	16	3	3	3	3	
	17	3	3	3	3	
Competitividad Interna	18	3	3	3	3	
	19	3	3	3	3	
	20	3	3	3	3	
	21	3	3	3	3	
	22	3	3	3	3	
Competitividad Externa	23	3	3	3	3	
	24	3	3	3	3	
	25	3	3	3	3	
	26	3	3	3	3	
	27	3	3	3	3	

Fuente: Escobar-Pérez, J y Cuervo Martínez, A. Institución Universitaria Iberoamericana, Colombia



 C.p.c.c Ramiro Rodríguez Rodríguez

Fotos:







