

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS



La Gestión Empresarial y su influencia en el Crecimiento Económico de las empresas distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, período 2015.

**Proyecto de Tesis para optar Título Profesional de Contador Público
con mención en Auditoría**

Bachiller: Ramiro Gabriel Ale Aro

TACNA – PERÚ

2016

Dedicatoria:

A mis padres por todo su apoyo y enseñanzas a lo largo de mi vida que me dieron para poder cumplir esta nueva meta en mi vida

Agradecimiento

A Dios por brindarme las fuerzas y la oportunidad de cumplir con este objetivo.

A mis padres por todo su apoyo y motivación que me dieron a lo largo de este camino.

A mis asesores por sus enseñanzas y consejos que me ayudaron a cumplir con este objetivo.

A mis amigos y demás personas que creen y confían en mí en que puedo seguir creciendo como profesional y persona.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar en qué medida La Gestión Empresarial influye en el Crecimiento Económico de las empresas distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, período 2015., por lo que la hipótesis se afirma que la gestión empresarial influye directamente en el crecimiento económico de las distribuidoras autorizadas de claro.

Se trabajó con toda la población conformada por las 12 Distribuidoras de Claro que trabajan en Tacna, a quienes se les aplicó una encuesta y poder captar la información para registrar las respuestas en las mismas, dando como resultado aceptar la hipótesis planteada.

La investigación es de tipo aplicada, nivel descriptivo y explicativo, de diseño observacional, retrospectivo, longitudinal y descriptivo. Se basa en el marco teórico "Efectividad del coaching en los procesos de mejora de gestión de empresas" de María Vidal, Eulogio Cordon y Vera Ferron y también de la investigación "Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación Pensamiento & Gestión" de Adriana Aguilera.

Se concluye que si existe incidencia significativa en la Gestión Empresarial y su influencia en el Crecimiento Económico de las empresas distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, por consiguiente es necesario

Palabras clave: Gestión empresarial, crecimiento económico e influencia

ABSTRACT

The present research work had as objective to determine to what extent the Business Management influences the Economic Growth of the distribution companies, 2015 period. So the hypothesis asserts that business management directly influences the economic growth of clear authorized distributors.

It worked with all the population conformed by the 12 Distributors of Claro who work in Tacna, To whom a survey was applied to be able to capture the information and record the answers in them, resulting in accepting the hypothesis.

The research is applied type, descriptive and explanatory level, of observational, retrospective, longitudinal and descriptive design. It is based on the theoretical framework "Efficacy of coaching on the processes for business improvement" By Maria Vidal, Eulogio Cordon and Vera Ferron and also of research "Strategic direction and entrepreneurial growth: some reflections on their relationship" by Adriana Aguilera.

It is concluded that if there is a significant impact on Business Management and its influence on the Economic Growth of the distribution companies of Claro in the city of Tacna, it is therefore necessary.

Keywords: Business management, economic growth and influence

Diferentes clientes que puedan ya existir o que pueden generarse a partir del momento.

INDICE

Introducción	04
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	06
1.1 Identificación y determinación del problema.	06
1.2 Formulación del problema.	06
1.2.1. Problema general	06
1.2.2. Problemas específicos	07
1.3 Objetivos: generales y específicos.	07
1.3.1. Objetivo general	07
1.3.2. Objetivos específicos	07
1.4 Importancia y alcances de la investigación.	07
1.4.1. Importancias	07
1.4.2. Alcances	07
1.4.3. Limitaciones	08
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	09
2.1 Antecedentes del estudio.	09
2.2 Bases teóricas - científicas.	10
2.2.1. Gestión empresarial	10
2.2.2. Crecimiento económico	24
2.3 Definición de términos básicos.	32
2.4 Sistema de hipótesis.	33
2.4.1. Hipótesis general	33
2.4.2. Hipótesis específicas	33
2.5 Sistema de variables.	33

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	35
3.1 Tipo de investigación.	35
3.2 Diseño de investigación.	35
3.3 Población y muestra.	35
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	35
3.5 Técnicas de procesamiento de datos.	36
3.6 Selección y validación de los instrumentos de investigación.	36
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	37
4.1 Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros.	37
4.2 Presentación de resultados, tablas, gráficos, figuras, etc.	38
4.2.1. Resultados de la gestión empresarial	38
4.2.2. Resultados de crecimiento económico	41
4.3 Contraste de hipótesis.	44
4.3.1. Primera hipótesis específica	44
4.3.2. Segunda hipótesis específica	45
4.3.3. Hipótesis general	46
4.4 Discusión de resultados.	47
Conclusiones	49
Recomendaciones	50
Referencias	51
Anexos	53
Plan de acciones y cronograma	53
Asignación de recursos	54
Presupuesto de bienes y servicios	55

Matriz de consistencia	56
Operacionalizacion de variables	57
Instrumento de investigación	58
Validez y confiabilidad del instrumento de investigación	61

INTRODUCCION

En la actualidad, el Perú es uno de los países mas emprendedores según el General Entrepreneurship Monitor (GEM), Tasa de Actividad Emprendedora (TAE) del Perú -es decir, el número de emprendimientos entre la Población Económicamente Activa- es de 40.20%. Los factores que promueven el emprendimiento en el Perú son diversos, destacando la necesidad generada por el desempleo y la poca oferta laboral de las empresas consolidadas, lo cual obliga a las personas a generar, por su cuenta y riesgo, negocios como fuente de ingreso

"Poseemos una cultura emprendedora extraordinaria, que representa un gran capital social, el cual lamentablemente se ve afectado por barreras que ocasionan una alta tasa de mortalidad empresarial"

Y la ciudad de Tacna no es una excepción ya que está creciendo económicamente y muchas de personas ven con buenos ojos el tema de emprendimiento pero para poder sobrevivir en este mercado hace falta más que ganas hay que tener conocimiento en cómo hacer una buena gestión empresarial y saber manejar el crecimiento económico del negocio.

En el Trabajo de investigación se plantea el siguiente problema: ¿Cómo influye la gestión empresarial en el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, periodo 2015?

Se establece como variables la gestión empresarial y crecimiento económico, con la primera variable podemos medir como se desarrolla la gestión empresarial dentro del negocio y la segunda la podemos relacionar con los resultados obtenidos al final de cada periodo.

En el desarrollo del trabajo se aplicó el cuestionario a las Distribuidoras Autorizadas de Claro, con posibles respuestas a escala de Likert.

La investigación consta de cinco capítulos, en el primer capítulo se desarrolla el planteamiento del problema, identificación y determinación del problema,

formulación del problema, objetivos generales y específicos e importancia y alcances de la investigación.

En el segundo capítulo, se refiere al marco teórico que comprende los antecedentes del estudio, bases teóricas, definición de términos básicos, sistema de hipótesis y sistema de variables.

En el tercer capítulo se refiere a la metodología de la investigación como el tipo, diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento de datos y selección y validación de los instrumentos de investigación.

En el cuarto capítulo se abarca la presentación de los resultados y discusión de cada variable y el contraste de las hipótesis

Y finalmente el trabajo de investigación culmina con la redacción de las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación y determinación del problema

En los últimos años en la región de Tacna se ha incrementado el comercio de bienes y servicios debido a que se encuentra en una zona de frontera con la ciudad de Arica – Chile; la alta migración de la población de Arica a ayudado mucho al crecimiento comercial en nuestra ciudad y se ha podido observar que los ciudadanos tacneños han desarrollado muchas negocios y otros copian una idea de negocio esperando tener el mismo éxito, buscando como objetivo el desarrollo y consolidación en esta ciudad con bastante movimiento económico.

Como sabemos algunas personas copian negocios en este caso las Distribuidoras Autorizadas de Claro (DAC) resulta ser uno muy llamativo para poder emprender o desarrollarlo como un negocio más en esta ciudad.

La falta experiencia de gestión empresarial puede llegar a dificultar el desarrollo de la empresa en este mercado, por falta de una buena infraestructura o capital de trabajo para poder empezar bien el inicio de operaciones, la inexperiencia en el mercado hace que a veces se tome decisiones apresuradas que los lleva a equivocarse en algunos casos.

La alta competencia del mercado en este tipo de negocios nos lleva a estar innovando constantemente en métodos de cómo hacer llegar al cliente los diversos beneficios del servicio en algunos casos dan resultados y en otros generan pérdidas y para los nuevos en el negocio resulta ser un golpe fuerte debido a que no se cuenta con mucha liquidez.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo influye la gestión empresarial en el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, periodo 2015?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de gestión empresarial en las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna?
- b) ¿Cuál es el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna?

1.3. Objetivos: generales y específicos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la gestión empresarial en el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna en el periodo 2015.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar el nivel de gestión empresarial en las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, 2015.
- b) Determinar el nivel de crecimiento económico en las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, 2015.

1.4. Importancia, alcances y limitaciones de la investigación

1.4.1. Importancia

En el presente proyecto se considera necesario y oportuno la realización del estudio acerca de cómo influye la gestión empresarial en el crecimiento económico en las empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, por las dificultades que se ha visto en el desarrollo de algunas DAC.

Con la investigación se busca conocer el nivel de relación y beneficios o inconvenientes que implica la gestión empresarial en el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna

1.4.2. Alcances

La presente investigación trata sobre el objeto de estudio que es la gestión empresarial y sus ventajas comparativas y analizar su toma de decisiones

1.4.3. Limitaciones

La principal limitación que podría tomar esta investigación la poca colaboración de las DAC, al negarse a dar la información requerida para la investigación.

Otra limitante sería en no contar con los medio económicos suficientes para poder recolectar mayor información para la investigación.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del estudio

En el presente artículo "Efectividad del coaching en los procesos de mejora de gestión de empresas" nos habla del nuevo entorno, altamente competitivo y cambiante, obliga a las empresas a ser flexibles y contar con trabajadores suficientemente formados y preparados. Para alcanzar esta meta es necesario aplicar una mentalidad creativa y establecer nuevas técnicas de formación que logren modificar la forma de pensar y actuar de las empresas.

En resumen, la relación positiva hallada en este trabajo entre la aplicación de coaching y la puesta en marcha de medidas de mejora en la gestión empresarial, indica que el desarrollo de esta práctica realizada externamente, formalmente estructurada, llevada a cabo por profesionales preparados y con una metodología clara, es beneficiosa y recomendable para las empresas. (Vidal, Cordon, & Ferron, 2011)

Por otro aspecto Adriana Aguilera Castro en su trabajo de investigación "Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación Pensamiento & Gestión" nos habla:

Sobre los aspectos teóricos a partir de los cuales se estudia el crecimiento empresarial y el direccionamiento estratégico, con el objetivo principal de establecer una primera aproximación a la relación existente entre estas dos temáticas. La metodología corresponde a los criterios de una investigación básica o teórica que determina un marco teórico para alcanzar el objetivo propuesto.

En este sentido, en cada una de las etapas del proceso de direccionamiento estratégico se debe establecer una adecuada

integración de la organización con el entorno, tomando como base una o varias de las perspectivas del crecimiento empresarial, para así lograr coherencia entre lo que el entorno exige y las estrategias definidas por la organización. (Aguilera Castro, 2010)

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Gestión Empresarial

La gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente. La misma tiene en cuenta una gran variedad de factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico. La gestión empresarial es una de las principales virtudes de un hombre de negocios. Engloba a las distintas competencias que se deben tener para cubrir distintos flancos de una determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado.

El diseño de una empresa debe contar con una serie de conocimientos en diversas áreas que puedan garantizar que las condiciones de existencia de la misma se podrán desarrollar en el tiempo. La más importante de todas es quizá determinar si la actividad llevada a cabo podrá ser rentable en distintos contextos propios de la economía. En este sentido, la gestión empresarial se enfocará en una estrategia de desarrollo que posibilite un crecimiento en función de los resultados obtenidos. Implica considerar detenidamente los distintos pasos que se deberán llevar a cabo desde el inicio de una entidad de estas características de forma tal que la exposición sea la mínima posible, haciendo que existan distintas etapas de desarrollo en función de la inserción que se logre en el mercado. En este punto, considerar a la competencia y a la demanda para un determinado bien y servicio será fundamental, en la medida en que esta circunstancia dará cuenta de los precios que se deberá mantener y en consecuencia de los costos que se podrán afrontar.

Como queda visto, la gestión empresarial compete a numerosos factores, muchos de los cuales difícilmente se aprenderán en un ámbito universitario o de educación informal. En efecto, lo más importante en este sentido es la experiencia que se desarrolla, como asimismo los vínculos que se pueden generar. Con esto, no se quiere significar que una educación orientada a la gestión no sea de ayuda hasta de gran importancia; no obstante, existen numerosos aspectos, numerosos problemas de planificación y de toma de decisiones que solo la práctica y una determinada personalidad cargada de aptitudes puede llevar a cabo. No es casualidad que los directores de las grandes compañías deban formarse en ocasiones en disciplinas que sean lo más transversales posibles, en muchos casos aparentemente diametralmente encontradas con la orientación de la actividad económica en cuestión. (Mx, 2014)

a) La Planificación

Todas las organizaciones, ya sea con fines de lucro o sin estos, se crean en pos de un objetivo, el cual es importante definir de manera muy clara para que cada parte de la organización sepa que rumbo tiene la organización. Además se debe intentar lograr este objetivo de la manera más eficiente y eficaz. En este proceso es fundamental el proceso de planificación ya que este nos permite anticiparnos a todos los posibles escenarios a los que se podría ver expuesta la organización y ayudarnos a lograr que nuestra organización logre el correcto funcionamiento para lograr de la mejor manera posible los objetivos de la empresa. En todo sentido, se debe planear lo que se quiere realizar. Esto quiere decir, que en una organización debemos decidir anticipadamente lo que pretendemos y cuál va a ser el procedimiento para lograr nuestros objetivos. En el día a día, una persona tiene la necesidad de planificar una enormidad de situaciones tales como eventos, comidas vacaciones, el tiempo en general., mientras mejor se planifique su tiempo una persona

mejor será la calidad de este mismo, por lo que podemos decir que la planificación es un suceso natural en nuestro comportamiento. Reflejado esto en una organización, se concluye que la planificación pasa ser una necesidad imperiosa.

- **La planificación es la primera etapa en el proceso administrativo.**

“Planificar es la función administrativa que determina anticipadamente cuales son los objetivos deseados y lo que debe hacerse para alcanzarlos de manera adecuada” esto quiere decir que uno debe definir lo que uno quiere hacer, como lo voy a hacer y cuando lo voy a hacer. Al planificar nosotros nos estamos anticipando a una acción futura. Para el resto de las funciones tales como la organización, dirección y control la planificación es vital. Finalmente, podemos decir que mediante la planificación, las acciones se tornan racionales, por lo tanto más adecuadas a los fines pretendidos.

- **Ventajas y Desventajas de la Planificación**

El proceso de planificación nos proporciona una serie de ventajas para el buen funcionamiento de una organización, sin embargo este presenta también una serie de desventajas que en algunos casos llegan a ser determinantes en el futuro de esta.

Ventajas:

- Contribuye a actividades ordenadas y con un propósito.
- Señala la necesidad de cambios futuros
- Proporciona una base para el control.

- Obliga a la visualización de un todo.
- Dirige la atención hacia los objetivos.

Desventajas:

- Poca precisión en la información.
- La planificación tiene un alto costo.
- Puede ahogar la iniciativa.
- Puede demorar las acciones.

- **Tipos de Planificación.**

Es importante que todas las organizaciones cuenten con dos tipos de planificación, la planificación estratégica y la planificación operativa. La planificación estratégica es la que nos ayuda a determinar los planes más importantes a seguir en el largo plazo, nos ayuda a prever posibles amenazas y aprovechar oportunidades que se presenten al exterior de la empresa y a determinar los puntos fuertes y los débiles que hay al interior de la empresa.

Los planes a seguir en el largo plazo son:

- **Propósito**, que es la función o “razón de ser “ de la empresa
- **Misión**, que es el camino determinado por los administradores para alcanzar el propósito de la empresa
- **Objetivos específicos o metas**, aquí se encuentran los fines hacia los cuales se dirigen las actividades de la empresa.
- **Estrategias**, son el conjunto de acciones que una empresa pone en práctica para asegurarse una ventaja competitiva sostenible

- **Políticas**, formadas por las pautas de acción o normas que deben encuadrar las decisiones al interior de la empresa.

Luego de haberse definido la planificación estratégica por los administradores de nivel alto o medio, se lleva a cabo la planificación operativa consistente en determinar los planes a seguir en el corto y mediano plazo, que va directamente relacionada con el funcionamiento y la operación diaria de la empresa.

Dentro de la planificación operativa se encuentran los siguientes planes:

- **Procedimientos**, que establecen un método obligado para manejar las actividades futuras.
- **Reglas**, están compuestas por normas que definen lo que debe o no debe hacerse.
- **Programa**, que son planes amplios que involucran el uso futuro de diferentes recursos.
- **Presupuesto**, que son una expresión numérica de los resultados esperados.

(Flores, Planeamiento Empresarial, 2013)

b) Organización

La organización es el arreglo ordenado de los recursos y funciones que se estiman necesarias para cumplir nuestro objetivo, es decir es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones de la empresa.

- **Objetivo de la organización**

El objetivo es simplificar el trabajo, coordinar y optimizar las funciones y los recursos, es decir su objetivo es mostrar

que todo resulte sencillo y fácil para quienes trabajan en la empresa y para los clientes. En la etapa de Organización se diseña la estructura que permita una óptima coordinación de los recursos y las actividades para alcanzar las metas establecidas en la planeación.

- **Importancia de la Organización en el negocio**

- Una acertada organización ayuda a lograr los objetivos planteados.
- Ayuda a utilizar mejor los medios disponibles
- Ayuda a tener una mejor comprensión y comunicación entre los miembros de la empresa.
- Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, con un mínimo de esfuerzo.
- Evita la lentitud e ineficiencia de las actividades, reduciendo los costos e incrementando la productividad.
- Reduce o hasta elimina la duplicidad de esfuerzos, al delimitar funciones y responsabilidades.

- **Principios de la Organización**

Establecer una Organización en la actualidad es basarse en principios que deben de seguirse a cabalidad para obtener una excelente organización empresarial.

- **Objetivo:** Todas las actividades establecidas en la organización deben relacionarse con los objetivos y los propósitos de la empresa, la existencia de un puesto o área sólo es justificable si sirve para alcanzar realmente los objetivos.
- **Especialización:** El trabajo de una persona debe limitarse hasta donde sea posible, a la ejecución de una sola actividad; mientras más específico y menor campo

de acción tenga un individuo, mayor será su eficiencia y destreza.

- **Jerarquía:** Es necesario establecer centros de autoridad de los que emane la comunicación necesaria para lograr los planes, en los cuales la autoridad y la responsabilidad fluyan desde el más alto ejecutivo hasta el nivel más bajo.
- **Unidad de mando:** Al determinar un centro de autoridad y decisión para cada función, debe asignarse un sólo jefe, y que los subordinados no deberán reportarse más que a un sólo jefe.
- **Difusión:** La obligación de cada puesto que cubre autoridad y responsabilidad debe publicarse y ponerse por escrito a disposición de todos aquellos miembros de la empresa que tengan relación con el mismo.
- **Coordinación:** Las unidades de una organización siempre deberán mantenerse en equilibrio (mercadotecnia, finanzas, producción, recursos humanos).
- **Del equilibrio:** En toda estructura existe la necesidad del equilibrio aplicación de los principios o técnicas debe estar equilibrada para asegurar eficacia global de la estructura para cumplir los objetivos de la empresa.
- **De flexibilidad:** Mientras más increíbles se tomen para otorgar mayor flexibilidad a la estructura de una organización, mejor podrá ésta cumplir con su propósito. En cada estructura se deben incorporar procedimientos y técnicas para anticipar y reaccionar ante el cambio.

(Empresa, 2012)

c) Evaluación

El objetivo de la evaluación de la gestión empresarial es medir lo actuado por el responsable directo de tomar decisiones en una empresa, la eficiencia y eficacia del empresario.

Para que el sistema de control de gestión empresarial funcione eficazmente y colabore con el buen funcionamiento de la empresa, son presupuestos necesarios que se hayan cumplido ciertas etapas esenciales:

- Se hayan definido objetivos jerarquizados de corto y largo plazo en función de las características de la empresa y su entorno (políticas de inversión, políticas de financiación, políticas de proveedores, políticas de clientes,).
- existan planes (planes de comercialización, características de los bienes a producir,...), programas y presupuestos (presupuesto económico, presupuesto financiero, de producción,...) que cuantifiquen los objetivos.
- se haya establecido la estructura organizativa, con una clara definición de las atribuciones y responsabilidades. Exista un sistema de medición, registro y control de los resultados obtenidos que permita calcular las desviaciones y sea coherente con los objetivos y la estrategia empresarial.

Los objetivos empresariales se convierten, por lo tanto, en uno de los parámetros que mayor relevancia toman al momento de evaluar la gestión empresarial. Sin la existencia de esos objetivos, de una planificación estratégica global, y de objetivos particulares para cada uno de los subsistemas que conforman la estructura empresarial, no puede pensarse en un control de la gestión empresarial.

Evaluar la gestión empresarial es examinar en forma integral la gestión de una empresa con el propósito de evaluar la eficiencia de sus resultados, teniendo en cuenta las metas y objetivos fijados, los recursos humanos, financieros y materiales empleados, la organización de esos recursos y

los controles establecidos.

Es preciso resaltar la gran importancia que tiene el análisis adecuado y oportuno del entorno, que condiciona y limita las actividades empresariales, y que debe necesariamente ser considerado al evaluar la gestión empresarial. A partir de estas premisas, se podrá informar y asesorar sobre la realidad empresarial, interpretar los valores obtenidos, identificar las fortalezas para aprovechar las oportunidades y las debilidades Originadas en el no cumplimiento de los planes estratégicos determinando las amenazas.

Entre los parámetros para evaluar la gestión empresarial podemos citar:

- Grado de cumplimiento de los objetivos.
- Política empresarial acorde a las características de la empresa y su entorno.
- Adecuada capacidad para cumplir con el ciclo operativo y con 3°.
- Asignación conveniente de fondos.
- Adecuada capacidad para generar recursos.
- Adecuada capacidad de respaldo.
- Tendencia a crecer / decrecer de la empresa (adecuada evolución financiera, patrimonial y económica).

(Empresas, Administracion empresas blogspot, 2009)

d) Política Empresarial

La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.

La política empresarial suele afectar a más de un área funcional, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el Cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos.

Cuando tenemos la calidad como uno de los objetivos estratégicos, la política de la calidad anima a los directivos funcionales a incorporar la orientación al cliente en la situación de cada unidad organizativa. La política de calidad debe ser muy simple y fácilmente comprensible para que sea comunicable y entendida sin dificultad.

La política empresarial supone un compromiso formal de la Empresa con la calidad, por lo que ha de ser ampliamente difundida interna y externamente.

La política empresarial, obviamente, ha de ser adecuada para cada empresa y ajustadas a las necesidades y expectativas de sus clientes. Como contenido, es bueno que hagan referencia a:

- Un gran objetivo (satisfacción del cliente, competitividad, etc.).
- La vía o forma de conseguirlo para ganar en credibilidad (ISO, etc.).
- Los recursos necesarios (formación, participación, organización formal).
- Los clientes internos (accionistas y personal) y a sus intereses (beneficio y satisfacción).

(Encinas, 2009)

e) Estrategias

Con esta denominación se trata de englobar los aspectos relativos a planificación organizacional, es decir, cuando se

habla de estrategia se hace referencia al conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos, tomando en cuenta el entorno y las características internas de la misma empresa.

Así pues, la estrategia comprende la misión, la visión, los objetivos las estrategias propiamente dicha y los planes de acción.

Las organizaciones son creadas para producir algo, conociendo su estrategia y todo lo que ella abarca, podemos conocer la naturaleza y orientación de una empresa u organización.

- **La Misión:** La Misión es definición de la empresa en el momento presente. Es la razón de ser como organización. Contiene la identificación de sus competencias (producto, mercado y alcance geográfico).

Ejemplo:

“Somos una empresa dedicada la fabricación e instalación de elementos decorativos y complementarios de edificaciones, así como también a ofrecer servicios de asesoría, suministro de partes y repuestas y mantenimiento a todo lo concerniente A nuestro ramo, en un ambiente de participación de todos sus trabajadores, quienes permiten obtener productos de óptima calidad para satisfacer las necesidades de nuestro clientes, en una relación comercial justa y altamente productiva.”

- **Visión:** La Visión es la ubicación de la empresa en escenarios futuros. Es más que un sueño, puesto que debe ser viable, realista y medible en el tiempo. Es la imagen clara del estado deseado, que logra motivar a los miembros de la organización a convertirlo en realidad.

Ejemplo:

“Participar activamente en los próximos años en la economía de la región, expandiendo las ventas, con la finalidad de participar activamente en la mejora económica del país y ser los líderes en el mercado de la decoración y la remodelación, incrementando continuamente nuestra productividad.”

Niveles de Estrategia

Toda estrategia empresarial debe constar, al menos, de cuatro elementos. En primer lugar, debe incluir una serie de objetivos a largo plazo, lo que podemos establecer como la misión de la empresa, es decir sus propósitos. La misión de empresa puede adoptar formas muy diversas, pero en el fondo subyacen las intenciones que definen la orientación estratégica general de la empresa: “dominar el mercado”, “ser líder tecnológico”, “ofrecer los mejores precios” y “ofrecer el producto de mayor calidad”. En segundo lugar, debe establecer el ámbito de actuación de la empresa, es decir, los productos que piensa ofrecer, los mercados que desea abordar y las áreas de actividad en las que desea tomar parte. Este tipo de decisiones corresponde al ámbito de la estrategia corporativa. En tercer lugar, la estrategia debe especificar la forma en que la empresa piensa alcanzar una posición ventajosa en cada negocio o mercado en el que opere. Más concretamente, la empresa debe determinar su estrategia competitiva o estrategia de negocio, es decir, la forma en que piensa afrontar la competencia en cada uno de los negocios en los que está presente. Por último, la empresa debe desarrollar estrategias funcionales coherentes con su estrategia global. Estas estrategias se establecen dentro de cada área funcional de la empresa. De este modo se distinguen los tres niveles jerárquicos de la estrategia empresarial:

- **Estrategia corporativa**

Consiste en la toma de decisiones de largo alcance sobre el ámbito de actuación de la empresa. Estas decisiones se configuran en torno a las tres dimensiones siguientes: vertical, horizontal y geográfica. La dimensión vertical comprende las fases productivas sucesivas que deben llevarse a cabo para obtener el producto final que compra el consumidor.

Las decisiones estratégicas en esta dimensión deben determinar cuáles de esas fases son llevadas a cabo por la empresa y cuáles no. La dimensión horizontal se refiere al número de negocios distintos en los que está presente la empresa. La empresa diversifica su ámbito horizontal de actividad a medida que entra en nuevos negocios. La dimensión geográfica hace referencia a la presencia espacial de las actividades de la empresa, pudiendo ser local, regional, nacional, internacional y global. A estas tres dimensiones puede añadirse una cuarta dimensión, relativa al establecimiento de acuerdos de cooperación con otras empresas para desarrollar proyectos conjuntos.

- **Estrategia Competitiva**

Los resultados económicos de una empresa no solo dependen de las condiciones estructurales de la industria, sino también de su habilidad específica para crear valor de cara al consumidor, y en esto consiste la estrategia competitiva, en determinar cómo crear y reforzar la competitividad del negocio a largo plazo. La actividad competitiva en el mercado se materializa en la variedad de ofertas realizadas por los distintos competidores

con la finalidad de atraer a los consumidores. Cada producto ofrecido lleva un excedente del consumidor asociado de manera implícita. El consumidor trata de elegir aquella oferta que le proporciona un mayor excedente. La creación de valor es el elemento fundamental de la estrategia competitiva. Tener una ventaja competitiva implica poder crear más valor que los competidores.

Al crear más valor, la empresa escapa de proporcionar al consumidor un excedente equivalente o superior al de los competidores, al tiempo que obtiene un mayor beneficio. Las variables relacionadas con la creación de valor son el coste y el beneficio percibido por el consumidor. Ambas variables determinan las dos formas en que la empresa pueda crear valor y obtener una ventaja competitiva: reduciendo costes o incrementando el beneficio percibido por el consumidor.

- **Estrategia Funcional**

Se centra en cómo utilizar y aplicar los recursos y habilidades dentro de cada área funcional de cada negocio o unidad estratégica, con el fin de maximizar la productividad de dichos recursos.

Una empresa necesita una estrategia funcional para cada actividad de negocio importante y para cada unidad organizacional, por lo cual un negocio necesita tantas estrategias funcionales como número de actividades principales tenga. La estrategia funcional, aun cuando tiene una esfera de acción más limitada que la del negocio, le añade detalles pertinentes a su plan de acción general. Pretende establecer o reforzar las

competencias específicas y las habilidades competitivas calculadas para mejorar su posición de mercado. Al igual que la estrategia competitiva, la estrategia funcional debe apoyar la estrategia general de la compañía, así como su enfoque competitivo. La responsabilidad principal de concebir estrategias para cada uno de los diversos procesos y funciones de negocios por lo común se delega en los jefes de los respectivos departamentos funcionales y en los administradores de las actividades. Las áreas funcionales más caracterizadas son: producción, comercialización, financiación, recursos humanos, tecnología y compras.

(Flores, Planeamiento Empresarial)

2.2.2. Crecimiento Económico

El crecimiento económico es una de las metas de toda empresa, implica un incremento notable de los ingresos. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una empresa, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas empresariales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo.

Por lo tanto, el crecimiento económico es el aumento de la cantidad de trabajo, la rentabilidad o el valor de bienes y servicios producidos por una empresa. (Jesus, 2008)

a) Productividad

La productividad es la relación entre el resultado de una actividad productiva y los medios que han sido necesarios para

obtener dicha producción. En el campo empresarial se define la productividad empresarial como el resultado de las acciones que se deben llevar a término para conseguir los objetivos de la empresa y un buen clima laboral, teniendo en cuenta la relación entre los recursos que se invierten para alcanzar los objetivos y los resultados de los mismos.

Aumentar la productividad debe ser una estrategia fundamental para cualquier empresa ya que permite conseguir ingresos, crecimiento y posicionamiento. Para ello es imprescindible medir y monitorizar de forma continua la actividad mediante los indicadores de productividad empresarial.

La mejora de la productividad también es de vital importancia para la calidad de vida de un país ya que repercute en el incremento de salarios y logra hacer rentable el capital invertido lo que incentiva cada vez más la inversión, el aumento de empleo y el crecimiento de la economía. El aumento de la productividad impulsa el crecimiento de la economía y la competitividad.

Factores que influyen en la productividad empresarial

- **Factores externos de la productividad empresarial**
 - La calidad y disponibilidad de los recursos ya que afecta a la producción de productos y servicios.
 - La disposición de la industria, los cambios en el sector y la aparición de nuevos competidores lo que hace es que aumente la competitividad incentivando la mejora continua en la clima y la cultura organizacional.
 - El nivel de capital y su aumento, el cual facilita o no el nivel de inversión futuro
 - Los avances tecnológicos ya que mejoran el nivel y calidad de los conocimientos y los equipos utilizados
 - El entorno macroeconómico y microeconómico

- **Factores internos de la productividad empresarial**

- Adopción de las medidas correctivas necesarias para evitar embudos o cuellos de botella que hagan descender la producción.
- Uso eficaz de todas las máquinas y capacidades.
- Prestar atención al rendimiento del material, sustituyéndolo cuando pierde eficacia o utilidad.
- Elección de las materias primas más adecuadas.
- Optimización del uso de la energía, poniendo en prácticas sistemas de ahorro.
- Control adecuado de los desechos y las sobras. Utilizar sistemas de reciclaje.
- Motivación de los empleados mediante incentivos salariales, reconocimientos y promoción personal y laboral, por ejemplo implantando políticas de recursos humanos que faciliten nuevos modelos de trabajo.
- Promoción y cuidado constante del bienestar de los trabajadores, la salud y la prevención de riesgos.
- Facilitar un buen ambiente laboral, conocido como clima laboral.
- Implicación de los empleados en equipos de trabajo con el objetivo de mejorar las áreas que más conocen por su experiencia de trabajo diario.
- Implantación de sistemas enfocados a una mayor y mejor especialización y división del trabajo pero que, al mismo tiempo, favorezcan la coordinación entre departamentos.

(Pyme, s.f.)

b) Competitividad

Hay ciertos conceptos en el mundo empresarial y de los negocios que son esenciales a tomar en cuenta cuando se trata de encontrar los mejores resultados. Uno de ellos es el concepto

de competitividad empresarial, por el que entendemos la búsqueda de eficacia y efectividad que las diferentes empresas, entidades empresariales y corporaciones realizan en pos de posicionarse como las mejores en sus rubros o áreas, superando a posibles competidoras.

Hablamos de competitividad empresarial al hacer referencia a las diferentes estrategias y métodos que las diversas entidades comerciales llevan a cabo con tal de no sólo obtener los mejores resultados sino también de que esos resultados sean los mejores en el rubro. Así, las empresas realizan diferentes campañas en las que a través de elementos como publicidad, calidad del producto o servicio, confianza, efectividad o tradición apelan a diferentes clientes que puedan ya existir o que pueden generarse a partir del momento.

Mientras que una empresa siempre busca obtener un determinado tipo de resultado que le permita subsistir en el área en el que se inserta, la idea de competitividad empresarial supone además que las empresas compiten entre sí para ubicarse de la mejor manera posible en el marco de la existencia de una oferta de productos o servicios mayor o igual que la demanda. La competitividad empresarial puede, sin embargo, estar también ligada a los diferentes mecanismos que se instauran dentro de la entidad misma para favorecer el buen desarrollo y el interés por mejorar de todas las secciones que la componen, así también como de los individuos que trabajan en ella, sea cual sea su puesto. La competitividad empresarial siempre existe, en mayor o menor medida, dependiendo del rubro, de la ecuación oferta-demanda, de la idea de auto exigencia, etc. Todos ellos son los elementos que pueden hacer que varíe la atención que una empresa le presta a su producto o servicio y al posicionamiento que este tiene en el mercado.(Ucha, 2011)

c) Tecnología

A través del tiempo la tecnología ha reducido las barreras para realizar negocios, incrementar ingresos, mejorar procesos e implementar nuevas herramientas dentro de las compañías.

Sin embargo hoy por hoy, la implementación de la misma ya no es un lujo, o una inversión sino una necesidad fundamental que permite a las grandes y pequeñas empresas estar a la vanguardia de los nuevos tiempos, con procesos competitivos tanto en el mercado nacional como internacional.

Según el vicepresidente a nivel mundial para Mypes de H.P. John Brennan, la misión de las empresas que suministran los diferentes tipos de tecnología en este mercado sigue siendo clara: ayudar a las Mypes a obtener más resultados en sus negocios a partir de sus inversiones en tecnología. Lo que quiere decir es que la Mypes se debe concentrar en lograr sus objetivos o resultados (enfocarse en su trabajo) y no tener que preocuparse de la tecnología, por eso es importante estar al día en los avances tecnológicos contando con el apoyo de una buena empresa.

Así mismo, aseguró el directivo que estas soluciones optimizan la productividad, porque están enfocadas en las necesidades de las Mypes y son trabajadas junto con socios de negocios para acoplarse a los requerimientos y necesidades de estas empresas actuales y futuras.

Estas compañías a través de sus directivos recomiendan que las Mypes deben concentrarse en lograr sus objetivos y para esto es importante invertir en tecnología actual y acorde a sus necesidades y proyecciones de crecimiento para poder competir en este mercado. Lo mejor es dejar en mano de los especialistas y con sus socios de negocios los requerimientos de Tecnología de modo que las empresas puedan ser cada día más exitosas.

Así mismo, las empresas que se encuentran en el mercado nacional ofreciendo este servicio de vital importancia para las empresas, coinciden en afirmar que el sector de las Mypes es un segmento muy importante y el de mayor crecimiento en los últimos años, permitiendo generar nuevos productos y mejorar cada día competitivamente a través de soluciones y aplicaciones que al alcance de mejores resultados. (NULLVALUE, 2004)

d) Venta

La venta es acción y efecto de vender. La venta es la entrega de productos o servicios a cambio de dinero. Las ventas pueden ser por vía personal, por correo, por teléfono, entre otros medios. El término venta es de origen latín “vendita”, participio pasado de “vendere”.

La palabra venta posee diferentes definiciones, todo depende del contexto en el que se aplique. Venta puede referirse a un objeto que se encuentra a disposición del público, lo cual quiere decir que el objeto o el servicio prestado aún no está vendido, es decir, se encuentra en venta, como puede indicar una operación ya concretizada, es decir, el comprador cumplió su obligación de pagar por el precio pactado y, el vendedor ya transfirió la cosa.

En efectos legales, la venta se origina a través de un contrato, conocido como compra venta, en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa por el precio pactado. El contrato de compra venta está compuesto por elementos personales, reales y formales, es decir, se debe de establecer las partes y sus obligaciones, es por ello, que se caracteriza como contrato bilateral, además de indicar el precio y, las características de la cosa en venta. Por último, debe de ser presentado ante un Registro o Notaria Pública para adquirir validez.

Por otro lado, venta puede referirse a la cantidad total o aproximada de productos o servicios vendidos, por ejemplo: la

venta de aparatos electrónicos por este mes fue mayor a los 500. De igual manera, en un negocio se debe tener en cuenta el total de las ventas netas las mismas se representan a través de la suma total de todas las ventas hechas en efectivo o a crédito menos las devoluciones, bonificaciones, descuentos y rebajas y, de esta manera, poder obtener el rendimiento económico de una empresa en un periodo determinado.

Igualmente, existen diferentes tipos de venta como: la venta directa o domicilio, la venta personal, la venta online, la venta cruzada, venta al detal, entre otras.

No obstante, no se debe confundir el término marketing con el de venta, ya que el marketing consiste en analizar el comportamiento de los mercados y consumidores con el objetivo de captar y fidelizar clientes, en cambio, la venta es la relación entre consumidor y vendedor para informar, persuadir y convencer al cliente y, de esta manera, poder generarse el negocio, es decir, la venta del producto o servicio. También, los términos venta y trueque se caracterizan porque este último consiste en el intercambio de una cosa por otra, en cambio, la venta es la comercialización de un producto o servicio por dinero.

(Significados.com, 2014)

e) Rentabilidad

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen

los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

- **Niveles de análisis de la rentabilidad empresarial** Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

- Así, tenemos un primer nivel de análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

- Y un segundo nivel, la rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos.

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos Propios a su estado medio}}$$

La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento

financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario.

(Ballesta, 2002)

2.3. Definición de términos básicos

a) Mercado

Es aquella que lo refiere como el sitio de reunión donde confluyen los agentes económicos para transar bienes y servicios: consumidores, productores y gobierno. (Pontificia Universidad Javeriana, 2001)

b) Producto

Es cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que pudiera satisfacer un deseo o una necesidad. (Kotler & Armstrong, 2004)

c) Política Empresarial

La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.

d) Plan de Negocio

Es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la

acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa. (Stutely, 2000)

e) Flujo de caja

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Ejemplos de egresos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc (Moreno, 2010)

f) Empresa

Una empresa consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, que beneficien a otras personas.

2.4. Sistema de hipótesis

En el presente trabajo de investigación se plantea las siguientes hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La gestión empresarial influye significativamente en el crecimiento de la Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, en el periodo 2015

2.4.2. Hipótesis específica

- a)** El nivel de gestión empresarial que presentan las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna es alta
- b)** El desarrollo económico que presentan las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna es alta

2.5. Sistema de variables

a) Gestión empresarial

La gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente. La misma tiene en cuenta una gran variedad de factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico.

- Planificación
- Organización
- Evaluación
- Políticas empresariales
- Estrategias

b) Crecimiento económico

Es el resultado de una buena gestión empresarial dentro de uno o varios periodos en una MYPE, el incremento del mercado, el ahorro, la inversión, el mayor consumo de bienes y servicios ayudan en el desarrollo de este crecimiento.

- Productividad
- Competitividad
- Tecnología
- Ventas
- Rentabilidad

CAPITULO III: METODOLOGIA

3.1. Tipo de investigación

Investigación aplicada

3.2. Diseño de investigación

- **De acuerdo con la interferencia del investigador en el estudio**
Observacional
- **De acuerdo con el periodo que se capta la información**
Retrospectivo
- **De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado**
Longitudinal
- **De acuerdo con el número de poblaciones estudiadas**

Descriptivo

3.3. Población y muestra

- **Población:**

Según el universo poblacional para el trabajo se cuenta con 15 empresas Distribuidores de Claro y un Coordinador en la región de Tacna en el período 2015

- **Muestra:**

La muestra estará conformada por el 100% de las Distribuidoras Autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- **Técnica de encuesta:** Mediante la aplicación de preguntas a efecto de obtener información para el presente trabajo de investigación, se construyó el cuestionario y se aplicó a los administradores y supervisores de las distribuidoras autorizadas de claro

3.5. Técnicas de procesamiento de datos

El procesamiento de datos se hizo utilizando medios informáticos:

- El soporte informático SPSS 22.0 para Windows paquete con recursos para el análisis inferencial, utilizando la prueba de chi-cuadrado para el contraste de la hipótesis general y la de prueba t por cada hipótesis específica;

- Microsoft Office Excel 2013, por los recursos gráficos y funciones específicas que facilitaron el ordenamiento de datos.

CAPITULO IV:

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1 Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros

En el siguiente capítulo se efectuara el tratamiento estadístico e interpretación de los datos de la investigación titulada “La Gestión Empresarial y su influencia en el Crecimiento Económico de las empresas distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, periodo 2015”

Los resultados obtenidos del análisis estadístico realizado, son presentados a través de tablas; se utilizó como instrumento el cuestionario con escala de Likert donde se registraron los datos para medir la Gestión Empresarial y su influencia en el Crecimiento Económico.

Tratamiento para la recolección de datos

En el presente de trabajo de investigación se aplicó el cuestionario a 12 Distribuidoras de Autorizadas de Claro asignándose una valoración para

medir el nivel de percepción sobre cada uno de los indicadores de ambas variables.

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Para la recolección de datos se hizo previamente la validación de instrumentos utilizados y la confiabilidad de los ítems.

- En la validación se recurrió a 3 expertos, los que verificaron: claridad, objetividad, actualidad, organización, integralidad, intencionalidad, consistencia, coherencia, metodología y plausibilidad
- Para medir la confiabilidad de los instrumentos se utilizó el método Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
.682	18

4.2 Presentación de resultados, tablas, gráficos, figuras, etc.

4.2.1. Resultados de la Gestión Empresarial

a) Planificación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	2	13.3
	Adecuado	13	86.7
	Total	15	100.0

Tabla 1: indicador de planificación

En la presente tabla 1, se muestran los resultados del indicador de Planificación. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 13.3% es “regular” la planificación

en la empresa y el 86.7% que es “adecuado”, se concluye que las DACs tienen una buena planificación dentro del negocio.

b) Organización

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	3	20.0
	Adecuado	12	80.0
	Total	15	100.0

Tabla 2: indicador de organización

En la presente tabla 2, se muestran los resultados del indicador de Organización. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 20.0% es “regular” la organización en la empresa y el 80.0% que es “adecuado”, se concluye que las DACs creen muy necesaria la organización dentro de la empresa

c) Evaluación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	4	26.7
	Adecuado	11	73.3
	Total	15	100.0

Tabla 3: indicador de evaluación

En la presente tabla 3, se muestran los resultados del indicador de Evaluación. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 26.7% es “regular” la evaluación en la empresa y el 73.3% que es “adecuado”, se concluye que las DACs creen que una evaluación en la gestión empresarial es necesaria para la empresa.

d) Políticas empresariales

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	6	40.0
	Adecuado	9	60.0
	Total	15	100.0

Tabla 4: indicador de políticas empresariales

En la presente tabla 4, se muestran los resultados del indicador de Políticas Empresariales. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 40.0% es “regular” las políticas empresariales en la empresa y el 60.0% que es “adecuado”, se concluye que las DACs deben usar más políticas empresariales para aumentar el indicador.

e) Estrategias

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	5	33.3
	Adecuado	10	66.7
	Total	15	100.0

Tabla 5: indicador de estrategias

En la presente tabla 5, se muestran los resultados del indicador de Estrategias. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 33.3% es “regular” las estrategias en la empresa y el 66.7% que es “adecuado”, se concluye que las DACs deberían implementar nuevas estrategias para elevar el nivel del indicador.

f) Gestión Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	2	13.3
	Alto	13	86.7
	Total	15	100.0

Tabla 6: variable independiente – gestión empresarial

En la presente tabla 6, se muestran los resultados obtenidos de las Distribuidoras autorizadas de Claro y dieron su punto de vista de cómo influye la gestión empresarial en las DACs. El 86.7% de las DACs encuestados indicaron que es “alto” la influencia de la gestión empresarial en la empresa y un 13.3% que es “medio”, concluyendo que en su mayoría considera que la gestión empresarial es muy influyente e importante para el negocio.

4.2.2. Resultados de crecimiento económico

a) Productividad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	6	40.0
	Alto	9	60.0
	Total	15	100.0

Tabla 7: indicador de productividad

En la presente tabla 7, se muestran los resultados del indicador de Productividad. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 60.0% es “alta” la productividad en la empresa y el 40.0% que es “medio”, se concluye que las

DACs deben realizar actividades para elevar el nivel del indicador.

b) Competitividad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Bajo	1	6.7
	Medio	8	53.3
	Alto	6	40.0
	Total	15	100.0

Tabla 8: indicador de competitividad

En la presente tabla 8, se muestran los resultados del indicador de Competitividad. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 53.3% es “media” la competitividad en la empresa, el 40.0% indico que es “alta” y el 6.7% indico que es bajo, se concluye que las DACs no les interesa la competitividad en el mercado.

c) Tecnología

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	5	33.3
	Alto	10	66.7
	Total	15	100.0

Tabla 9: indicador de tecnología

En la presente tabla 9, se muestran los resultados del indicador de Tecnología. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 66.7% es “alta” la Tecnología en la

empresa y el 33.3% indico que es “media”, se concluye que las DACs consideran importante la tecnología para el negocio.

d) Ventas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	7	46.7
	Alto	8	53.3
	Total	15	100.0

Tabla 10: indicador de ventas

En la presente tabla 10, se muestran los resultados del indicador de Ventas. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 53.3% es “alta” la comparación de las ventas en la empresa y el 46.7% indico que es “media”, se concluye que las DACs constantemente mide y compara sus ventas con otros periodos.

e) Rentabilidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	5	33.3
	Alto	10	66.7
	Total	15	100.0

Tabla 11: indicador de rentabilidad

En la presente tabla 11, se muestran los resultados del indicador de Rentabilidad. Las Distribuidoras autorizadas de Claro indicaron que en un 66.7.3% es “alta” la comparación de

las ventas en la empresa y el 33.3% indico que es “media”, se concluye que las DACs deben medir la rentabilidad con mayor frecuencia para elevar el nivel de este indicador.

f) Crecimiento económico

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	5	33.3
	Alto	10	66.7
Total		15	100.0

Tabla 12: variable dependiente – crecimiento económico

En la presente tabla 12, se muestran los resultados obtenidos de las Distribuidoras autorizadas de Claro y dieron su punto de vista de cómo influye la gestión empresarial en el crecimiento económico de las DACs. El 66.7% de las DACs encuestados indicaron que es “alto” y un 33.3% que es “medio”, concluyendo que en su mayoría las DACs considera muy importante el crecimiento económico en el negocio.

4.3 Contraste de hipótesis

4.3.1. Primera Hipótesis específica

a) Planteamiento de la hipótesis

Ho = La gestión empresarial en las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, tiene un alto nivel.

Hi = La gestión empresarial en las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, no tiene un alto nivel.

b) Nivel de significancia: 0.05

Para todo valor p igual o menor que 0,05, se rechaza la Ho.

c) Elección de la prueba estadística: Chi-cuadrado

	N observado	N esperado	Residual
Medio	2	7.5	-5.5
Alto	13	7.5	5.5
Total	15		

Tabla 12: gestión empresarial

Gestión empresarial	
Chi-cuadrado(a)	8.067
gl	1
Sig. asintót.	.005

Tabla 13: prueba de chi-cuadrado

d) Regla de decisión

- Rechazar H_0 si el valor-p es menor a, 0.05
- No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a, 0.05

e) Conclusión

Los resultados de la tabla 13 dan como resultado como valor-p = 0.005 es menor al nivel de significancia 0.05; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se concluye que con una nivel de confianza del 95% que la gestión empresarial en las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, tiene un alto nivel.

4.3.2. Segunda Hipótesis específica**a) Planteamiento de la hipótesis**

H_0 = El crecimiento económico en las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, no se desarrolla positivamente.

H_1 = El crecimiento económico en las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, se desarrolla positivamente.

b) Nivel de significancia: 0.05

Para todo valor p igual o menor que 0,05, se rechaza la H_0 .

c) Elección de la prueba estadística: Chi-cuadrado

	N observado	N esperado	Residual
Medio	3	7.5	-4.5
Alto	12	7.5	4.5
Total	15		

Tabla 14: crecimiento económico

Crecimiento Económico	
Chi-cuadrado(a)	5.400
gl	1
Sig. asintót.	.020

Tabla 15: prueba de chi-cuadrado

d) Regla de decisión

- Rechazar H_0 si el valor-p es menor a, 0.05
- No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a, 0.05

e) Conclusión

Los resultados de la tabla 15 dan como resultado como valor-p = 0.02 es menor al nivel de significancia 0.05; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se concluye que con una nivel de confianza del 95% que el crecimiento económico en las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, se desarrolla positivamente.

4.3.3. Hipótesis general

a) Planteamiento de la hipótesis

H_0 = No existe incidencia significativa en como la Gestión empresarial influye en el crecimiento de económico de las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, periodo 2015.

H_1 = Existe incidencia significativa en como la Gestión empresarial influye en el crecimiento de económico de las

Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, periodo 2015.

b) Nivel de significancia: 0.05

Para todo valor p igual o menor que 0,05, se rechaza la Ho.

c) Elección de la prueba estadística: Chi-cuadrado

		Gestión empresarial		Total
		Medio	Alto	
Crecimiento Económico	Medio	2	3	5
	Alto	0	10	10
Total		2	13	15

Tabla 16: contingencia entre gestión empresarial y crecimiento económico

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9.231(b)	1	.002
Corrección por continuidad(a)	4.363	1	.037
Razón de verosimilitudes	7.961	1	.005
Estadístico exacto de Fisher			
Asociación lineal por lineal	8.615	1	.003
N de casos válidos	15		

Tabla 17: prueba chi-cuadrado

d) Regla de decisión

- Rechazar Ho si el valor-p es menor a, 0.05
- No rechazar Ho si el valor-p es mayor a, 0.05

e) Conclusión

Los resultados de la tabla 17 dan como resultado como valor-p = 0.02 es menor al nivel de significancia 0.05; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se concluye que con una nivel de confianza del 95% que existe incidencia significativa de como la

gestión empresarial influye en el crecimiento económico en las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, periodo 2015.

4.4 Discusión de resultados

De los resultados obtenidos en la presente investigación, en cuanto la hipótesis general, fue determinar si existe incidencia significativa en como la Gestión Empresarial influye en el Crecimiento Económico en las Distribuidoras autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna, periodo 2015. Esta hipótesis fue demostrada, se obtuvo un valor de $p = 0.002$, y una vez aplicada los métodos estadísticos correspondientes, tomando los datos que se aplicaron los cuestionarios aplicado a las Distribuidoras autorizadas de Claro.

En el presente trabajo de investigación se consiguió dar respuesta al planteamiento del problema general y específico, a través del análisis de cada indicador de las variables, es decir que una buena gestión empresarial mantiene y desarrolla favorablemente el crecimiento económico en las Distribuidoras autorizadas de Claro.

Los docentes María Vidal, Eulogio Cordon y Vera Ferron de la Universidad de Granada en su trabajo de investigación titulada "Efectividad del coaching en los procesos de mejora de gestión de empresas" concluyeron que los negocios requieren asesoramiento y mentalidad creativa para una buena gestión empresarial, lo que se corrobora nuestros resultados obtenidos en cada variable según la apreciación de las Distribuidoras Autorizadas de Claro, los resultados muestran 86.7% es decir "alta" y 66.7% es decir "alta" para la gestión empresarial y crecimiento económico, respectivamente; cuando lo mejor sería tener los resultados más elevados para cada variable, lo que nos lleva como conclusión que las Distribuidoras Autorizadas de Claro deben ampliar su conocimiento y optar por la innovación en la Gestión empresarial.

Por otro lado en el trabajo de investigación de Adriana Aguilera Castro en su trabajo de investigación "Direccionamiento estratégico y

crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación "Pensamiento & Gestión" nos habla que como principal objetivo es establecer una relación entre estos dos temas.

El direccionamiento estratégico busca una adecuada combinación e integración de los medios con que cuentan las organizaciones para lograr sus fines; esto implica que si el fin u objetivo central de una organización es orientarse al crecimiento, la dirección estratégica debe establecer un marco de acción que le permita alcanzar esta meta.

En conclusión, por lo expuesto y la información bibliográfica analizada, la Gestión Empresarial si influye en el Crecimiento Económico de las Distribuidoras Autorizadas de Claro, al implementar técnicas de gestión y analizar las estrategias y poder determinar cuál es la que más favorece el crecimiento económico.

CONCLUSIONES

Primera

La influencia en la gestión empresarial en el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna es significativa ($p=0.02$), como se indica en la variable Gestión Empresarial 86.7% y Crecimiento Económico 66.7% existe una estrecha relación entre ambas.

Segunda

El nivel de Gestión Empresarial que presentan las Empresas Distribuidoras de Claro ($p=0.005$). En la tabla 6, la variable independiente Gestión Empresarial, nos muestra que el 86.7% de las Distribuidoras Autorizadas de Claro valoraron como “alto” los indicadores de la Gestión Empresarial para determinar el nivel según los indicadores, planificación, organización, evaluación, políticas empresariales y estrategias.

Tercera

El nivel de crecimiento económico en las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna ($p=0.02$). En la tabla 12, la variable dependiente crecimiento económico, muestra que el 66.7% de las Distribuidoras Autorizadas de Claro valoraron como “alto” el nivel de crecimiento económico los indicadores que se usaron son: productividad, competitividad, tecnología, ventas y rentabilidad.

Cuarta

El nivel de influencia de la Gestión Empresarial en el Crecimiento Económico de las Distribuidoras Autorizadas de Claro en la ciudad de Tacna es alto y a su vez es importante porque les ayuda a mejorar y crecer como empresa en la ciudad que cuenta con bastante desarrollo económico.

RECOMENDACIONES**Primera**

De los resultados obtenidos es importante que en la Gestión Empresarial estén involucrados el Gerente, administrador y supervisor para poder tener mayor conocimiento de la realidad de la empresa para realizar acciones de mejora que favorezca el crecimiento económico.

Segundo

Mantener el nivel de Gestión Empresarial y a su vez mejorarlo asistiendo a congresos, eventos y capacitaciones, para estar actualizado sobre nuevas técnicas de Gestión Empresarial.

Tercero

Elevar el nivel de Crecimiento Económico mediante capacitación al personal para mejorar la productividad, asistir a los eventos de lanzamiento de campaña para que el personal sea más competitivo, aplicar técnicas para medir la rentabilidad y obtener datos más reales.

Cuarto

Finalmente, es conveniente que las Distribuidoras Autorizadas de Claro sigan desarrollando mayor interés en la gestión empresarial para ir mejorando la rentabilidad y generar mejores resultados que favorezcan al crecimiento económico del negocio.

REFERENCIAS

Aguilera Castro, A. (2010). *Direccionamiento estratégico y*. Barranquilla - Colombia: Pensamiento y Gestion.

Ballesta, J. P. (2002). *Analisis de rentabilidad de la empresa*.

- Empresa, C. t. (2012). *Organización Empresarial: Importancia, objetivos, principios*.
Obtenido de <http://blog.conducetuempresa.com/2011/09/la-organizacion-empresarial-definicion.html>
- Empresas, A. d. (Noviembre de 2009). *Administracion empresas blogspot*. Obtenido de <http://admindeempresas.blogspot.pe/2009/11/la-evaluacion-de-la-gestion-empresarial.html>
- Encinas, V. (31 de Enero de 2009). *Politica Empresarial*. Obtenido de <http://politicaempresarialfaca.blogspot.pe/>
- Flores, D. A. (2013). *Planeamiento Empresarial*. TACNA.
- Flores, D. A. (s.f.). *Planeamiento Empresarial*. Tacna.
- Jesus, R. G. (2008). *POBREZA ABSOLUTA Y CRECIMIENTO ECONÓMICO Y ANÁLISIS DE TENDENCIA*. Toluca.
- Moreno, M. A. (Julio de 2010). *EL blog Salmon "El Flujo de Caja y su importancia en la toma de decisiones"*. Obtenido de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- Mx, D. (2014). *Definicion - Miles de terminos explicados*. Obtenido de <http://definicion.mx/gestion-empresarial/>
- NULLVALUE. (Abril de 2004). *El Tiempo*. Obtenido de LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN LAS EMPRESAS:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1532000>
- Pyme, E. (s.f.). *Emprende Pyme.net*. Obtenido de ¿Qué es la productividad empresarial?:
<http://www.emprendepyme.net/que-es-la-productividad-empresarial.html>
- Significados.com. (2014). *Significados*. Obtenido de <http://www.significados.com/venta/>
- Ucha, F. (2011). *Definicion ABC tu diccionario echo facil*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/negocios/competitividad-empresarial.php>

Vidal, M., Cordon, E., & Ferron, V. (2011). *Efectividad del coaching en los procesos de mejora de gestión de empresas*. Granada - España: Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.

ANEXOS

Plan de acciones y cronograma (Diagrama de Gantt)

		2016															
		Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
ACTIVIDADES	Y	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
TAREAS		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Recopilación del a Información		■	■	■	■	■											
2. Preparación y validación de los instrumentos de investigación.						■											
3. Trabajo de Gabinete.							■	■									
4. Análisis y codificación de datos.										■	■						
5. Procesamiento manual y computarizado.											■						
6. Discusión de resultados, conclusiones y sugerencias.												■					
7. Redacción del informe final.													■	■			
8. Presentación y sustentación de tesis.																■	

Asignación de recursos

Recursos humanos

El presente trabajo está conformado por los siguientes integrantes:

- Metodólogo
- Estadístico
- Asesor
- Encuestador

Recursos materiales

Bienes:

- Papel bond de 80 gramos
- CD ROOM
- Lapiceros
- Lápices
- USB

Equipos:

- Computadora
- Impresora

Servicios

- Fotocopiadora
- Impresión
- Empastado
- Movilidad

Presupuesto de bienes y servicios

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL
1.0	RECURSOS HUMANOS				
1.1	Metodólogo	Hora	50	25.00	1,250.00
1.2	Estadístico	Hora	50	25.00	1,250.00
1.3	Asesor	Hora	50	25.00	1,250.00
1.4	Encuestador	Hora	30	10.00	300.00
2.0.	RECURSOS MATERIALES				
2.1	Papel Bond de 80 gramos	Millar	4	20.00	80.00
2.2	CD ROOM	Cono	1	12.00	12.00
2.3	Lapiceros	Unidad	6	1.50	9.00
2.4	Lápices	Unidad	7	1.00	7.00
2.5	USB	Unidad	1	20.00	20.00
3.0.	SERVICIOS				
3.1	Fotocopias	Unidad	500	0.10	50.00
3.2	Impresiones	Unidad	500	0.10	50.00
3.3	Empastado	Unidad	3	30.00	90.00
3.4	Movilidad	Pasaje	30	4.00	120.00
3.5	Imprevistos	Unidad	1	100.00	100.00
TOTAL S/.					4,588.00

MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORMULACION DEL PROBLEMA	FORMULACION DE OBJETIVOS	FORMULACION DE HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cómo influye la gestión empresarial en el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, 2015?	Determinar la influencia de la gestión empresarial en el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna en el 2015.	La gestión empresarial influye significativamente en el crecimiento de la Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, en el 2015	Gestión empresarial	Planificación Organización Evaluación Políticas Estrategias	<u>Tipo de Investigación</u> Aplicada <u>Nivel de investigación</u> Descriptiva y Explicativa <u>Diseño de Investigación</u> Observacional Retrospectivo Longitudinal Descriptivo
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS			
¿Cuál es el nivel de gestión empresarial en las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna?	Identificar el nivel de gestión empresarial en las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, 2015.	El nivel de gestión empresarial que presentan las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna es alta	Crecimiento económico	Productividad Competitividad Tecnología Ventas Rentabilidad	<u>Método de la investigación</u> Correlacional <u>Población y muestra</u> La población estará conformada por 15 DACs
¿Cuál es el crecimiento económico de las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna?	Determinar el nivel de crecimiento económico en las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, 2015.	El desarrollo económico que presentan las Empresas Distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna es alta			La muestra será el 100% de las DACs de la ciudad de Tacna <u>Técnica</u> Encuesta <u>Instrumento</u> Cuestionario

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLES	TIPO DE VARIABLES	NATURALEZA DE LAS VARIABLES	ESCALA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
Gestión empresarial	Variable Independiente	Cualitativa	Ordinal	La gestión empresarial es aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio.	La gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente. La misma tiene en cuenta infinidad de factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico.	Planificación Organización Evaluación Políticas
Crecimiento económico	Variable Dependiente	Cualitativa	Ordinal	El crecimiento económico es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado. Este período puede ser muy corto; pero la teoría del crecimiento económico se ocupa principalmente de analizar los factores que influyen en el ritmo al que crece una economía por término medio durante períodos más largos	Es el resultado de una buena gestión empresarial dentro de uno o varios períodos en una Mype, el incremento del mercado, el ahorro, la inversión, el mayor consumo de bienes y servicios ayudan en el desarrollo de este crecimiento.	Estrategias Productividad Competitividad Tecnología Ventas

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

ENCUESTA

ESTIMADO ENCUESTADO:

El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada: "La Gestión Empresarial y su influencia en el Crecimiento Económico de las empresas distribuidoras de Claro en la ciudad de Tacna, período 2015."

Se aplicará este instrumento dirigido a los Gerentes y/o Administradores de las Distribuidoras de Claro, con la finalidad de conocer como la gestión empresarial influye en el crecimiento económico de las DACs.

INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, pero deberá elegir SOLO UNA.

Cada opción tiene un número, encierre el número correspondiente a la opción elegida, de la siguiente forma:

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Si la alternativa que encerró es inferior a 3, indique a que se debe en la columna izquierda (comentario)

Si se equivoca puede tachar el número rodeado con un círculo y colocar una //, para volver a rodear con un círculo la opción correcta.

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

La información es de carácter confidencial y reservado; ya que los resultados serán manejados solo para la investigación.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

SECCIÓN I: DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

Nombre o Razón Social:	
Nombre del encuestado:	
Cargo:	

SECCIÓN II: TEST DE OPINIÓN

PREGUNTAS Y RESPUESTAS							
GESTION EMPRESARIAL	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN					COMENTARIO
	1. ¿Considera que una buena planificación contribuye en el desarrollo de una buena gestión empresarial?	1	2	3	4	5	
	2. ¿La planificación con la que trabajan ayudó a cumplir los objetivos de la empresa?	1	2	3	4	5	
	3. ¿Considera necesaria la organización jerárquica al momento de delegar funciones?	1	2	3	4	5	
	4. ¿La forma de organización jerárquica con la que trabajan le está dando resultados favorables a la empresa?	1	2	3	4	5	
	5. ¿Considera usted necesaria una evaluación en la gestión empresarial?	1	2	3	4	5	
	6. ¿Considera importante que cada DAC trace objetivos o metas por cumplir en un determinado tiempo para así poder evaluar los resultados de los mismos?	1	2	3	4	5	
	7. ¿Considera necesario el uso de políticas empresariales para la gestión empresarial?	1	2	3	4	5	
	8. ¿Considera conveniente tomar como modelo las políticas empresariales de las grandes empresas?	1	2	3	4	5	
	9. ¿Considera usted que el uso de estrategias favorecen el crecimiento económico del negocio?	1	2	3	4	5	
10. ¿Implementa nuevas estrategias para mejorar el crecimiento económico después de cada periodo?	1	2	3	4	5		

	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN					COMENTARIO
		1	2	3	4	5	
CRECIMIENTO ECONOMICO	1. ¿Se realizan reuniones con la administración y supervisores para tratar soluciones que a largo plazo ayude a mejorar la productividad de la empresa?	1	2	3	4	5	
	2. ¿Cada cuánto tiempo mide su productividad para saber si obtiene resultados que favorezcan el crecimiento económico del negocio?	1	2	3	4	5	
	3. ¿Considera que la competitividad en el mercado es importante para el desarrollo de las Dacs?	1	2	3	4	5	
	4. ¿Cree necesario mantenerse actualizado con la tecnología para mejorar el desempeño de las funciones?	1	2	3	4	5	
	5. ¿Se genera mensualmente un reporte de ventas por cada vendedor para poder medir el rendimiento por separado?	1	2	3	4	5	
	6. ¿Realiza comparaciones semestrales o anuales de las ventas para poder medir el crecimiento económico del negocio?	1	2	3	4	5	
	7. Considera necesario el uso de indicadores o ratios para medir la rentabilidad	1	2	3	4	5	
	8. La rentabilidad generada mensualmente son los favorables para el crecimiento económico del negocio	1	2	3	4	5	