



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU RELACIÓN CON EL
CRECIMIENTO DE LAS MYPE DEL CENTRO COMERCIAL
“CENTRO LIMA”, LIMA, 2023**

PRESENTADO POR

EDUARDO MARTÍN GARCÍA MARQUEZ

ANTHONY KEVIN GUERRERO PAREDES

ASESOR

EDWAR JAIME SOTO POLO

TESIS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

LIMA – PERÚ

2023



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO DE LAS
MYPE DEL CENTRO COMERCIAL “CENTRO LIMA”, LIMA, 2023**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR
EDUARDO MARTÍN GARCÍA MARQUEZ
ANTHONY KEVIN GUERRERO PAREDES**

**ASESOR
MG. EDWAR JAIME SOTO POLO**

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mis padres, mi hermana y mi sobrino por ser la motivación en todos los aspectos de mi vida.

Kevin Guerrero

Dedico esta tesis a dios, quien me ayudo a levantarme y seguir adelante frente a las dificultades que he afrontado, a mi familia por el apoyo en todo momento.

Eduardo García

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional en todo momento, a la Universidad de San Martín de Porres por su compromiso en mi formación profesional, y a mis docentes, asesor y mi compañero por haber ayudado a culminar de la mejor manera este trabajo.

Kevin Guerrero

Agradezco a dios quien me ha guiado y me ha dado fortaleza para continuar, a mi familia, en especial a mi madre quien siempre ha confiado en mí y me han brindado su apoyo incondicional, a mi compañero de trabajo y al profesor Edwar Soto Polo por la ayuda y consejos para el buen desarrollo de la tesis.

Eduardo García

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS	3
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	21
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	21
1.1.1 Antecedentes Nacionales.....	21
1.1.2 Antecedentes Internacionales	25
1.2 Bases teóricas.....	27
1.3 Definición de términos básicos.....	56
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	59
2.1 Formulación de Hipótesis General y Específicas	59
2.2 Variables y Definición Operacional.....	60
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	62
3.1. Diseño Metodológico	62
3.2 Diseño Muestral	64
3.3 Técnicas de Recolección de Datos	68
3.4 Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información	71
3.5 Aspectos Éticos.....	74
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	75
4.1 Descripción de la muestra.....	75
4.2 Resultado de las encuestas	76
4.2.1 Variable 1: Gestión Administrativa	76

Dimensión 1: Planeación.....	76
Dimensión 2: Organización	80
Dimensión 3: Dirección	82
Dimensión 4: Control.....	86
4.2.2 Variable 2: Crecimiento Empresarial.....	90
Dimensión 5: Factores Internos.....	90
Dimensión 6: Factores Externos	95
4.3 Análisis exploratorio	99
4.4 Análisis descriptivos de las variables	101
4.5 Prueba de normalidad	104
4.5.1 Prueba de normalidad de la variable 1: Gestión Administrativa.....	105
4.5.2 Prueba de normalidad de la variable 2: Crecimiento empresarial...	107
4.6 Contrastación de Hipótesis	109
4.6.1 Hipótesis General	110
4.6.2 Hipótesis Específicas	111
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	116
5.1 Hipótesis General:.....	116
5.2 Hipótesis Específica 1	117
5.3 Hipótesis Específica 2	118
5.4 Hipótesis Específica 3	120
5.5 Hipótesis Específica 4:.....	121
CONCLUSIONES.....	123
RECOMENDACIONES	125
FUENTES DE INFORMACIÓN	127
ANEXOS	131
Anexo I: Matriz de consistencia	132
Anexo II: Matriz de Operacionalización	135
Anexo III: Instrumento de Recopilación de datos	140
Anexo IV : Validación de Juicio de Expertos	142
Anexo V: Evidencias	160

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definiciones clásicas de la administración	29
Tabla 2: Características de la administración.....	32
Tabla 3: Importancia de la administración.....	33
Tabla 4: Funciones de la administración	34
Tabla 5: Perspectivas del crecimiento empresarial	49
Tabla 6: Enfoques clásicos de crecimiento empresarial.....	49
Tabla 7: Variable 1	60
Tabla 8: Variable 2	61
Tabla 9: Niveles de confianza	67
Tabla 10: Valores estadísticos Propuestos	67
Tabla 11: Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente Alfa de Cronbach.....	69
Tabla 12: Resumen de procesamiento de casos	70
Tabla 13: Estadísticas de fiabilidad	70
Tabla 14: Estadísticas de fiabilidad de la Variable 1	70
Tabla 15: Estadísticas de fiabilidad de la Variable 2	71
Tabla 16: Edad de los encuestados.....	75
Tabla 17: Sexo de los encuestados.....	75
Tabla 18: Pregunta ¿considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?.....	76
Tabla 19: Pregunta 2 ¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos? ..	77
Tabla 20: Pregunta 3 ¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?	78
Tabla 21: Pregunta 4¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?.....	80
Tabla 22: Pregunta 5 - ¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?.....	81
Tabla 23: Pregunta 6 - ¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)	82
Tabla 24: Pregunta 7 - ¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a desarrollar mejor las actividades en la empresa?.....	83

Tabla 25: Pregunta 8 - ¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?	84
Tabla 26: Pregunta 9 - ¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?	85
Tabla 27: Pregunta 10 - ¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?	86
Tabla 28: Pregunta 11 - ¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?	87
Tabla 29: Pregunta 12 - ¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?.....	88
Tabla 30: Pregunta 13 - ¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?.....	89
Tabla 31: Pregunta 14 - ¿Considera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?.....	90
Tabla 32: Pregunta 15 - ¿Considera usted importante tener flujo de procesos para la correcta y óptima atención de los empleados a los clientes ?	91
Tabla 33: Pregunta 16 - ¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?	92
Tabla 34: Pregunta 17 - ¿ Considera usted importante implementar ventas al crédito con políticas de evaluación crediticia competitivas para atenuar los riesgos de morosidad?	93
Tabla 35: Pregunta 18 - ¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos revelen un crecimiento en la empresa?	94
Tabla 36: Pregunta 19 - ¿Considera usted necesario implementar una estrategia del competidor que le genere resultados positivos?.....	95
Tabla 37: Pregunta 20 - ¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?.....	96
Tabla 38: Pregunta 21 - ¿Considera usted que el servicio ofrecido por su empresa genera la fidelización del cliente?.....	97
Tabla 39: Pregunta 22 - ¿Considera usted que la empresa cuenta con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?	98
Tabla 40. Estadísticos Descriptivos de la variable 1: Gestión Administrativa..	101
Tabla 41. Estadísticos Descriptivos de la variable 2: Crecimiento Empresarial	103
Tabla 42: Prueba de normalidad Variable 1	105
Tabla 43: Prueba de normalidad Variable 2	107
Tabla 44: Correlaciones de Spearman de Hipótesis General	110

Tabla 45: Correlación de Spearman de Hipótesis Específica 1 - Planeación .	112
Tabla 46: Correlación de Spearman de Hipótesis Específica 2 - Organización	113
Tabla 47: Correlación de Spearman de Hipótesis Específica 3 - Dirección	114
Tabla 48: Correlación de Spearman de Hipótesis Específica 4 - Control	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Pregunta 1 - ¿Considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?	77
Figura 2: Pregunta 2 -¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos? ..	78
Figura 3: Pregunta 3 -¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?	79
Figura 4: Pregunta 4 -¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?	80
Figura 5: Pregunta 5 - ¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?.....	81
Figura 6: Pregunta 6 - ¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)	82
Figura 7: Pregunta 7 - ¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a desarrollar mejor las actividades en la empresa?.....	83
Figura 8: Pregunta 8 -¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?	84
Figura 9: Pregunta 9 -¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?	85
Figura 10: Pregunta 10 -¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?.....	86
Figura 11: Pregunta 11 -¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?	87
Figura 12: Pregunta 12 -¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?88	
Figura 13: Pregunta 13 - ¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?.....	89
Figura 14: Pregunta 14 -¿Considera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?90	
Figura 15: Pregunta 15 -¿Considera usted importante tener flujo de procesos para la correcta y óptima atención de los empleados a los clientes?.....	91

Figura 16: Pregunta 16 - ¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?	92
Figura 17: Pregunta 17 -¿Considera usted importante implementar ventas al crédito con políticas de evaluación crediticia competitivas para atenuar los riesgos de morosidad?	93
Figura 18: Pregunta 18 -¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos revelen un crecimiento en la empresa?	94
Figura 19: Pregunta 19 - ¿Considera usted necesario implementar una estrategia del competidor que le genere resultados positivos?.....	95
Figura 20: Pregunta 20 -¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?.....	96
Figura 21: Pregunta 21 -¿Considera usted que el servicio ofrecido por su empresa genera la fidelización del cliente?.....	97
Figura 22: Pregunta 22 -¿Considera usted que la empresa cuenta con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?	98
Figura 23: Gráfico de cajas de la Variable 1: Gestión Administrativa	99
Figura 24 : Gráfico de cajas de la Variable 2: Crecimiento empresarial	100
Figura 25: Histograma de la Variable 1 : Gestión Administrativa	106
Figura 26: Gráfico Q-Q de normalidad de la Variable 1: Gestión Administrativa	106
Figura 27: Histograma de la Variable 2: Crecimiento empresarial	108
Figura 28: Gráfico Q-Q de normalidad de la Variable 2: Crecimiento Empresarial	108

RESUMEN

El objetivo de la investigación es determinar la relación de la gestión administrativa con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.

La metodología que se aplicó es de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, alcance descriptivo correlacional, diseño no experimental y corte transversal. Se utilizó una muestra de 284 microempresarios aplicándose un cuestionario mediante encuestas en Escala de Likert.

La correlación de Spearman ($Rho = 0,785$) demuestra que existe relación entre las variables Gestión Administrativa y Crecimiento Empresarial, mientras que el nivel de significancia $0,000 < 0,05$, determina que se acepte la hipótesis general.

Se concluye que las microempresas deben aplicar adecuadamente la planeación, organización, dirección y control para ejecutar correctamente la gestión administrativa, y de esta manera lograr resultados positivos.

Palabras clave: gestión administrativa, crecimiento empresarial, mype, planeación, organización, dirección y control.

ABSTRACT

The objective of the research is to determine the relationship of administrative management with the growth of the mype of the Shopping Center "Centro Lima", Lima, 2023.

The methodology that was applied is of a quantitative approach, applied type, correlational descriptive scope, non-experimental design, and cross section. A sample of 284 microenterprises was used, applying a questionnaire through Likert Scale surveys.

Spearman's correlation ($Rho = 0.785$) shows that there is a relationship between the variables administrative management and business growth, while the level of significance $0.000 < 0.05$ determines that the general hypothesis is accepted.

It is concluded that microenterprises must adequately apply planning, organization, direction, and control to correctly execute administrative management, and in this way achieve economic benefits.

Keywords: administrative management, business growth, mype, planning, organization, direction, control.

NOMBRE DEL TRABAJO

109. Tesis - Eduardo garcía & kevin guerrero - ASESOR EDWAR SOTO.docx

RECuento DE PALABRAS

25599 Words

RECuento DE CARACTERES

142905 Characters

RECuento DE PÁGINAS

135 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

7.8MB

FECHA DE ENTREGA

May 18, 2023 11:45 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 18, 2023 11:49 AM GMT-5

● **19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 15% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años han ocurrido constantes cambios sociales en el mundo, mayormente influenciados por la globalización y el desarrollo de la tecnología. En este contexto han surgido nuevos emprendimientos, fenómeno que ha conllevado a una competencia más rígida en los negocios a nivel global, en consecuencia, ha originado que los emprendedores requieran la implementación de nuevas estrategias empresariales para que su negocio pueda mantenerse en el tiempo.

Actualmente, el 90% de las empresas en el mundo son micro, pequeñas o medianas. Estas representan entre el 60% y 70% del empleo a nivel global y el 50% del PBI. Las mype necesitan resistir al impacto negativo de factores económicos como la inflación y actualmente, el brote de la pandemia (Naciones Unidas, 2022). Se puede inferir que una causa importante para el desarrollo de nuevos emprendimientos en los últimos tiempos fue el surgimiento del Covid-19.

En ese sentido, en la mayoría de los países de América Latina se opta por la creación de micro y pequeñas empresas, quienes hoy en día son fundamentales para el desarrollo de las economías nacionales y vitales en la creación de empleo, aunque esto no se relaciona con su participación en el PBI (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020).

En Latinoamérica la cantidad de microempresas es el 88.4% del total, las pequeñas el 9.6%, las medianas el 1.5% y las grandes solo el 0.5%. En contraste, la participación en el empleo de las grandes empresas es mayor con el 38.8%,

mientras que en las microempresas solo el 27.4% (Grupo de Inversiones Suramericana [Grupo Sura], 2021).

La gestión administrativa no solo debe ser seguida por las grandes empresas, sino que también es esencial para las pequeñas y medianas, pues sus objetivos se enfocan más en la supervivencia de dichas organizaciones, a diferencia de las de mayor tamaño (Correa, 1999, como se citó en Blázquez et al., 2006b).

Por lo expuesto, se deduce que las mype necesitan mantenerse en el mercado y para esto, una buena vía es utilizar estrategias empresariales que se podrían complementar con el apoyo gubernamental, financiamientos y/o créditos bancarios.

Para implementar estrategias adecuadas, los gerentes deben partir de las bases del proceso administrativo (planear, organizar, dirigir y controlar) con el fin de lograr el éxito de cualquier tipo de organización, por lo tanto, conseguir sus metas (Stoner et al., 1996).

En el Perú, está comprobado que las mype, a pesar de su alta participación en la economía nacional, de cada diez empresas solo tres logran pasar con éxito el primer año, mientras que solo una llega a superar los dos años de vida (Mares, 2013).

Debido a este problema, se cree relevante la implementación de estrategias que ayuden a que las mype peruanas recientemente creadas superen ese peldaño de resistencia, y es fundamental que logren este objetivo mediante la gestión administrativa. Esto no solo permitirá que se mantengan en el tiempo, sino que también ayudará a que obtengan un crecimiento continuo, tanto en aspectos internos como externos.

Se sabe que las mype en el Perú son el 95% de todas las organizaciones nacionales. Una vía de supervivencia en los últimos años ha sido el apoyo de instituciones gubernamentales, aunque en su mayoría han fracasado en el intento de formalización (Sociedad de Comercio Exterior del Perú [ComexPerú], 2021). Estas han superado la mortandad en el primer año; sin embargo, no significa que logren un crecimiento, pues se entiende que no saben aprovechar sus recursos debido a su informalidad.

ComexPerú (2021) indica que Lima es la región del Perú donde existen mayor número de mype con el 32% del total. En el Centro Comercial “Centro Lima” existen diversas mype enfocadas en el sector impresión, el cual es muy requerido y posee una alta demanda por parte de los clientes al ser parte del sector empresarial de servicios y productos. Como lo indica ComexPerú (2021), el sector servicios en el Perú concentra el 52% de las mype, el de comercio el 35% y el de producción solo el 13%.

Los emprendedores deben comprender con mayor claridad las estrategias que impulsen un crecimiento general en sus actividades y aprovechen sus recursos al máximo, generando mayores ingresos económicos y la posibilidad de supervivencia y expansión.

Bajo la problemática expuesta, se infiere que las microempresas deben aplicar una adecuada gestión administrativa para generar un crecimiento de manera constante y mantenerse en el mercado de forma competitiva, por lo cual se plantea como

problema general ¿De qué manera se relaciona la gestión administrativa con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023?

Este estudio se justifica porque busca dar a conocer el efecto de la gestión administrativa en las mype para el logro de su crecimiento y de esta forma generar estrategias para el incremento de su competitividad. Asimismo, se basa y constata bajo un carácter teórico, práctico y metodológico, pues indaga, contrasta y debate conocimientos ya expuestos sosteniéndose en teorías de distintos autores para describir o complementar nuevas estrategias en las microempresas del país, buscando motivar a los gerentes a utilizarlas para lograr una mejor estabilidad.

La importancia de este trabajo se hace presente para comprender cómo la gestión administrativa genera un impacto positivo en el crecimiento de las mype, siendo un apoyo en los objetivos que estas organizaciones se trazan. La gestión administrativa genera cambios significativos ayudando a que estas identifiquen tanto aspectos positivos como negativos que puedan ser corregidos. Además, es relevante porque la información recopilada tanto de las variables como su descomposición han sido extraídas y citadas desde fuentes confiables.

Por otro lado, genera interés de las organizaciones emprendedoras, ya que les permite determinar qué procesos están siendo omitidos y/o requieren de una mejor gestión, y así conocer las distintas estrategias que puedan emplearse para alcanzar los objetivos trazados. Igualmente, permite que las organizaciones tengan un mejor enfoque de la gestión administrativa, y cómo esta puede ayudar a evitar pérdidas de recursos económicos, humanos y materiales, y generar beneficios a mediano y

largo plazo, enfocándose en el proceso que se debe seguir. Los procesos administrativos permiten que los empleadores y empleados realicen sus actividades de manera dinámica y no sean engorrosas o burocráticas, y así obtener beneficios que se vean reflejados en su crecimiento, ya sea económico o profesional.

La metodología aplicada se desarrolla sobre un enfoque cuantitativo porque se utilizó como instrumento el cuestionario y como técnica a la encuesta. Adicionalmente, es de tipo aplicada, de alcance descriptivo correlacional, diseño no experimental y corte transversal.

La investigación es viable bajo distintos criterios pues se emplearon encuestas que generan que la información obtenida sea de carácter verídico, así como libros, tesis, artículos, etc., que brindaron contenido confiable, de tal manera que puedan ser contrastadas con las variables en estudio; y contó con los recursos financieros suficientes para la elaboración de los cuestionarios y las visitas que se realizaron a los establecimientos.

Legalmente posee tres enfoques determinantes, la confidencialidad de la información, derecho de propiedad intelectual y derechos de protección de datos e identidad. Se ha de considerar la confidencialidad que se recabe tanto de las encuestas, fotos y pequeñas entrevistas salvaguardando la integridad de los distintos involucrados. La propiedad intelectual fue respetada dado que los creadores de las diversas fuentes de información fueron debidamente citados bajo la normativa APA. La protección de datos e identidad son de carácter judicial, por lo

tanto, los individuos que participaron en el estudio tuvieron conocimiento de cuál será la finalidad del uso de sus datos otorgando un permiso previo.

En añadido, se busca dar a conocer la importancia de la gestión empresarial y cómo esta puede ayudar a generar beneficios en las organizaciones siguiendo los procesos esenciales y que las empresas sean más rentables y sólidas en el tiempo. Para ello, el estudio se desarrolló utilizando programas especializados que permitieron analizar adecuadamente los datos estadísticos y se optimizaron los recursos que se necesitan para lograr el mínimo efecto negativo al medio ambiente, ya que se realizó con enfoque en responsabilidad social y sostenibilidad.

Se plantean las siguientes limitaciones: al tener como instrumento el cuestionario, es posible que los microempresarios no hayan respondido con sinceridad todas las preguntas de las encuestas debido a su desconfianza de cómo se utilizará la información; por otra parte, pudieron no comprender todos los términos utilizados en las preguntas, y debido a esto existe un riesgo de que algún porcentaje de respuestas no tengan una completa exactitud con la realidad; por último, algunas restricciones municipales y gubernamentales pudieron denegar el acceso a los establecimientos. Estas situaciones se resolvieron otorgando más información acerca del estudio a todos los encuestados y estableciendo horarios que se adecúen tanto a ellos como a las autoridades, por lo que no se obtuvo un margen de error representativo.

Para concluir, el presente trabajo consta de cinco capítulos: el primero desarrolla el marco teórico en el cual se describen los antecedentes, las bases teóricas y

términos básicos; el segundo aborda las hipótesis, variables y su definición operacional; el tercero desarrolla la metodología, el diseño muestral y las técnicas que han de emplearse; el cuarto examina los resultados obtenidos y el quinto muestra la discusión entre antecedentes y hallazgos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

El marco teórico abarca los antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas y la definición de términos básicos.

1.1 Antecedentes de la Investigación

Para la elaboración de esta investigación se han recabado informes que tengan relación con las variables en estudio tomando en cuenta la problemática, el objetivo general, la metodología, los resultados y las conclusiones que se emplearon para las discusiones posteriores.

1.1.1 Antecedentes Nacionales

(Vallejos, 2021) dio a conocer en su tesis denominada *Gestión Administrativa Y Competitividad Empresarial de las Mype en el Sector Transporte de Pasajeros en el Distrito de Chota, 2019*; publicada en la Universidad Nacional de Cajamarca, en la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, para optar por el grado de doctor, de manera que a partir de la lectura se pudo derivar el problema de investigación ¿Cuál es la contribución de la gestión administrativa en la competitividad empresarial de las mype, en el sector transporte de pasajeros en el distrito de Chota, 2019?, empleándose una metodología basada en un diseño no experimental, de nivel descriptivo y correlacional, puesto que la investigación se utilizó para explorar hasta qué punto se relacionan las dos variables en el estudio.

Se utilizó como instrumento al cuestionario y como muestra a 27 mype del sector transporte de pasajeros del distrito de Chota. Los resultados que se obtuvieron fueron que la gestión administrativa contribuye significativamente en la competitividad empresarial con una influencia positiva, pues el coeficiente de correlación de Pearson determina una relación de 0.578, por lo que se puede inferir que la única forma de que las mype puedan competir y crecer en el mercado es realizando adecuadamente todas las etapas de gestión. Se concluyó que la situación actual observada indica que la gestión administrativa de las mype tiene una planificación deficiente, organización inadecuada, dirección defectuosa, bajo desempeño en el control, calidad de servicio deficiente, tecnología desvalorada y financiamiento precario. Se deduce que la gestión administrativa influye positivamente en la competitividad de las microempresas generando así un crecimiento sostenible, ya que, al seguir correctamente los procesos de la administración, las organizaciones plantean estrategias por sí solas.

De acuerdo con (Rosales, 2021) en su tesis denominada *Influencia del Crédito Bancario en el Crecimiento Empresarial de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de La Victoria, 2019*, publicada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, de la Facultad de Ciencias Administrativas, para optar por el grado académico de Doctor, el cual planteó como problema de investigación ¿Cómo influye el crédito bancario en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas (mype) del distrito de La Victoria, 2019?; la metodología que se empleó fue un diseño no experimental, de corte transversal, descriptivo, correlacional, explicativo y analítico, dado que permitió desarrollar una comprensión a partir de

conocer detalladamente la información. Se utilizó como instrumento al cuestionario, y la muestra se conformó por 379 mype formales de Gamarra en el distrito de La Victoria.

Se encontró como resultado a partir de encuestas que la correlación entre el crédito bancario y el crecimiento empresarial es positiva perfecta con un coeficiente R de Pearson igual a 0.957 mostrando que la influencia de un adecuado financiamiento puede llegar a incidir significativamente en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas. Se concluye que los bancos solo permiten que las mype realicen operaciones económicas sin obtener ningún crecimiento; por otro lado, las mype son buenas pagadoras, pero su morosidad ha aumentado por delitos y corrupción en el sector y no cuentan con aval bancario ni con la confianza de los bancos al poseer un riesgo crediticio alto, siendo sometidas muy rigurosamente a esta evaluación. Se observa que, si bien el crédito bancario tiene una significancia positiva con el crecimiento de las mype, aún existe el riesgo de morosidad, el cual ha aumentado por diversas causas.

Adicionalmente, (Ventura, 2020), en su tesis titulada *Gestión administrativa y motivación en la producción de una empresa de productos naturales, 2020*, tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión administrativa y de la motivación en la producción de la empresa de productos naturales IPIFA, 2020. Se desarrolló bajo el diseño no experimental, de corte transversal - correlacional causal. La población estuvo conformada por 60 trabajadores de la empresa IPIFA, a quienes

se les aplicó como instrumento de recolección de datos una encuesta con opción múltiple de respuesta.

Se concluyó en que el modelo elegido sí explica que la variable independiente incide en la variable dependiente, debido a que el nivel de significancia fue de 0,000, con un 95% de confianza, lo que afirma que el modelo presenta un buen ajuste del 57% (Nalgerkerke = 0,570) y Chi-cuadrado=41,814 y $p=,000$, es decir, el modelo sí predice la probabilidad de ocurrencia de las dimensiones de la variable dependiente. En efecto este artículo concluye en que la gestión administrativa y la motivación tienen una relación, además que se demuestra que el análisis de la gestión administrativa sobre la productividad ayuda a disminuir la incertidumbre que gira en torno a las exigencias del mercado.

Por último, el estudio de (Tejada, 2019) en su tesis titulada *Gestión Administrativa Y El Comportamiento Organizacional En La Empresa Sci En El Área De Contact Center De Lince – 2017*, publicada en la universidad autónoma del Perú, para obtener el título de licenciada en administración de empresas, donde se pudo evidenciar que el problema de investigación fue ¿Cuál es la relación entre la gestión administrativa y el comportamiento organizacional en el área de Contact Center en la empresa SCI de Lince - 2017?, empleándose una investigación de tipo no experimental, cuantitativo y de diseño descriptivo correlacional, dado que buscó analizar la relación entre las variables gestión administrativa y comportamiento organizacional. Se utilizó el cuestionario en escala de Likert como instrumento de recolección de datos a 63 colaboradores divididos en diferentes áreas. Los

resultados obtenidos fueron procesados bajo la estadística inferencial, donde se obtuvo que existe relación entre las variables con un Rho de Spearman de 0.683 a un nivel de significancia de 0.000 menor a 0.05., lo que quiere decir que tanto los directivos como los colaboradores deben utilizar una gestión de los recursos, metas y planeamiento. Con ello se valida que la empresa debe cambiar la manera de gestionar como los colaboradores deben utilizar una gestión de los recursos la administración y así obtener resultados positivos.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

En primer lugar, se presenta el estudio de (Lara, 2018) en su trabajo de investigación titulado *Impacto de la gestión administrativa sobre la eficiencia de la actividad pesquera artesanal – Cantón Manta*, publicado por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Ecuador, tuvo como objetivo general demostrar que la gestión administrativa de los armadores influye en la eficiencia de la actividad pesquera artesanal del Cantón Manta-Manabí-Ecuador. Esta investigación se logró bajo una metodología cuantitativa analítica, con un diseño de investigación no experimental, transversal y correlacional causal, ya que como lo menciona el autor, buscó buscar la relación entre las variables descritas en el título de investigación (gestión administrativa y eficiencia de las actividades).

Para lograr analizar el trabajo en mención se utilizó un cuestionario – encuesta, la confiabilidad del instrumento fueron analizadas bajo la estadística de prueba

nominal y coeficiente Alfa de Cronbach, la validez quedó demostrada con un índice Rho de Spearman de 0.987. Luego del análisis respectivo se obtuvo como resultado de que si existe una correlación positiva entre la gestión administrativa y la eficiencia de la actividad pesquera según las dimensiones que lo componen.

Adicionalmente, (Calderón, 2018) en su trabajo de investigación titulado *La gestión administrativa y su influencia con el crecimiento empresarial para las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja, Ecuador*, publicada por la Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador, donde dicha investigación buscó demostrar la influencia entre la gestión la gestión administrativa y el crecimiento empresarial en las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja, la población del estudio sumo 110 personas, el enfoque de esta investigación fue cuantitativa de tipo correlacional, ya que se busca la relación entre las variables en mención.

Para el correcto análisis se aplicó una encuesta al total de la población, la misma que fue validada mediante el índice de consistencia y coherencia interna, Alfa de Cronbach, como resultado se evidenció que las empresas muestran una gestión regular de manera interna, cabe mencionar que en la gestión interna se evidencia una relación considerable (Sig.<0.05). Por otro lado, bajo el análisis de correlación directa se evidencia una correlación significativa (Sig.<0.05) entre el crecimiento empresarial y la gestión interna.

Por último, (Barriga & Mendoza, 2022) en su trabajo de investigación *Gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa nítido mkt*,

publicado por la Universidad Técnica de Manabí, Ecuador donde se buscó determinar el impacto de la gestión administrativa en la satisfacción de los clientes y verificar si se están cumpliendo las funciones y elementos de la gestión. El estudio se basó en una metodología no experimental, transversal, correlacional y la muestra correspondió a 20 trabajadores y 5 clientes de la empresa.

Se concluyó que la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes es positiva y significativa, ya que la empresa está realizando de manera adecuada el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar, y a través de ello se ha logrado el cumplimiento de los elementos de la satisfacción al cliente, lo que les ha permitido el logro de objetivos y desarrollo de la empresa.

1.2 Bases teóricas

Para la elaboración de las bases teóricas se tomó en consideración diversos temas y subtemas tanto de libros, artículos, revistas, informes y otras fuentes de información.

1.2.1 Gestión administrativa

En este punto se desarrolla y descompondrá la primera variable en estudio. El enfoque principal es determinar la definición, historia, características, importancia y dimensiones de la gestión administrativa.

1.2.1.1 Definición de la administración

La administración es un término que se emplea repetitivamente en el enfoque empresarial. Aunque también es utilizada para referirse a otros aspectos, mayormente está relacionada al primer punto en mención.

Existen diversas definiciones, y estas dependen tanto del autor como de la escuela administrativa a la que pertenecen. Chiavenato menciona que: “La Administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales” (2006, p. 10).

Basado en la opinión del autor, se puede concluir que administrar es una serie de actividades relacionadas entre sí que tienen como finalidad lograr los objetivos fijados en la organización.

Por otro lado, Robbins & Coulter definen que la administración, “consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas” (2005, p. 7).

La definición que el autor menciona está enfocada, principalmente, en los individuos y cómo estos tienen cierta relevancia en poder realizar actividades de manera eficiente y eficaz para obtener un resultado positivo.

Otras definiciones de la administración están relacionadas a las antes mencionadas. La particularidad que existen entre ellas son las actividades y objetivos que han de desarrollarse, planear, organizar, dirigir y controlar o los sinónimos de estas. Un segundo punto de semejanza es el énfasis que se les da a los individuos, es decir,

de cómo estos forman parte de la cadena para un desarrollo óptimo de las organizaciones.

Para Reyes, luego de estudiar el concepto de la administración de distintos autores, este lo señala como: “la función de lograr que las cosas se realicen por medios de otros u obtener resultados a través de otros” (2007, p. 4).

El autor también cita a diversos autores y el concepto que estos tienen de la administración, algunos de ellos considerados como los padres de la administración moderna y clásica, como se nota en la tabla 1:

Tabla 1: Definiciones clásicas de la administración

Autor	Definición
E.F.L. Brech	Es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado.
H. Fayol	Administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar.
J.A. Fernández Arena	Es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado.
W. Jiménez Castro	Es una ciencia compuesta de principios, técnicas y practicas cuya aplicación a conjunto de humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr.
Koontz y O'Donnell	La dirección de un organismo social, y su efectividad en alcanzar sus objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes.

J.D. Mooney	Es el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás, con base en profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana.
Peterson y Plowman	Una técnica por medio de la cual se determinan, clarifica y realizan los propósitos y objetivos de un grupo humano particular. El empleo de la autoridad para organizar dirigir y controlar subordinados responsables (y, consiguientemente, a los grupos que ellos comandan), con el fin de que todos los servicios que se presentan sean debidamente coordinados en el logro del fin de la empresa.
F. Tannenbaum	
G.P. Terry	Consiste en lograr un objetivo predeterminado mediante el esfuerzo ajeno.

Nota. Elaboración propia, extraído del libro “Administración Moderna” de (Reyes, 2007)

De igual manera, Hit et al. definen administración “como el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional” (2006, pág. 8).

Koontz et al., afirman que “es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz” (2012, p. 4).

En conclusión, las diversas definiciones de administración tanto antiguas como modernas poseen similitudes, mencionando el proceso que se ha de realizar para llegar a los objetivos, pues estos han de desarrollarse por individuos inmersos en las organizaciones.

1.2.1.2 Historia de la administración.

La historia de la administración data de los inicios de la creación de los grandes imperios, pero con el pasar del tiempo esta ha ido evolucionando de una manera significativa.

Chiavenato nos menciona que “en el curso de toda la historia de la humanidad, la administración se desarrolló con una lentitud impresionante. Sin embargo, a partir del siglo XX, es que surgió y estalló en un desarrollo de notable auge e innovación” (2006, p. 28).

Se puede concluir que en los últimos 100 años la administración ha ido creciendo e integrando el pensamiento de diversos precursores de distintas ramas de la ciencia como la filosofía, la física, la economía, la estadística y el apoyo de los empresarios que con las experiencias y la teoría en su campo de actividad han ido divulgando (Chiavenato, 2006, p. 24).

Desde 1900 la historia de la administración ha ido desarrollándose con la intervención de distintos personajes que hoy son conocidos como los padres de la administración moderna y tradicional. Jurado detalla de manera más concreta que:

La administración nace con los textos escritos de Frederick Taylor (1911) en Estados Unidos y de Henri Fayol (1916) en Francia. Sin embargo, no es un desarrollo tan sencillo, ya que es el resultado de largos y complejos procesos acaecidos durante la Revolución Industrial (1780-1900), de los que se ocupan marginalmente los textos clásicos de la administración. Para estos, la época de principios del siglo XX es el momento fundacional de la disciplina

administrativa que merece ser estudiado, así como sus desarrollos posteriores con la “Teoría de las relaciones humanas”, hacia las décadas de 1920 y 1930; sólo de forma accesoria tratan el periodo de la Revolución Industrial como “antecedente”, pero no como un proceso histórico constitutivo de la disciplina. (2017, pág. 11)

La historia de la administración ha ido moldeándose y evolucionando a lo largo de las últimas décadas. Si bien se menciona que han tenido el apoyo de diversas ramas de la ciencia, la idea central se ha mantenido al igual que su objetivo final.

1.2.1.3 Características de la administración

La administración contiene conocimientos sistematizados en el análisis del comportamiento y actuación de las organizaciones (Torres, 2014).

En ese sentido, la administración consta de las siguientes características:

Tabla 2: Características de la administración

Característica	Concepto
Universalidad	Se da en todo organismo social donde existe coordinación sistemática de medios.
Especificidad	Es específica y distinta a otras ciencias que la acompañan.
Unidad temporal	Es único y ocurre todo el tiempo en una empresa.

Unidad jerárquica

Todo los que tienen carácter de autoridad participan en distintos grados y modalidades.

Nota. Elaboración Propia, adaptada del libro “Administración Moderna” de (Reyes, 2007)

1.2.1.4 Importancia de la administración.

Para Torres, la administración es importante porque es clave para el logro de los objetivos de una empresa: “A las organizaciones les interesan que las cualidades del administrador se adapten a su filosofía, principios y prioridades, las cuales finalmente deben repercutir en la meta suprema de las organizaciones lucrativas, que es crear riqueza para los accionistas” (2014, p. 9).

Cabe considerar, por otra parte, los siguientes aspectos de su importancia, como se muestra en la tabla 3:

Tabla 3: Importancia de la administración

Importancia de la administración	
Importancia de la administración	<ul style="list-style-type: none">• Cuanto más grande sea un organismo social, la administración es más necesaria.• El éxito de una organización depende de su buena administración.• Las pequeñas y medianas empresas solo podrán competir mejorando su administración.

-
- Eleva la productividad.
 - Es vital para los países en vías de desarrollo.
-

Nota. Elaboración Propia, adaptada del libro “Administración Moderna” de (Reyes, 2007).

1.2.1.5 Funciones de la administración

En la tabla 4 se señalan las funciones de la administración:

Tabla 4: Funciones de la administración

Funciones de la administración	
Funciones de la administración	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación • Organización • Dirección • Control

Nota. Elaboración Propia, extraído del libro de “Administración” de (Robbins & Coulter, 2005)

Planeación

Según plantean Robbins y Coulter, la planeación es la base para que las organizaciones logren sus metas a un plazo establecido: “Los gerentes que desempeñan la función de planeación definen las metas, fijan las estrategias para alcanzarlas y trazan planes para integrar y coordinar las actividades” (2005, p. 9).

La toma de decisiones por parte de los gerentes es esencial para iniciar la planificación, que tendrá repercusión en la misión y visión de la empresa. En ese sentido, la planeación también se puede definir como:

La base de todas las funciones gerenciales que consiste en seleccionar misiones y objetivos, y decidir sobre las acciones necesarias para lograrlos; requiere tomar decisiones, es decir, elegir una acción entre varias alternativas, de manera que los planes proporcionen un enfoque racional para alcanzar los objetivos preseleccionados. (Koontz et al., 2012, p. 108)

La toma de decisiones es el punto de partida para impulsar la planeación, que será importante para lograr las metas, siguiendo los planes de los gerentes y tomando acción en base a ellos (Griffin, 2011).

Desde una perspectiva más general, Robbins & Coulter (2005) señalan que la planeación se da bajo los siguientes procesos:

Metas y Objetivos

Las metas son sinónimos de los objetivos, y estas definen el camino de las decisiones en la organización y son esenciales para formar los criterios en que se medirán los logros en la empresa. Existen objetivos económicos, que tienen que ver con el área financiera de la empresa, y objetivos estratégicos que se enfocan en las demás áreas (pp. 160-161).

Estrategias

Son las decisiones y acciones gerenciales que establecen el desempeño a largo plazo de las organizaciones. En primer lugar, se debe identificar la misión, objetivos y estrategias actuales. En segundo lugar, se debe realizar un análisis identificando las oportunidades, amenazas, fuerzas y debilidades, es decir, un análisis interno y externo. Con esta información, se debe formular las estrategias, ponerlas en

marcha, y finalmente, evaluar los resultados obtenidos, para calcular su eficacia y plantear ajustes. La estrategia de nivel corporativo define en qué negocios quiere estar una empresa, y las estrategias de nivel empresarial determina cómo va a competir la organización en dichos negocios (pp. 180-190).

Planes

Para sintetizar la definición y división de los planes, mencionan que son los documentos en donde está escrita la forma que se debe seguir para conseguir las metas establecidas. Allí se distribuyen recursos, calendarios y diversas acciones para alcanzarlas. Los planes operativos especifican la forma en que se van a alcanzar las metas generales, que se fijan en los planes estratégicos. Asimismo, los planes a largo plazo están basados en más de tres años, mientras que los de corto plazo se enfocan en un año máximo. Los planes específicos siguen los caminos establecidos y detallados y los planes direccionales pueden saltarse estos caminos ante cambios bruscos. Finalmente, un plan único se da para lograrlo una sola vez, a diferencia de un plan permanente, que se realiza repetidamente (pp. 160-161).

Organización

Para Koontz et al. (2012) organizar se refiere a identificar y clasificar actividades, agrupar las actividades para alcanzar las metas, asignar estos grupos a cada gerente y tener una coordinación minuciosa en toda la estructura organizacional.

De acuerdo con lo señalado por Robbins & Coulter, los gerentes son los que deben indicar todos los aspectos y tareas para cada uno de los colaboradores, y así lograr una adecuada organización: “los gerentes organizan, determinan qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones” (2005, p. 9).

Asimismo, Griffin (2011) define que la organización se divide en los siguientes aspectos:

Estructura Organizacional

Es el conjunto general de elementos y las relaciones entre ellos que sirven para administrar la organización. Además, es el medio por el cual se aplican las estrategias y planes para alcanzar los objetivos predeterminados en la empresa. (p. 371). Por lo tanto, es fundamental para desarrollar las relaciones entre áreas y así conseguir un orden interno.

Administración de Recursos Humanos

Es el medio para mantener correctamente a un personal efectivo: “Es el conjunto de actividades organizacionales dirigido a atraer, desarrollar y mantener una fuerza de trabajo efectiva. La administración de recursos humanos tiene lugar dentro de un entorno complejo y siempre cambiante” (p. 435).

Administración del cambio

El autor define a la naturaleza del cambio como todo tipo de modificación o variación que se realice dentro de la organización con el objetivo de mantener el negocio de manera exitosa y competitiva. La razón para realizar este cambio es que algún elemento relacionado a la empresa ha cambiado o es posible que cambie en el futuro (p. 401).

Las áreas para ejecutar la administración de cambio pueden ser la estructura organizacional; la tecnología y operaciones; las personas, las actitudes y las conductas: y los procesos de negocio (pp. 407-411).

Innovación Organizacional

Asimismo, el autor menciona que la innovación “consiste en el desarrollo, aplicación, lanzamiento, crecimiento y administración de la madurez y la declinación de las ideas creativas” (p. 417), por lo que es fundamental para lograr ventajas competitivas.

El proceso empieza con el desarrollo, donde se evalúa y modifica una idea. Sigue la aplicación de la idea para su posterior lanzamiento (donde se presentan los nuevos bienes o servicios al cliente), y el crecimiento de la demanda. La innovación entra en una madurez donde la competencia ya ha implementado la idea, y finalmente, la declinación, donde se deben desarrollar innovaciones sustitutas (pp. 417-420).

Dirección

Según lo expuesto por Robbins & Coulter, la dirección es la capacidad de influencia de los gerentes con sus colaboradores para lograr las metas: “los gerentes dirigen cuando motivan a sus subordinados, influyen en los individuos y los equipos mientras hacen su trabajo, eligen el mejor canal de comunicación o de cualquiera otra manera se ocupan del comportamiento de los empleados” (2005, p. 9).

Asimismo, Arguello et al. señalan que “El proceso de administración de dirección comprende que la organización funcione adecuadamente” (2020, p. 33).

Por otro lado, Stoner et al., señalan que “los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de planificación y la organización” (1996, p. 13).

La dirección debe gestionarse correctamente con los siguientes aspectos, como lo muestran Koontz et al. (2012):

Motivación

Es un término general que se aplica a todo tipo de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares. Decir que los gerentes motivan a sus subordinados es decir que hacen cosas que esperan satisfarán esos impulsos y deseos, y que los inducirán a actuar de la manera deseada. (p. 388)

Liderazgo

Se define como la capacidad de influir en las personas para que estas se desempeñen con entusiasmo hacia el logro de las metas trazadas. Es importante que las personas se sientan con confianza, energía y trabajen con pasión en sus funciones. De esta forma, los líderes deben lograr que sus colaboradores demuestren su mejor capacidad (p. 413).

Equipos y toma grupal de decisiones

Los grupos o equipos de trabajo son personas que realizan una tarea específica para el logro de un objetivo común. El proceso de un grupo se da bajo la formación (conocimiento), confrontación, donde se determina la meta y surgen conflictos; normatividad, donde se llega a un acuerdo y el desempeño, donde todos los miembros se dedican a la tarea pactada (p. 438).

Comunicación

Los autores afirman que la comunicación es esencial para lograr que la empresa se maneje adecuadamente, pues su propósito es:

Disponer de información para actuar en los procesos de cambio o facilitarlos, esto es, influir en la acción para lograr el bienestar de la empresa. La comunicación es esencial para el funcionamiento interno de las empresas porque integra las funciones gerenciales. (p. 456)

Administración de las relaciones interpersonales

Dentro de este marco, Griffin define el rol de la comunicación como parte muy importante en la toma de decisiones en la empresa, tanto para el gerente como subordinados. La comunicación en la organización se puede dar de forma interpersonal (comunicación oral y escrita); mediante redes de comunicación (que se dan mediante un patrón entre grupos); la comunicación organizacional, que puede ser vertical (entre gerentes y subordinados) u horizontal (colaboradores del mismo nivel). También se aplica la comunicación electrónica, que utiliza sistemas de información y tecnología electrónica personal (2011, pp. 586-594).

Control

Se puede definir el control como la regulación de las actividades de la empresa, con el objetivo de que cualquier factor de desempeño se mantenga dentro de los límites planificados. De no realizarlo, las empresas no tendrían una medición de qué tan cerca se encuentren de sus metas. (Griffin, 2011)

De acuerdo con Robbins & Coulter (2005) el control es una etapa necesaria porque es preciso evaluar si todo se está realizando como había estado previsto. Se debe comparar el desempeño actual con las metas planificadas, y si se encuentran problemas, se deben saber administrarlos.

Griffin (2011) señala que la primera etapa para iniciar el proceso de control es el establecimiento de estándares.

Estándares de control

El autor afirma que “Un estándar de control es un objetivo contra el que se comparará el desempeño subsecuente”. (p. 651), y que “Un aspecto final de establecer estándares es identificar los indicadores del desempeño. Estos indicadores son mediciones del desempeño que proporcionan información directamente pertinente a lo que se controla” (p. 652).

Robbins & Coulter (2005) agregan que las etapas del control se sintetizan con los siguientes procesos:

Medición del desempeño

Se mide el desempeño en base a la observación del personal, informes estadísticos, orales y escritos. Es más importante establecer lo que se va a medir que cómo se va a medir. Las observaciones al personal tienen la ventaja de ser una información de primera mano y confidencial, pero requiere tiempo realizarla. Los informes estadísticos son eficaces para mostrar relaciones, aunque proporcionan información limitada. Por otra parte, los informes orales son bastante rápidos y permiten retroalimentación, pero la información se suele filtrar y no se puede documentar. Finalmente, los informes escritos son completos y formales, pero requieren mucho más tiempo que las demás vías (p. 461).

Comparación

En esta etapa se compara el desempeño real y el desempeño fijado. Es importante determinar un margen de variación tolerable. El tamaño de este margen es lo que

más le interesa al gerente, y si existen desviaciones significativas, se debe tomar atención y acción inmediata (p. 462).

Acciones correctivas

Es la última etapa del control, donde los administradores pueden tomar tres tipos de decisiones: no tomar acciones, corregir el desempeño o realizar una revisión de sus estándares. Para corregir el desempeño, se deben tomar medidas como cambios en las estrategias, estructuras, etc. Además, debe analizar si necesita resolver con medidas correctivas inmediatas (instantáneas), o medidas correctivas básicas, para corregir la causa de la desviación. Para revisar los estándares, se deben modificar las metas, que pudieron ser demasiadas altas o bajas (p. 463).

Finalmente, Griffin (2011) divide la gestión del control en dos aspectos: la administración de operaciones, calidad y productividad; y la administración de tecnología e información:

Administración de operaciones, calidad y productividad

Estos tres aspectos se encuentran ampliamente relacionado, pues: “Son un interés funcional importante para las organizaciones, porque la administración de operaciones eficiente y eficaz hace mucho para asegurar la competitividad y el desempeño organizacional general, así como la calidad y la productividad” (p. 580).

Administración de Tecnología e información

El autor indica que “son datos presentados en cierta forma o manera que tenga significado” y que “tiene sentido para un gerente y proporciona una base para la

acción” (p. 716). En ese sentido, indica que la tecnología de información “se refiere a los recursos utilizados por una organización para administrar la información que necesita con el fin de realizar su misión” (p. 716).

1.2.1.6 Relación de Gestión administrativa y Crecimiento Empresarial

La gestión administrativa debe estar ligada al crecimiento desde la etapa de planeación, por lo que el gerente debe elaborar estrategias de crecimiento, a su vez, están podrán otorgar dos tipos de identificación de problemas, tal y como lo afirma Salas Fumás (1986, como se citó en Blázquez et al., 2006b):

La adopción de una estrategia de crecimiento permite distinguir, por un lado, problemas de origen cualitativo, relacionados con la necesidad de cambios en la estructura, métodos de dirección y de control, etc.; por otro lado, problemas de tipo cuantitativo derivados de las demandas de recursos para la inversión y financiación que dicho crecimiento genera. (p. 168)

En ese sentido, Blázquez et al. indican que, gracias a la adecuada etapa de planeación en la gestión administrativa, se podrán obtener mejores resultados competitivos: “una mejor adecuación y planificación de los recursos de los que dispone una empresa podría generar mayores tasas de ingresos, cuota de mercado, etc., en definitiva, un mayor crecimiento” (2006b, p. 168).

Canals menciona que “Podemos identificar cuatro factores con una clara influencia: la estructura y los sistemas formales, el propósito de la organización, la cultura y los valores corporativos y, finalmente, el papel de la alta dirección de la empresa” (2004,

p. 363). Se deduce que el crecimiento empresarial se encuentra muy ligado a la toma de decisiones de los directivos, además, es influido por factores que implican todas las etapas de la gestión empresarial (planeación, organización, dirección y control).

Del mismo modo, se puede indicar que el crecimiento es influido altamente por el contexto interno de la empresa, la cual necesita la aplicación de una adecuada dirección (Canals, 2004).

La dirección es una etapa clave en la gestión administrativa, por lo tanto, lo es también para el crecimiento empresarial. Ghoshal y Barlett (1997, como se citó en Canals, 2004), indican que el papel de alta dirección está definido por tres nuevas dimensiones: la primera se refiere en avanzar más allá de formular estrategias, y así centrarse en ratificar de forma constante las metas de la organización. La segunda es avanzar más allá de la estructura formal, y así continuar con el desarrollo de la configuración empresarial (conseguir solucionar problemas y otorgar un servicio de calidad a los clientes finales). La última es avanzar más allá de los sistemas formales con el propósito de enfocarse más en el desarrollo de las personas y/o colaboradores de la compañía (p. 366).

Jovanovic (1982, como se citó en Seclen, 2016) da a conocer la correlación que existe entre ambas variables mediante la teoría del aprendizaje:

Solo las empresas eficientes sobreviven y crecen, por ello se trata de explicar el crecimiento añadiendo nuevos factores como la edad de la empresa y el sector donde compite, poniendo énfasis en el aprendizaje

organizacional a través del cual los administradores saben cómo obtener mejores resultados en la empresa. (p. 228)

Machado (2016, como se citó en Seclen, 2016) deduce que: “las empresas con gran experiencia en el mercado podrían tener altas tasas de crecimiento” (p. 228).

Se puede observar que el crecimiento empresarial depende exclusivamente de sus estrategias de gestión, siendo muy importante la forma de competir en el mercado. Las empresas que logran mantenerse en el tiempo tienen altas probabilidades de lograr su crecimiento sabiendo aprovechar sus oportunidades y recursos, y para esto necesitará de una adecuada gestión administrativa.

Feindt et al. afirman que el rápido crecimiento empresarial depende de un riguroso contacto con los clientes, relacionado con brindarles productos o servicios de calidad. Además, depende de que los gerentes apliquen estrategias de motivación hacia sus colaboradores manteniendo una comunicación idónea (2002, como se citó en Blázquez et al., 2006a).

Se infiere que un factor importante en el crecimiento constante de las empresas se basa en la gestión del cliente, calidad y adecuada dirección de los gerentes, etapa fundamental en la gestión empresarial.

1.2.2 Crecimiento Empresarial

En este siguiente punto se desarrolla y descompone la segunda variable en estudio, donde el objetivo principal es determinar la definición, características, importancia, perspectivas, enfoques, dimensiones e indicadores del crecimiento empresarial.

1.2.2.1 Definición de Crecimiento Empresarial

El crecimiento empresarial ha sido estudiado por diversos autores a lo largo del tiempo, donde se pueden rescatar las siguientes definiciones:

Factor determinante del incremento de la competitividad de la empresa, comprobándose su eficacia a través de la variación del valor de las acciones en el mercado de capitales, por tanto, en la rentabilidad que de esta forma obtiene el accionista. (Blázquez et al., 2006a, p. 44)

Dentro de este marco, se cita la siguiente definición: “El crecimiento de las empresas es un proceso estocástico originado por la acción de innumerables e insignificantes factores aleatorios que actúan de forma proporcional sobre el tamaño de las empresas” (Gibrat, 1931, como se citó en Blázquez et al., 2006a, p. 44).

En segundo lugar, Albach (1967, como se citó en Blázquez et al., 2006a) señala, de forma contraria, que el crecimiento es una finalidad y propósito planteados por los propios directivos: “el crecimiento de la empresa es el resultado no de factores aleatorios, sino de una intención y determinación por parte de los empresarios y directivos que determinan su comportamiento” (p. 45).

En relación a lo expuesto, Cardona y Cano (2005, como se citó en Aguilera y Puerto, 2012) indican que el crecimiento depende tanto de diversos elementos: “el crecimiento es un proceso intangible que depende de elementos tangibles (acumulación de capital físico y humano), y sobre todo de una adecuada organización y estructura interna” (p. 13).

En este sentido, se comprende la definición citada por Penrose (1967, como se citó en Aguilera y Puerto, 2012), donde se señala que el crecimiento está ampliamente ligado a lo que se decida dentro de la organización: “el crecimiento se caracteriza por la acción compleja de las modificaciones internas que desembocan en un aumento de las dimensiones y cambios en las características de los objetos sometidos a tal proceso” (p. 13).

Por su parte, Romer (como se citó en Canals, 2004), profundiza en señalar la importancia del control interno en el crecimiento empresarial: “la lección más importante del nuevo enfoque es que el factor clave en el crecimiento no es el capital, o las materias primas, sino activos como el conocimiento o los procesos internos de las empresas” (p. 342).

Finalmente, el crecimiento empresarial se va a lograr en la medida de lo que disponga la empresa: los recursos, tamaño y capacidad de gestión, tal y como lo afirman Geroski y Machin (1992, como se citó en Canals, 2004): “crecimiento es un proceso idiosincrático de cada empresa: depende de su historia, recursos e innovaciones. De otra parte, las tasas de crecimiento de las empresas son altamente impredecibles, de manera que las pautas que se observan son de difícil generalización” (pp. 342-343).

1.2.2.2 Perspectivas y enfoques del crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial puede ser visto por tres perspectivas, como se muestra en la tabla 5:

Tabla 5: Perspectivas del crecimiento empresarial

Perspectiva	Concepto
Perspectiva de configuración del crecimiento	La empresa evoluciona y crece por fases, en donde cada una es consecuencia de la anterior y solo son interrumpidas por crisis volátiles.
Perspectiva basada en los recursos	El crecimiento depende de las decisiones y motivaciones de los gerentes y directivos.
Perspectiva basada en la motivación	Se refiere a la intención de los directivos para afrontar los riesgos sin importar los recursos que tenga la empresa.

Nota. Elaboración Propia, adaptado de artículo “Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas” de (Blázquez et al., 2006b)

Del mismo modo, se puede dividir al crecimiento empresarial entre tres tipos de enfoques clásicos, como se muestra en la tabla 6:

Tabla 6: Enfoques clásicos de crecimiento empresarial

Enfoque	Concepto
Microeconómico	Se centra en un solo objetivo de producción y a corto plazo.
La teoría del crecimiento de la empresa de Penrose	Se entiende como un ajuste de la empresa hacia su optimización, basado en los recursos que posee.
El enfoque de la teoría evolucionista	Las limitaciones de crecimiento se dan por la dificultad de la adaptación al cambio.

Nota. Elaboración Propia, adaptado del artículo “Crecimiento Empresarial: Personas y Tecnología en la Nueva Economía” de (Canals, 2004)

1.2.2.3 Importancia del crecimiento empresarial

A pesar de la definición que le dan distintos autores al crecimiento empresarial, este sigue teniendo el mismo propósito y objetivo en las distintas organizaciones, ya sean micro, pequeñas, medianas o grandes empresas.

Blázquez et al. (2006b) mencionan que el crecimiento empresarial es impulsado desde la necesidad de encontrar beneficios, que pueden ser personales o empresariales. Estas necesidades incitan a los individuos de las organizaciones para obtener un crecimiento en la medida de lo posible, respetando siempre límites establecidos. Esto genera que los empresarios emprendan nuevas ideas de negocios que conlleven a tener nuevos y mejores beneficios (p. 173).

Marris (1967, como se citó en Blázquez et al., 2006b) menciona que “el beneficio va unido a la dimensión de la empresa, de ahí que el empresario estipule su retribución en función del rendimiento obtenido; por lo tanto, éste se planteará como objetivo básico el crecimiento de ésta” (p. 173).

El crecimiento empresarial no solo está ligado a las medianas o grandes organizaciones sino también a las micro y pequeñas empresas, más aún cuando el principal objetivo de estas últimas es la supervivencia en el mundo laboral.

La competitividad es un factor que promueve el crecimiento empresarial, por lo cual los empresarios y/o emprendedores adoptan distintas estrategias empresariales para poder llegar a los objetivos deseados, ya sea de una grande o microempresa. Por ende, se debe generar un crecimiento sólido en el tiempo que ayude a mantener a las distintas organizaciones.

Blázquez et al. (2006b) sintetizan la definición del crecimiento empresarial con relación a la importancia de ésta con las necesidades que las organizaciones han de tener para poder establecerse:

El crecimiento empresarial es interpretado como signo de fortaleza, de bienestar empresarial, por lo tanto, de grandes expectativas futuras. Esto acapara la atención tanto de la teoría económica como de las teorías directivas, en que se han formulado las distintas formas de estrategias empresariales que puede adoptar el crecimiento y su influencia en el logro de las ventajas competitivas hacia las que va dirigido. (p. 175)

1.2.2.4 Dimensiones e Indicadores del crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial es abordado de diferentes perspectivas por diferentes autores, del mismo modo al momento de determinar las dimensiones y/o factores sucede exactamente lo mismo; diferentes autores que abordan el crecimiento empresarial como objeto de estudio se han visto con un serio inconveniente de no concordar con los indicadores, dimensiones o variables.

Penrose (1962 como se citó en Blázquez et al., 2006b) menciona la complejidad de poder obtener variables o indicadores de medición, algunos autores toman referencias como la dimensión de una empresa, su productividad, entre otros:

No existe ninguna forma de calcular el monto de la expansión, ni la dimensión de una empresa que no pueda ser objeto de serias objeciones conceptuales. Las ventas totales no toman suficientemente en cuenta el grado de

integración, y el valor añadido es un concepto de renta y no un concepto de activo o de dimensión. (p. 181)

Blázquez et al. (2006b) mencionan que algunos autores escogen factores determinantes como el tamaño y la edad de la empresa tomando como respaldo teórico la Ley del Efecto Proporcional de Gibrat, y adoptan como medida de la dimensión de la empresa el activo total neto; mientras que otro grupo de autores asumen como criterio más apropiado para la medida de la dimensión empresarial el número de empleados (pp. 182-183).

En consecuencia, para determinar las dimensiones y sus respectivos indicadores se tomó en consideración todos aquellos que puedan tener una relación con el objetivo del estudio.

Factores internos

Estos determinan y ayudan a poder conocer, lo que cada organización tiene o carece, enfocándose en los empleados, ventas y los beneficios de estas.

Blázquez et al. (2006a) mencionan que, “han surgido nuevas tendencias cuyo análisis se ha centrado en el estudio de las potencialidades internas que ayudan a explicar el posicionamiento o las ventajas que determinadas empresas han ido alcanzadas con el tiempo” (p. 45).

Se puede deducir que los principales factores internos del crecimiento empresarial son:

Empleados

Robbins (2004) menciona que: “Los empleados de una organización pueden ser el impulso para la innovación y el cambio o bien un escollo mayúsculo. El reto para los administradores es estimular la creatividad de sus empleados y su tolerancia al cambio” (p. 20).

Las organizaciones tienen en consideración el potencial que les genera un grupo de personas aptas y eficientes para poder desarrollar las actividades del día a día. Los empleadores deben ser capaces de lidiar con una serie de dificultades para poder explotar el máximo potencial de sus empleados. Este potencial está ligado a la innovación, de cómo hacer frente a las distintas dificultades y/o amenazas (cambios) que se presentan en el entorno.

Ventas

Llamas (2004) define a las ventas como: “La ciencia de interpretar características del producto o servicio, en termino de satisfacción del consumidor, para actuar después, mediante técnicas adecuadas, sobre el convencimiento de sus beneficios y la persuasión de la conveniencia de su posesión o disfrute inmediato” (p. 70).

Las ventas están ligadas a las empresas, y no existe una sola que no la mencione. Ya sea de distintos enfoques, las preguntas que siempre resuenan en los empresarios son cómo elevar las ventas, que estrategias usar y cómo hacer para que estas se mantengan en el tiempo.

Beneficios

Para Díaz (1999), el beneficio que una organización puede generar es la diferencia entre el valor de sus ingresos y el valor de sus gastos (p. 353).

En alusión a la definición de beneficios, Audisio (2006) menciona que la gestión de beneficio se entiende cuando una organización genera ingresos ya sean de cualquier manera, siempre manteniéndose en el marco legal y estas son mayores a lo que gasta; esto es debido a las estrategias que puedan emplear, ya sea enfocándose en los empleados, en las ventas, en la producción o en el marketing, estas estrategias son definidos de manera distintas en las grandes, medianas y pequeñas empresas, enfocándose siempre en los objetivos trasados previamente (pp. 25-26).

Los beneficios se entienden como los resultados que se obtienen luego de gestionar o desarrollar una serie de actividades. En este caso, se puede afirmar que los beneficios son el resultado de gestionar correctamente las estrategias que se han empleado para llegar al objetivo de una organización.

Factores externos

Según Blázquez et al. (2006a), los factores externos están ligados al crecimiento de la empresa y estos subdividen en Factores externos relativos al entorno sectorial y Factores externos de nivel superior o macroentorno (p. 48).

Para determinar los indicadores se tomó en consideración los mencionados por Porter: (1994, como se citó en Blázquez et al., 2006a) los factores externos del

entorno sectorial que clarifica la posición competitiva de la empresa en su sector vienen constituidos por los competidores, los clientes y los proveedores (p. 49).

Competidores

Los competidores fuerzan a las organizaciones emergentes como las mype a establecer estrategias de crecimiento, que tiene como finalidad diluir o disminuir la entrada de nuevos competidores en el sector debido a los costos mayores y a la limitación del acceso al mercado de abastecimiento y distribución. Por tal motivo, el crecimiento de las empresas se ve influenciado por la cantidad de competidores existentes en el entorno, generando oportunidades o amenazas (p. 50).

Clientes

Los clientes son determinantes en el crecimiento de la empresa, estos son los responsables indirectamente de la subida y bajada de los precios, al igual que la calidad del producto o servicio impactando en el crecimiento de las organizaciones. De este modo, es primordial la posición estratégica de las empresas, que deben inclinarse en la búsqueda de nuevos clientes, nuevos nichos de mercado y a la diversificación de sus productos o servicios, generando la fidelización de los clientes (p. 50).

Proveedores

Los proveedores son un factor determinante de las empresas, estos son los encargados de marcar el ritmo de los beneficios en algunos segmentos y/o mercados, ya que el incremento de los insumos y materia prima repercute en el

incremento de los precios, a su vez, impacta en los clientes. Por ende, una de las estrategias para que los proveedores no marquen el ritmo de los beneficios es la expansión hacia nuevos mercados.

1.3 Definición de términos básicos

Para la elaboración de los términos básicos se tomó en consideración definiciones teóricas de palabras claves entre las cuales se pueden encontrar variables de estudio, dimensiones, indicadores, unidad de análisis entre otros.

Gestión

“Es la actividad que busca, a través de las personas, mejorar la productividad y la competitividad de las empresas o negocios” (Cooperación Suiza en Bolivia, 2017, p. 7).

Administración

“Se refiere a una función que se desarrolla bajo el mando de otro, de un servicio que se presta” (Reyes, 2007, p. 2).

Crecimiento empresarial

“Implica un proceso mediante el cual la empresa se adapta a los cambios que surgen, ya sean por distintas variables del entorno o por contextos que han sido generados por decisiones de sus directivos” (Seclen, 2016, p. 228).

Mype

“Es una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”. (Mares, p. 1)

Planeación

“Es la función administrativa que determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben alcanzarse y qué debe hacerse para conseguirlos” (Chiavenato, 2006, p. 143).

Organización

“Significa el acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos involucrados en la ejecución, y establecer las relaciones entre ellos y las atribuciones de cada uno” (Chiavenato, 2006).

Dirección

Es la capacidad de influencia de los directivos de la empresa para lograr un adecuado liderazgo, motivación, comunicación, supervisión y toma de decisiones hacia sus colaboradores. De esta manera, se establece la forma en que se lograrán las metas propuestas (Arguello et al., 2020).

Control

Es la última etapa del proceso administrativo en la que se debe ratificar que los resultados obtenidos sean los mismos o mejores que las metas planificadas

anteriormente. En ese sentido, en esta etapa se deben tomar acciones para que los logros sean los que se habían propuesto (Pérez-Carballo, 2013).

Ventas

Es el proceso de comunicación mediante el cual se da la transferencia de bienes o servicios entre un vendedor y un cliente, donde este debe ser convencido mediante técnicas de persuasión para saber qué necesidades va a cubrirle y qué beneficios le va a traer (Hopkins, 2014).

Clientes

Son personas que necesitan satisfacer una necesidad con un producto o un servicio, y son la base para formular la misión de la empresa. Se dividen en clientes internos, quienes son los accionistas y el personal; clientes externos quienes son los canales de comercialización, proveedores, mercado de referencia e influencia; y los clientes finales, quienes son los clientes actuales, del competidor, potenciales y antiguos recuperables (Barquero, 2007).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

En este capítulo se procede a formular la hipótesis principal y las específicas que sirven como base para poder iniciar la investigación. De igual manera, se descompondrán las variables de estudio, las cuales permiten el desarrollo del instrumento que se ha de emplear.

2.1 Formulación de Hipótesis General y Específicas

Hipótesis General

Existe relación entre la gestión administrativa y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.

Hipótesis Específicas

- Existe relación entre la planeación y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.
- Existe relación entre la organización y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.
- Existe relación entre la dirección y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.
- Existe relación entre el control y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.

2.2 Variables y Definición Operacional

Variable 1	Dimensiones	Indicadores
Gestión Administrativa	Planeación	- Metas
		- Planes
		- Estrategias
	Organización	- Estructura organizacional
- Innovación Organizacional		
Dirección	- Motivación	
	- Liderazgo	
	- Trabajo en equipo	
Control	- Comunicación	
	- Estándares de control	
	- Medición del desempeño	
		- Acciones

Fuente: Elaboración Propia

Nota. La tabla muestra la definición operacional de la variable 1 “Gestión Administrativa”, la cual se descompone en cuatro dimensiones: planeación, organización, dirección y control; y como se puede visualizar, estas contienen entre dos a cuatro indicadores. Estos aspectos se adaptaron de

las bases teóricas de (Robbins & Coulter, 2005), (Griffin, 2011) y (Koontz et al., 2012).

Tabla 8: Variable 2

Variable 2	Dimensiones	Indicadores
Crecimiento Empresarial	Factores Externos	- Empleados
		- Ventas
		- Beneficios
	Factores Internos	- Clientes
- Competidores		
- Proveedores		

Fuente: Elaboración Propia

Nota. La tabla muestra la definición operacional de la variable 2 “Crecimiento Empresarial”, la cual se descompone en dos dimensiones: los factores externos e internos; y estos, a su vez, en indicadores, los cuales son empleados, ventas y beneficios pertenecientes al primer factor; y proveedores, clientes y competidores pertenecientes al segundo factor. La descomposición de la variable fue propuesta por distintos autores entre los cuales destacan (Blázquez et al., 2006) y (Robbins, 2004).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

En este capítulo se describe el diseño metodológico, el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos y las técnicas estadísticas que se utilizaron en el trabajo.

3.1. Diseño Metodológico

Se procede a describir el enfoque, tipo, alcance, diseño y corte del estudio, basándose en teorías que sustenten el uso de dichos métodos y cómo se aplicarán en el trabajo de campo.

Enfoque

El presente estudio es de enfoque cuantitativo, utiliza como instrumento al cuestionario y como técnica a la encuesta. Para justificar con exactitud el enfoque, Bernal indica que sirve para deducir y estudiar la relación entre variables:

Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados. (2010, p. 60)

Tipo

El tipo de investigación es aplicada. Del Cid et al. (2007) justifica este concepto resaltando que los resultados se basarán en un trabajo de campo que busca la resolución de problemas (general y específicos), con el objetivo de aportar al

desarrollo de un sector y la mejoría de este, buscando obtener conclusiones confiables que motiven a generar decisiones acertadas (p. 17).

Alcance

El alcance es correlacional, pues busca determinar la relación que existe entre las dos variables de estudio (gestión administrativa y crecimiento empresarial). De este modo, Hernández et al. afirman que los alcances correlacionales comienzan midiendo las variables para luego cuantificarlas y así analizar la relación, basándose en hipótesis planteadas, posteriormente, desarrolladas por el investigador (2014, p. 93).

Diseño

El diseño es no experimental, debido a que recolecta datos de la unidad de análisis, pero sin la manipulación o control de las variables, por lo tanto, utiliza la información obtenida íntegramente para el logro de los objetivos y la resolución de los problemas planteados (Arias, 2012, p. 27).

Corte

El trabajo es de corte transversal. Bernal define este tipo de investigaciones indicando que: “Son aquellas en las cuales se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra) una única vez en un momento dado” (2010, p. 118). El presente estudio se basa en la información obtenida de las microempresas recabada una sola vez en un solo período de tiempo establecido.

3.2 Diseño Muestral

Población

Se cuenta con un número determinado de individuos que serán encuestados para posteriormente realizar los análisis correspondientes. Hernández señala que el primer paso a realizar es conocer la población; la cual se define como un conjunto de unidades o ítems que comparten las mismas características para realizar un estudio determinado (2001, p. 127). Por consiguiente, la población tentativa es de 1085 mype que se encuentran inmersas en el Centro Comercial “Centro Lima”. Esta información fue extraída de la base de datos de la institución.

Muestra

Es el segundo paso para conocer el número de individuos que serán encuestados. Hernández (2001) menciona que la muestra “es una parte más o menos grande pero representativa de un conjunto o población, cuyas características deben reproducirse lo más aproximado posible” (p. 127). Por lo tanto, se determinó la muestra mediante una fórmula estadística.

Unidad de análisis

Son los microempresarios que se encuentran en el Centro Comercial “Centro Lima”. Estos tienen como principal característica ser personas que oscilan entre los 18 a 60 años de edad. Para entender el concepto de unidad de análisis, Hernández

(2001) aclara que son individuos que forman parte de la misma población y están debidamente identificados para ser motivo de estudio (p. 128).

Tipo de muestreo

Para seleccionar la muestra se aplicó un muestreo probabilístico, dado que se determinó un nivel de confianza y un nivel de error determinado por los investigadores. Como menciona Hernández (2001), con el muestreo probabilístico se pueden realizar inducciones o inferencias estadísticas, se puede detectar el error, se da la representatividad y se pueden establecer intervalos de confianza (p. 129).

Criterios de inclusión

Los criterios de inclusión a considerar son:

- Microempresas inmersas en el Centro Comercial “Centro Lima”
- Microempresas formales que cuenten con la documentación requerida.
- Microempresas dedicadas al rubro de impresión.

Criterios de exclusión

Los criterios de exclusión a considerar son:

- Microempresas fuera o no inmersas en el Centro Comercial “Centro Lima”.
- Microempresas informales sin documentación adecuada.
- Microempresas que no se dediquen al rubro de impresión.

Nivel de confianza

El nivel de confianza que se determinó dependió de los datos obtenidos y del instrumento que empleado. Meyers (2000) explica que “El nivel de confianza se refiere a que tan seguro (confiado) quiere estar quien realiza el muestreo del trabajo sobre las razones resultantes” (p. 207). Por tal motivo, el nivel de confianza propuesto es del 95%.

Margen de error

d'Astous et al., (2003) enfatizan que el margen de error mantiene una correlación con el nivel de confianza expuesta por el investigador. Si el nivel de confianza es más alto, el margen de error también eleva su cifra, igual de la manera contraria (p. 244), por consiguiente, el margen de error que se determinó fue del 5%.

Para sintetizar, se ha de mostrar en las siguientes tablas los datos que fueron detallados y posteriormente la fórmula que se empleó para determinar el número de individuos a encuestar (muestra).

Datos estadísticos

Z: Nivel de confianza (95% de confianza)

P: Probabilidad de éxito (en este caso, $p = 0.5$)

Q: Probabilidad de fracaso (en este caso, $q = 0.5$)

e: Margen de error 5%

n: Tamaño de muestra

Tabla 9: Niveles de confianza

Niveles de confianza	α	$Z(1-\alpha/2)$
90%	10%	$Z(0.95) = 1.64485$
95%	5%	$Z(0.975) = 1.95996$
99%	1%	$Z(0.995) = 2.57583$

Nota. Elaboración Propia

Tabla 10: Valores estadísticos Propuestos

$Z(0.975) =$	1.95996
$Z^2 =$	3.84146
$N =$	1085
$N-1 =$	1084
$P =$	0.5
$Q =$	0.5
$E =$	0.05
$E^2 =$	0.0025

Nota. Elaboración Propia

La fórmula que se empleó es del método aleatorio simple:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q}$$

Reemplazando los datos de la fórmula por los propuestos anteriormente, genera el resultado que se empleó para el desarrollo del trabajo de campo:

$$n = \frac{1042}{3.67036} = 284$$

La muestra obtenida es de 284 mype a encuestar y fue determinada siguiendo los pasos y criterios establecidos con anterioridad.

3.3 Técnicas de Recolección de Datos

Técnica

Para la elaboración de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta. Esta se aplicó a los microempresarios de las mype que se encuentran inmersos en el centro comercial “Centro Lima”. Esta misma sirve para recolectar información de nuestra unidad de análisis, para posteriormente ser analizadas y dar a conocer de forma certera si la gestión administrativa influye en el crecimiento empresarial de las mype.

Asimismo, cabe mencionar que los encuestados responden las preguntas en Escala de Likert. Esto se refiere a que la investigación tendrá cinco niveles de puntuación para la posterior tabulación y desarrollo de cuadros estadísticos, como indica Hernández et al.:

Se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externe su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. (2014, p. 238)

Instrumento

El instrumento utilizado es el cuestionario porque este permite utilizar respuestas de opción múltiple para poder obtener información relevante. Está conformado por una serie de preguntas, serán utilizadas para obtener información de los microempresarios. Asimismo, este cuestionario fue realizado a la muestra determinada de 284 personas, que anteriormente fue obtenida luego de realizar el método aleatorio simple.

Confiabilidad del instrumento

Para la elaboración de la confiabilidad del instrumento se realizó una prueba piloto a 30 personas (microempresarios), dicho instrumento dio como resultado una confiabilidad alta mediante el método del coeficiente de Alfa de Cronbach, el cual se realiza para medir la fiabilidad del instrumento.

Tabla 11: Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente Alfa de Cronbach

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0; 0,5]	Inaceptable
[0,5; 0,6]	Pobre
[0,6; 0,7]	Débil
[0,7; 0,8]	Aceptable
[0,8; 0,9]	Bueno
[0,9; 1]	Excelente

Fuente: Elaboración Propia

Lo ideal para la investigación es un nivel de fiabilidad en el rango de [0,9; 1], ya que se obtiene una fiabilidad bastante alta, que es Excelente. Por consiguiente, con el fin de determinar el nivel de confiabilidad del instrumento, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach aplicado al 100% de encuestados (284), consiguiendo los siguientes resultados:

Tabla 12: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	284	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	284	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.904	22

Fuente: Elaboración Propia

El coeficiente de fiabilidad, Alfa de Cronbach, del instrumento planteado en la investigación es 0.904, esto significa que la confiabilidad del estudio es “Excelente”. Se entiende que las preguntas que se desarrollaron son fiables y consistentes.

Tabla 14: Estadísticas de fiabilidad de la Variable 1

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.865	13

Fuente: Elaboración Propia

El coeficiente de fiabilidad del alfa de Cronbach para la primera variable muestra un nivel de 0.865, lo que indica que la confiabilidad del estudio en base a la variable Gestión Administrativa se encuentra en el nivel de “bueno”, donde se infiere que las encuestas son consistentes.

Tabla 15: Estadísticas de fiabilidad de la Variable 2

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.798	9

Fuente: Elaboración Propia

El coeficiente de fiabilidad del alfa de Cronbach en la segunda variable muestra un nivel de 0.798, lo que indica que la confiabilidad del estudio en base a la variable crecimiento empresarial se encuentra en un nivel aceptable, infiriéndose que es un nivel adecuado para trabajar.

3.4 Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información

En este punto para el análisis de los resultados se empleó el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), el cual permite desarrollar diversos análisis como descriptivos e inferenciales. Para el empleo de dicho programa se usó como herramienta el Microsoft Excel, para preparar la base de datos, el cual es la información recopilada y tabulada en resultados cuantitativos.

Cabe mencionar que el programa (SPSS), se realizaron diversos métodos estadísticos, como el Alfa de Cronbach el cual es un coeficiente relacionado a una consistencia interna que se utiliza para determinar la confiabilidad de datos establecidos mediante escalas de Likert u otro tipo de escalas, midiendo la correlación entre variables (Belloso, 2010, pp. 249-250).

Se elaboraron tablas de frecuencias para sintetizar de manera más dinámica la puntuación de las respuestas de cada encuesta; se realizará la prueba de normalidad, Tapia & Flores afirman que “pretende garantizar la robustez de los análisis estadísticos, más aún cuando en las organizaciones se dedica tiempo y recursos para ello, razón por la cual es deseable llegar a conclusiones correctas” (2021, p. 84).

La prueba de Kolmogorov Smirnov se utilizó debido a su importancia dentro de los análisis cuantitativos. Según Romero, “es una prueba de significación estadística para verificar si los datos de la muestra proceden de una distribución normal. Se emplea para variables cuantitativas continuas y cuando el tamaño muestral es mayor de 50” (2016, p. 36).

La prueba de hipótesis se desarrolló de tal modo que brinde resultados estadísticos óptimos y de carácter verídico; mediante esta prueba se corroborara si las hipótesis planteadas se aceptan o se rechazan.

Por último, se determinará la correlación de las variables en estudio, como también sus dimensiones, mediante la Correlación de Spearman, el cual determina la asociación de las variables, pero no se cumple la condición de la normalidad

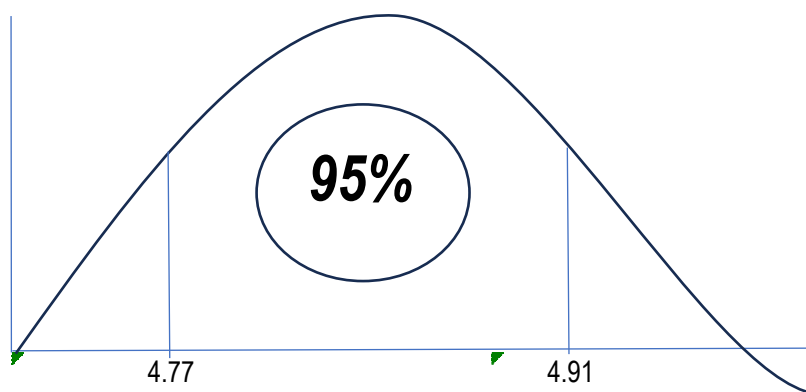
bivariante. Además, se puede emplear cuando las variables son de carácter ordinal (Álvarez, 2007, p. 575).

Por ende, se concluye que dicha prueba es necesaria en la investigación, determinando así la relación de las variables en estudio, como también sus respectivas dimensiones.

Análisis del nivel de confianza

Se puede observar que con un nivel de confianza del 95% se podría generalizar los resultados de tal manera que un análisis similar tomando las variables de este estudio termine con los mismos resultados positivos obtenidos en este estudio.

Como se muestra en el siguiente cuadro el 95% de resultados se encontrarán entre 4.77 y 4.91 tomando como premisa que los valores de la escala de likert van de 1 a 5.



Por otro lado, analizando el total de respuesta del cuestionario se observa que más del 93% de respuestas se encuentran entre los valores de 4 a 5, siendo este el rango de confianza representado por el 95%, con ello se deduce que el análisis se puede replicar en estudios similares con los que se obtendrá resultados positivos.

Preguntas	1	3	5	Total
Encuestas	84	328	5,836	6,248
Total %	1%	5%	93%	100%

3.5 Aspectos Éticos

El estudio posee un compromiso con la ética investigativa como miembros de la Universidad de San Martín de Porres: en primer lugar, fomenta el respeto a la persona humana, pues no indujo a ningún tipo de discriminación ni violencia. Por otra parte, se busca íntegramente la verdad, pues está desarrollado con responsabilidad, disciplina y honradez; asimismo, busca la excelencia al tener como objetivo el desarrollo de nuevos conocimientos.

Se tiene un compromiso con la sostenibilidad, optimizando todos los recursos para mitigar cualquier impacto negativo al medio ambiente y fomenta el trabajo en equipo y la libertad de expresión. Finalmente, sostiene un compromiso estrecho con el desarrollo del país debido a que busca dar a conocer nuevas estrategias a nivel empresarial para el crecimiento de las organizaciones, por lo tanto, de la economía nacional.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En este capítulo se explica de modo pormenorizado los resultados del cuestionario empleando la escala de Likert a través de 22 preguntas aplicadas a 284 personas. Adicional a ello, se incluirán los resultados de la prueba de normalidad y correlación.

4.1 Descripción de la muestra

La muestra está compuesta por 284 encuestados, dedicados a actividades microempresariales que desarrollan sus actividades en el C.C. "Centro Lima" y mantienen el interés en ver crecer, expandir y desarrollar su negocio.

Tabla 16: Edad de los encuestados

		Participantes	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	de 18 a 25	53	18.7	18.7
	de 26 a 40	143	50.4	69.0
	de 41 a 60	85	29.9	98.9
	de 60 a más	3	1.1	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 17: Sexo de los encuestados

		Participantes	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	163	57.4	57.4
	Femenino	121	42.6	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Las dos tablas anteriores muestran la participación en edad y sexo que se obtuvo al momento de llevar a cabo las interrogantes. En base a lo planteado, se presentan los resultados a las preguntas del cuestionario.

4.2 Resultados de las encuestas

A continuación, se muestra los resultados de las encuestas realizadas a la unidad de análisis (microempresarios), dichos resultados están organizados en variables y sus respectivas dimensiones, asimismo, se interpreta de forma general por cada dimensión.

4.2.1 Variable 1: Gestión Administrativa

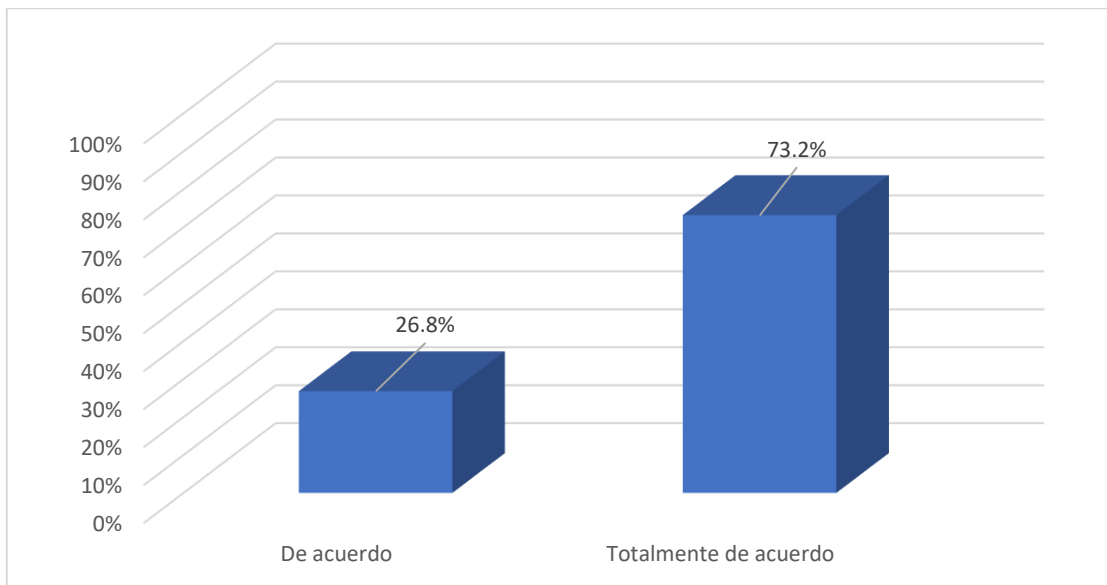
Dimensión 1: Planeación

Tabla 18: Pregunta 1 - ¿Considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	76	26.8	26.8
	Totalmente de acuerdo	208	73.2	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 1: Pregunta 1 - ¿Considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?

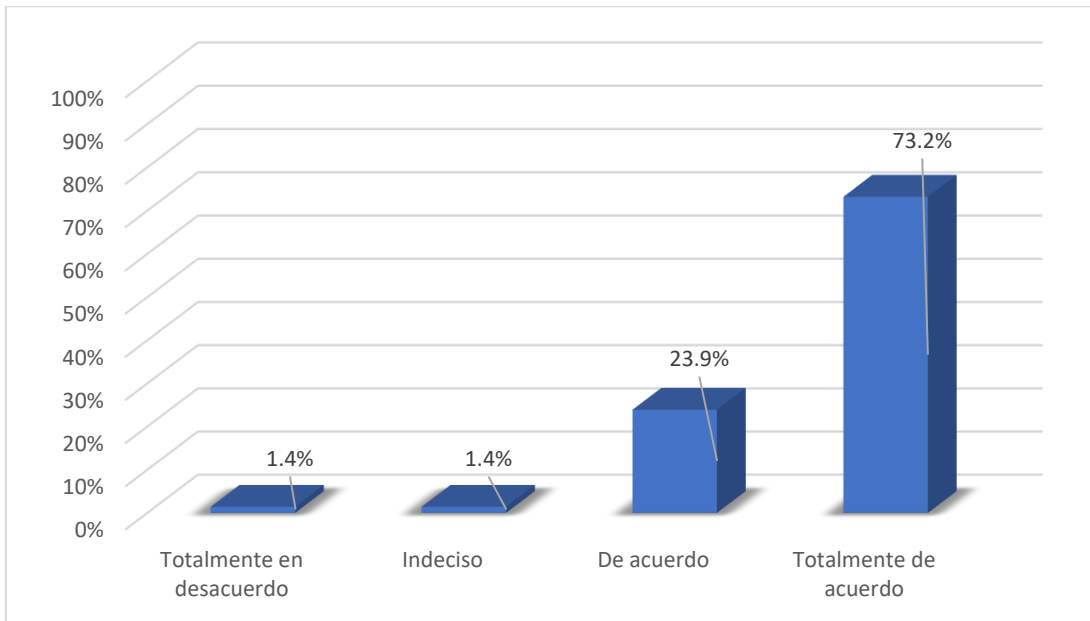


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19: Pregunta 2 - ¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	4	1.4	2.8
	De acuerdo	68	23.9	26.8
	Totalmente de acuerdo	208	73.2	100.0
	Total	284	100.0	

Figura 2: Pregunta 2 - ¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos?



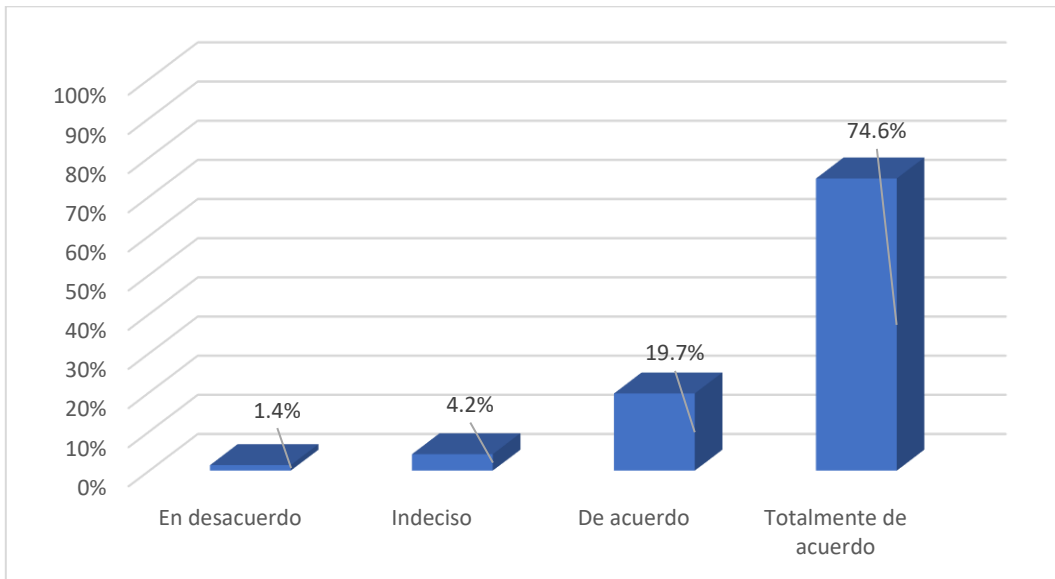
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20: Pregunta 3 - ¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	12	4.2	5.6
	De acuerdo	56	19.7	25.4
	Totalmente de acuerdo	212	74.6	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 3: Pregunta 3 - ¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?



Fuente: *Elaboración Propia*

Interpretación – Dimensión 1:

Se observa que más del 94% de encuestados están de acuerdo de que es necesario llevar una buena gestión administrativa en la empresa bajo los siguientes frentes: tener metas claras, buenas estrategias de crecimiento, políticas bien definidas y contar con la posibilidad de financiamiento. Todo esto en conjunto ayudará a mejorar el crecimiento empresarial, ya que será la única forma en que una empresa subsista en el mercado, es por ello que es muy importante dicho proceso. Según los niveles de confianza, este estudio a nivel de esta dimensión tiene resultados muy buenos y que pueden reflejarse en proyectos similares teniendo los mismos resultados.

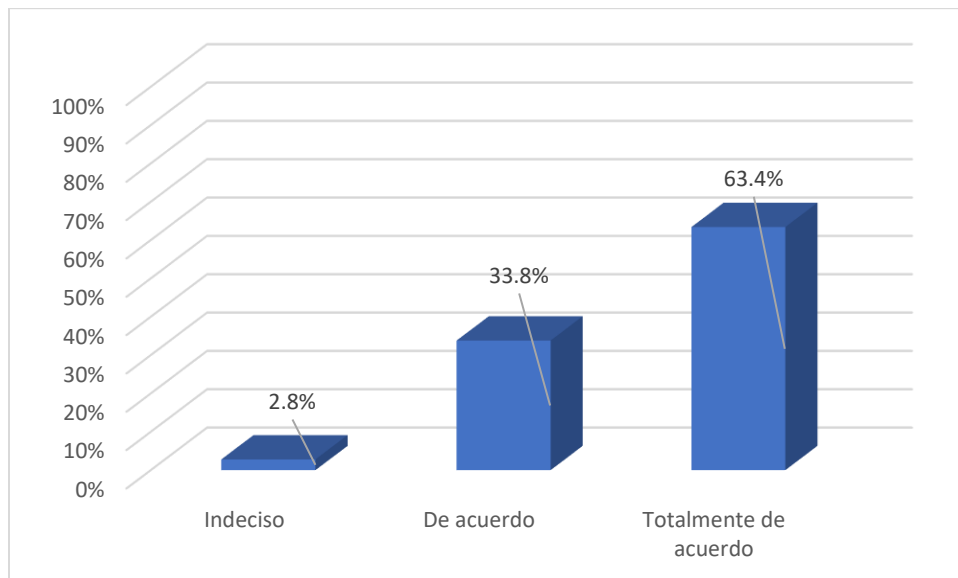
Dimensión 2: Organización

Tabla 21: Pregunta 4 - ¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	8	2.8	2.8
	De acuerdo	96	33.8	36.6
	Totalmente de acuerdo	180	63.4	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4: Pregunta 4 - ¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?



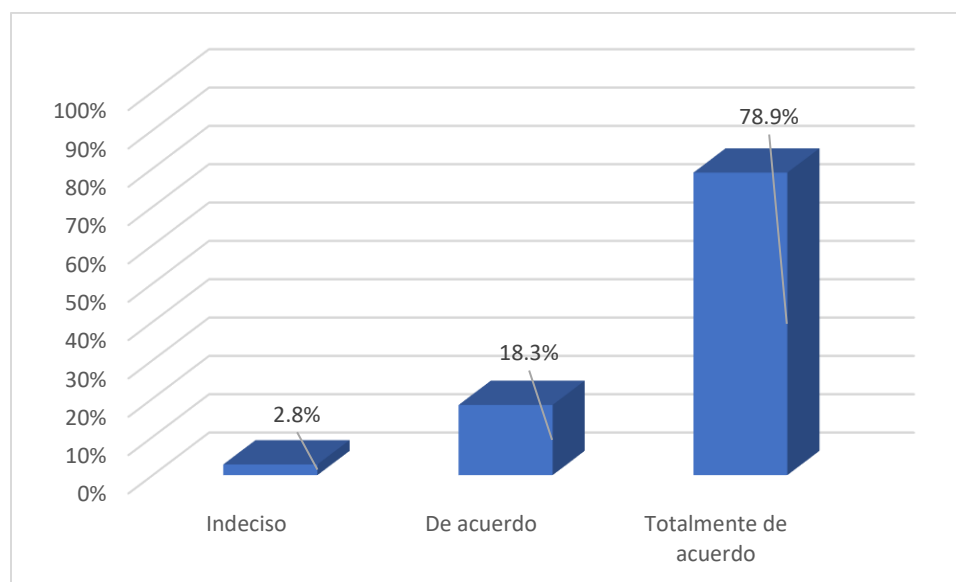
Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 22: Pregunta 5 - ¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	8	2.8	2.8
	De acuerdo	52	18.3	21.1
	Totalmente de acuerdo	224	78.9	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5: Pregunta 5 - ¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación – Dimensión 2:

De acuerdo con la dimensión “Organización”, más del 97% de encuestados están de acuerdo con llevar una buena organización empresarial desde tener una excelente estructura que se adecúe a los cambios, así como la correcta atención

pre y post venta de tal manera que la empresa logre sus objetivos y metas planteadas, este alto porcentaje responde al nivel de confianza con el que se evalúa el siguiente proyecto, donde se observa que una buena organización en cualquier empresa solo traerá resultados positivos.

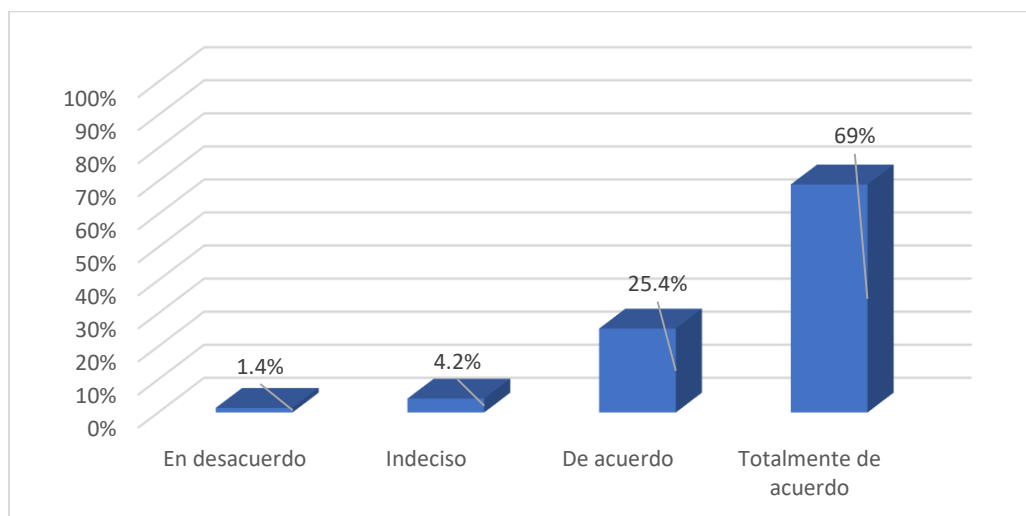
Dimensión 3: Dirección

Tabla 23: Pregunta 6 - ¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	12	4.2	5.6
	De acuerdo	72	25.4	31.0
	Totalmente de acuerdo	196	69.0	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 6: Pregunta 6 - ¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)



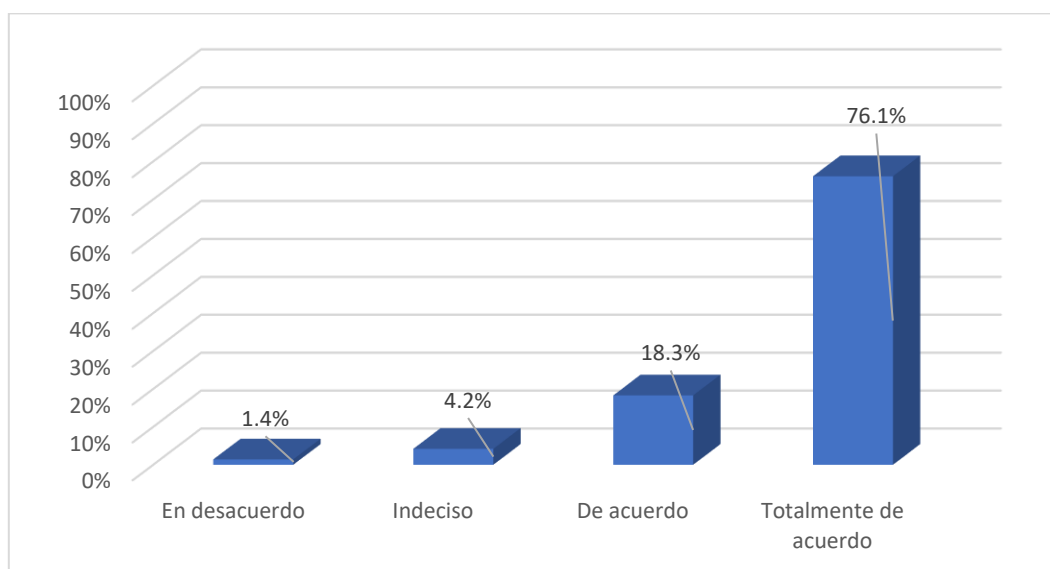
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24: *Pregunta 7 - ¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a desarrollar mejor las actividades en la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	12	4.2	5.6
	De acuerdo	52	18.3	23.9
	Totalmente de acuerdo	216	76.1	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7: *Pregunta 7 - ¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a desarrollar mejor las actividades en la empresa?*



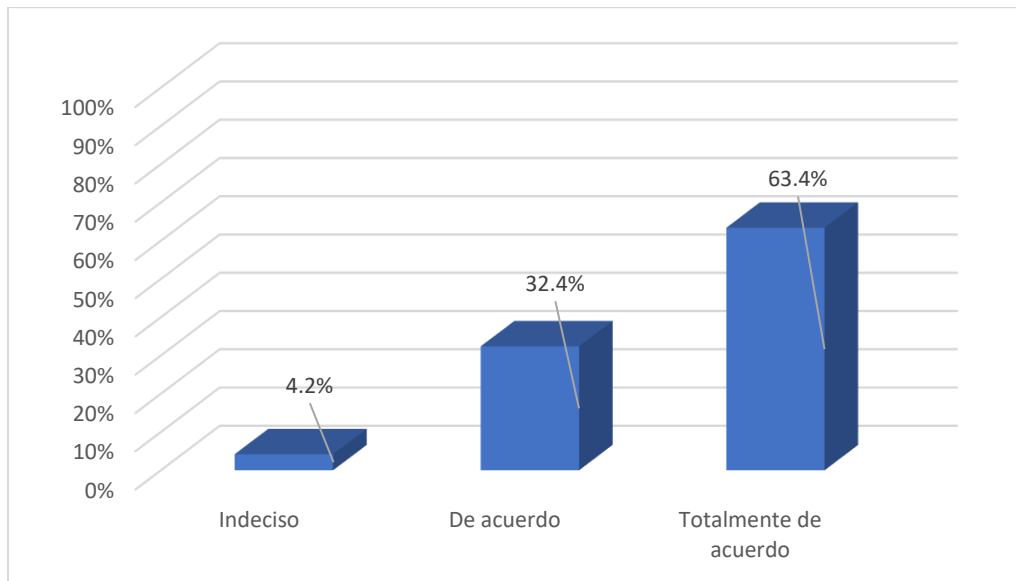
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25: Pregunta 8 - ¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	12	4.2	4.2
	De acuerdo	92	32.4	36.6
	Totalmente de acuerdo	180	63.4	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8: Pregunta 8 - ¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?



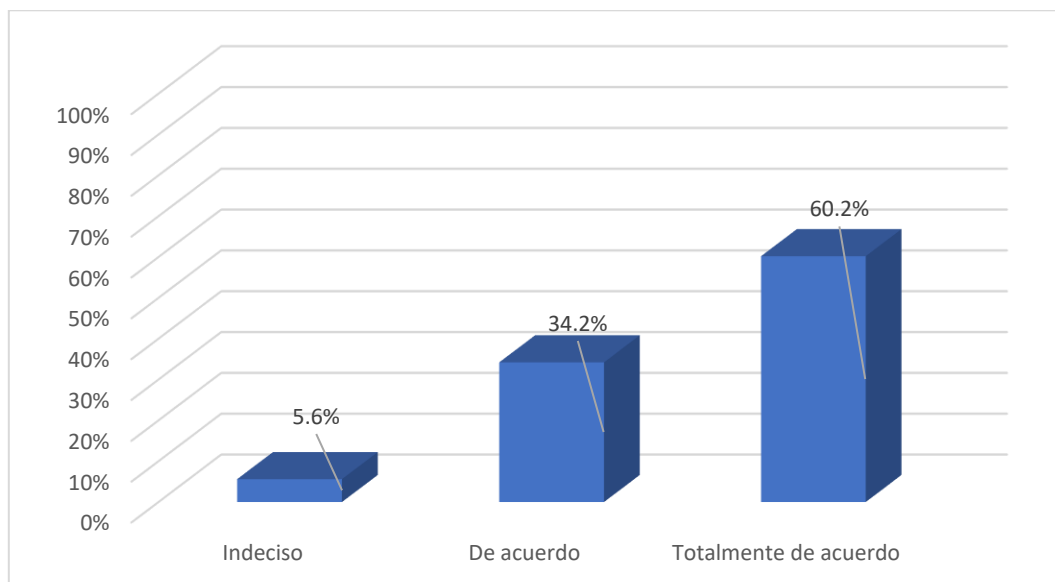
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26: Pregunta 9 - ¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	16	5.6	5.6
	De acuerdo	97	34.2	39.8
	Totalmente de acuerdo	171	60.2	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9: Pregunta 9 - ¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación – Dimensión 3:

Se observa que más del 94% de encuestados están de acuerdo con una buena dirección empresarial “liderazgo”, ya que de esta manera se podrá entender correctamente a los empleados y poder buscar acciones correctivas de ser necesario. Una buena dirección debe enfocarse en motivar a los empleados, lograr

una excelente comunicación y que el equipo logre trabajar en conjunto, sólo de esta manera cualquier empresa logrará cumplir los objetivos planteados.

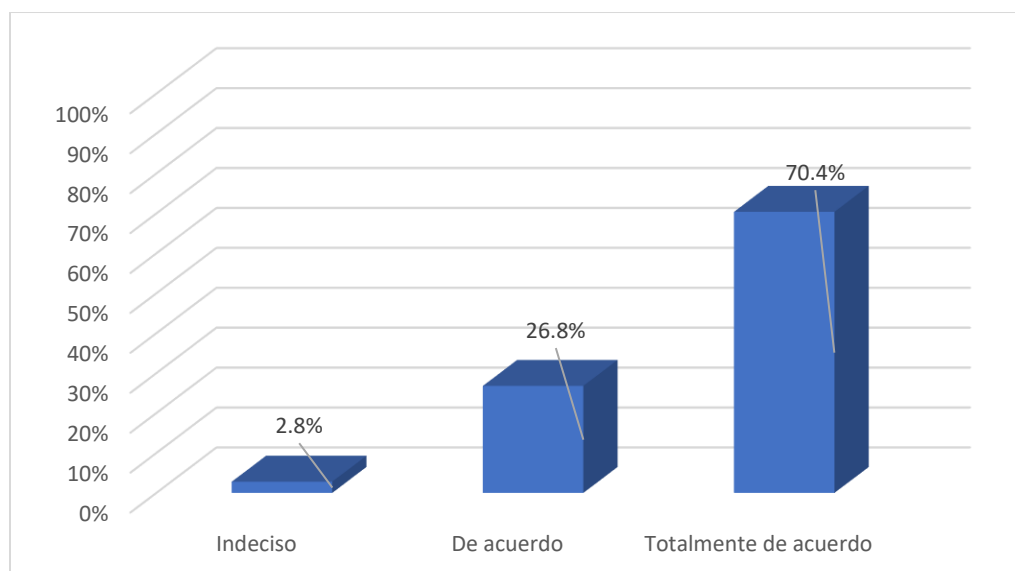
Dimensión 4: Control

Tabla 27: Pregunta 10 - ¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	8	2.8	2.8
	De acuerdo	76	26.8	29.6
	Totalmente de acuerdo	200	70.4	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10: Pregunta 10 - ¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?



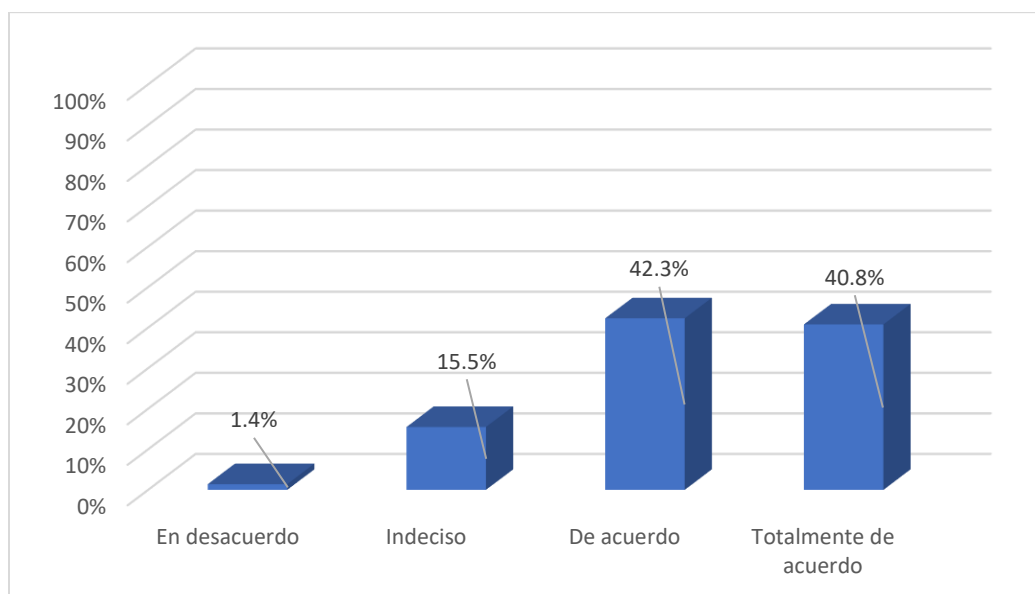
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28: Pregunta 11 - ¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	44	15.5	16.9
	De acuerdo	120	42.3	59.2
	Totalmente de acuerdo	116	40.8	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11: Pregunta 11 - ¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?



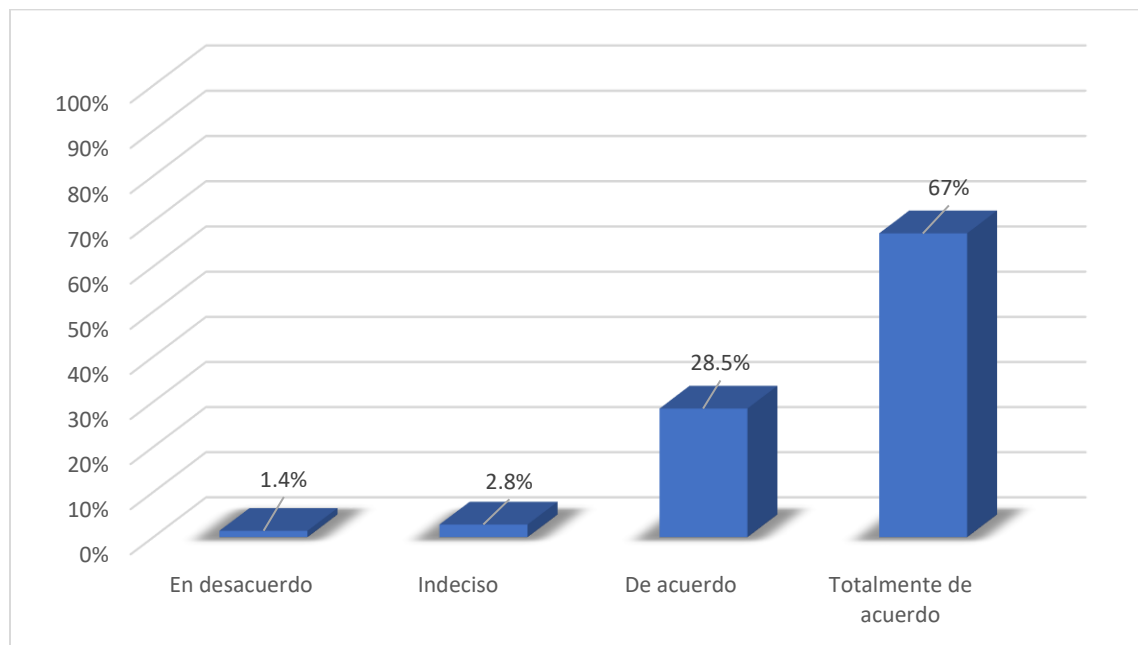
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29: Pregunta 12 - ¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	8	2.8	4.2
	De acuerdo	81	28.5	32.7
	Totalmente de acuerdo	191	67.3	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12: Pregunta 12 - ¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?



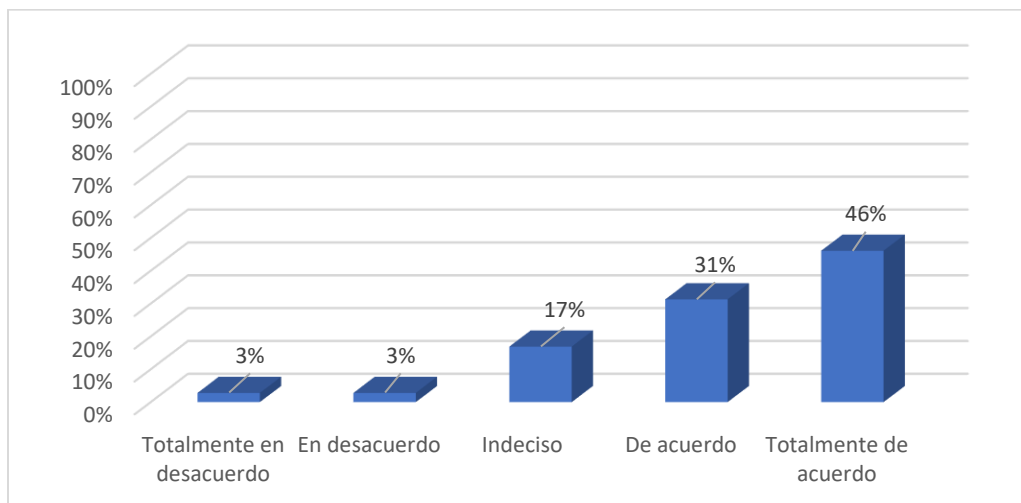
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 30: Pregunta 13 - ¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2.8	2.8
	En desacuerdo	8	2.8	5.6
	Indeciso	48	16.9	22.5
	De acuerdo	89	31.3	53.9
	Totalmente de acuerdo	131	46.1	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13: Pregunta 13 - ¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación – Dimensión 4:

Como se observa en esta dimensión no todos están de acuerdo con el control, por lo mismo que significa ello, evaluar constantemente a los empleados, capacitarlos, monitorearlos, etc.; sin embargo, más de 70% si está completamente de acuerdo con ello, en este caso los empleados no dan la respuesta, pero si la empresa, ya

que una empresa que no controla todos sus recursos no logrará sus objetivos, es por ello que es de vital importancia el control de todo recurso.

4.2.2 Variable 2: Crecimiento Empresarial

Dimensión 5: Factores Internos

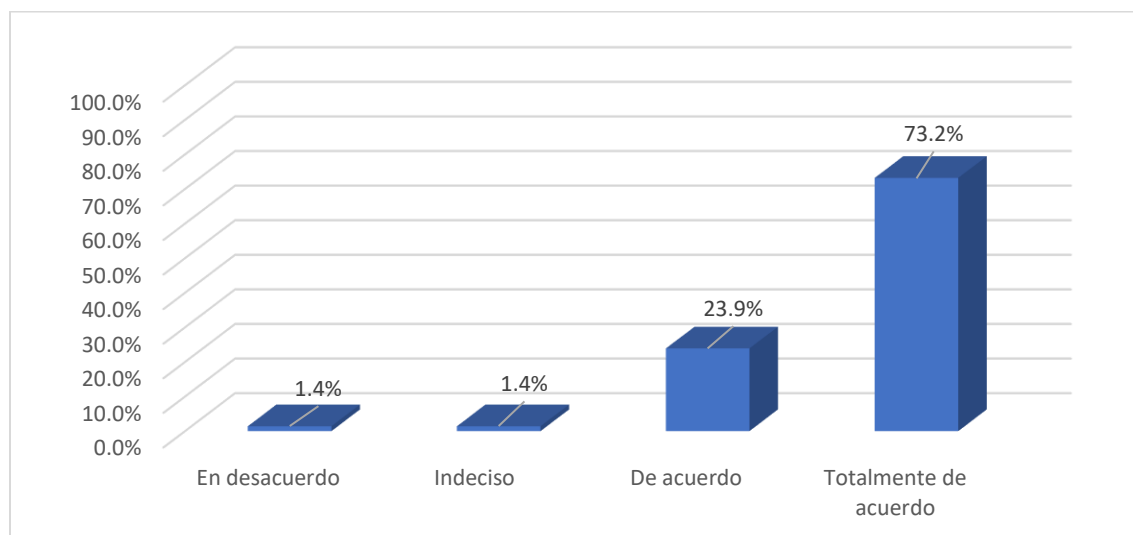
Tabla 31: Pregunta 14 - ¿Co

nsidera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	4	1.4	2.8
	De acuerdo	68	23.9	26.8
	Totalmente de acuerdo	208	73.2	100.0
	Total	284	100.0	

Elaboración propia

Figura 14: Pregunta 14 - ¿Considera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?



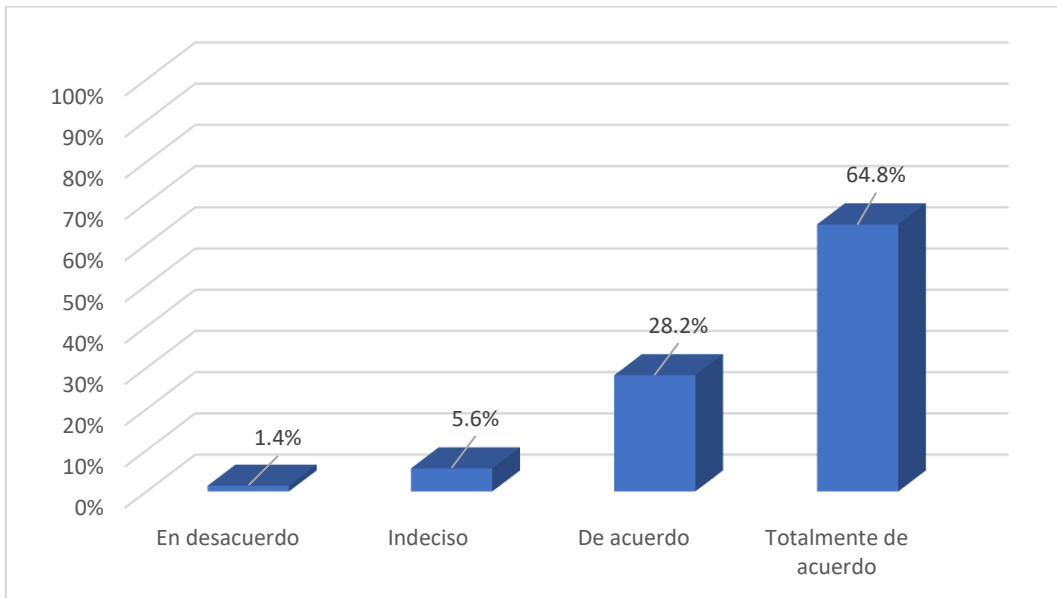
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 32: *Pregunta 15 - ¿Considera usted importante tener flujo de procesos para la correcta y óptima atención de los empleados a los clientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	16	5.6	7.0
	De acuerdo	80	28.2	35.2
	Totalmente de acuerdo	184	64.8	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15: *Pregunta 15 - ¿Considera usted importante tener flujo de procesos para la correcta y óptima atención de los empleados a los clientes?*



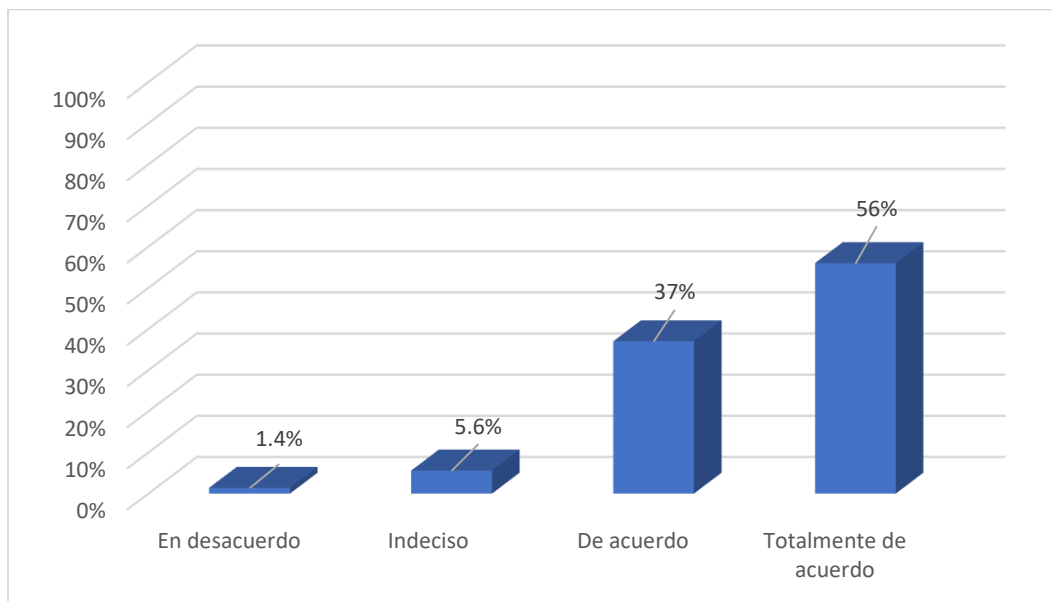
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33: *Pregunta 16 - ¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	16	5.6	7.0
	De acuerdo	105	37.0	44.0
	Totalmente de acuerdo	159	56.0	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16: *Pregunta 16 - ¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?*



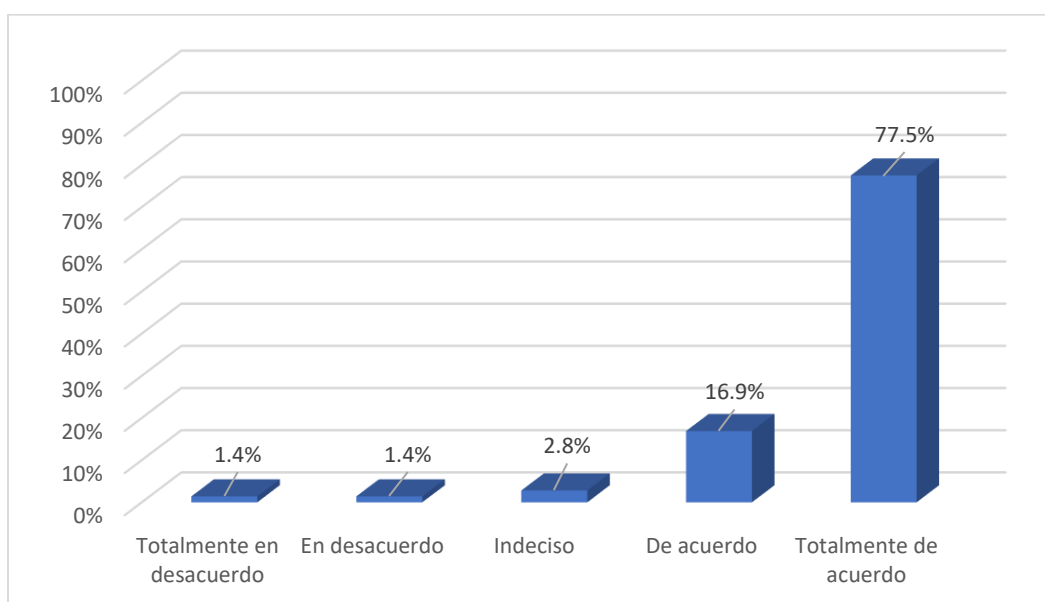
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 34: *Pregunta 17 - ¿Considera usted importante implementar ventas al crédito con políticas de evaluación crediticia competitivas para atenuar los riesgos de morosidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1.4	1.4
	En desacuerdo	4	1.4	2.8
	Indeciso	8	2.8	5.6
	De acuerdo	48	16.9	22.5
	Totalmente de acuerdo	220	77.5	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 17: *Pregunta 17 - ¿Considera usted importante implementar ventas al crédito con políticas de evaluación crediticia competitivas para atenuar los riesgos de morosidad?*



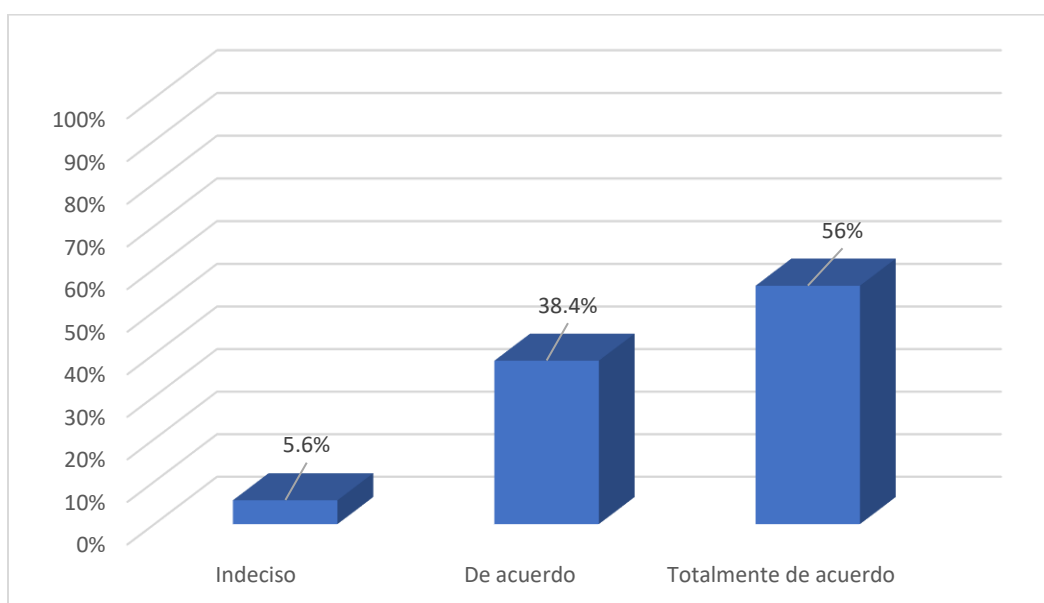
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 35: Pregunta 18 - ¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos revelen un crecimiento en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	16	5.6	5.6
	De acuerdo	109	38.4	44.0
	Totalmente de acuerdo	159	56.0	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 18: Pregunta 18 - ¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos revelen un crecimiento en la empresa?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación – Dimensión 5:

Dentro de la dimensión de factores internos, se observa que los factores como el número de visitas, contar con correcto número de empleados, tener bien claro los procesos y que los beneficios repercutan en el crecimiento empresarial, más del 92% de encuestados coinciden en que estos factores son importantes, ya que lo que se busca es que tengan impacto en la variable de crecimiento empresarial, es

por ello que se buscó analizar las respuestas de los encuestados en referencia a lo mencionado, con ello y el nivel de confianza se determina sobre estos factores traerán resultados positivos para cualquier organización.

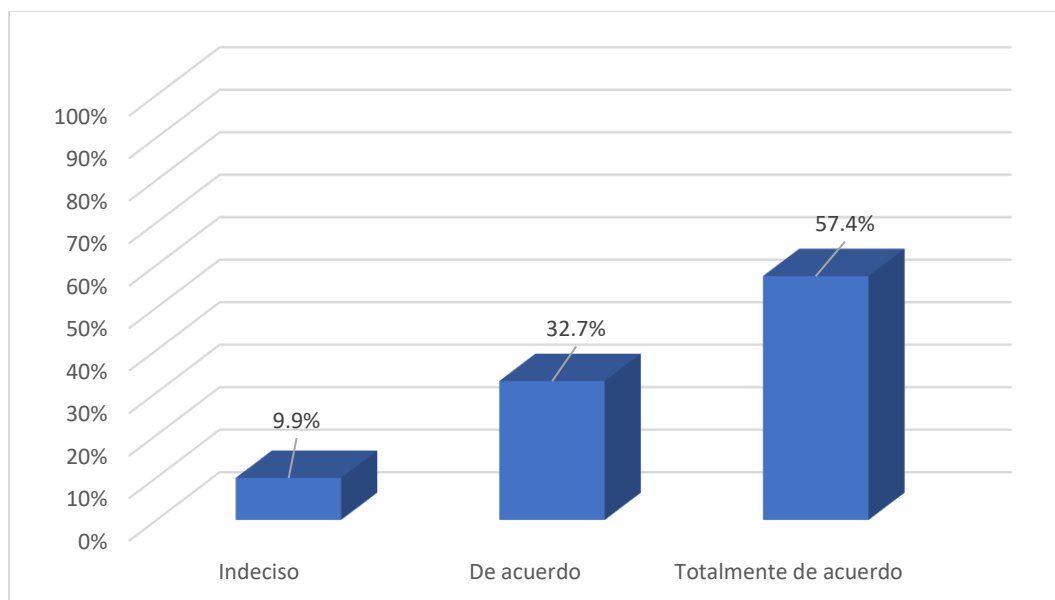
Dimensión 6: Factores Externos

Tabla 36: Pregunta 19 - ¿Considera usted necesario implementar una estrategia del competidor que le genere resultados positivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	28	9.9	9.9
	De acuerdo	93	32.7	42.6
	Totalmente de acuerdo	163	57.4	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 19: Pregunta 19 - ¿Considera usted necesario implementar una estrategia del competidor que le genere resultados positivos?



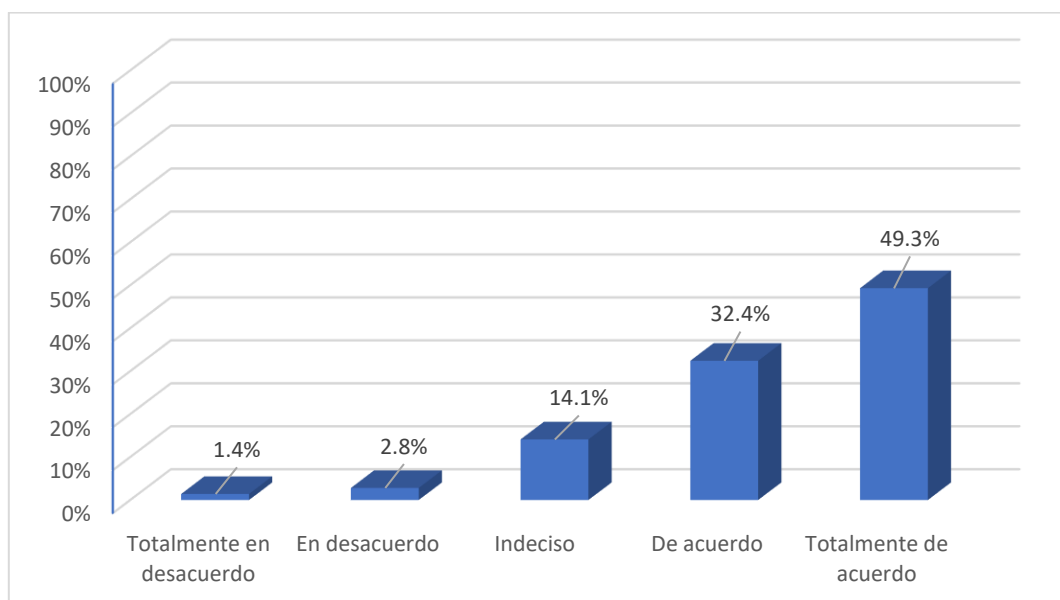
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 37: Pregunta 20 - ¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1.4	1.4
	En desacuerdo	8	2.8	4.2
	Indeciso	40	14.1	18.3
	De acuerdo	92	32.4	50.7
	Totalmente de acuerdo	140	49.3	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 20: Pregunta 20 - ¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?



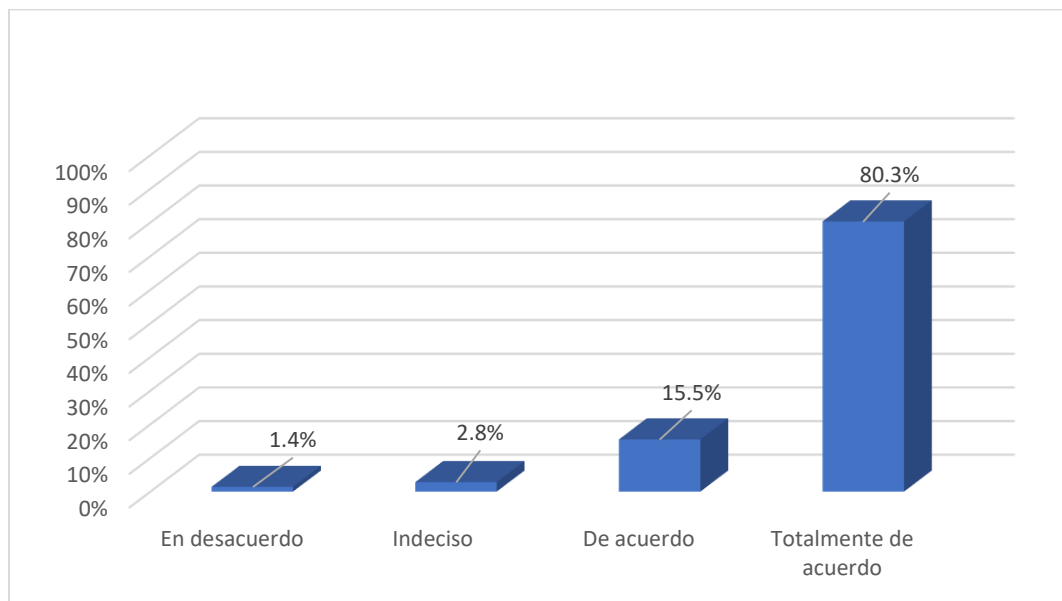
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38: *Pregunta 21 - ¿Considera usted que el servicio ofrecido por su empresa genera la fidelización del cliente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1.4	1.4
	Indeciso	8	2.8	4.2
	De acuerdo	44	15.5	19.7
	Totalmente de acuerdo	228	80.3	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 21: *Pregunta 21 - ¿Considera usted que el servicio ofrecido por su empresa genera la fidelización del cliente?*



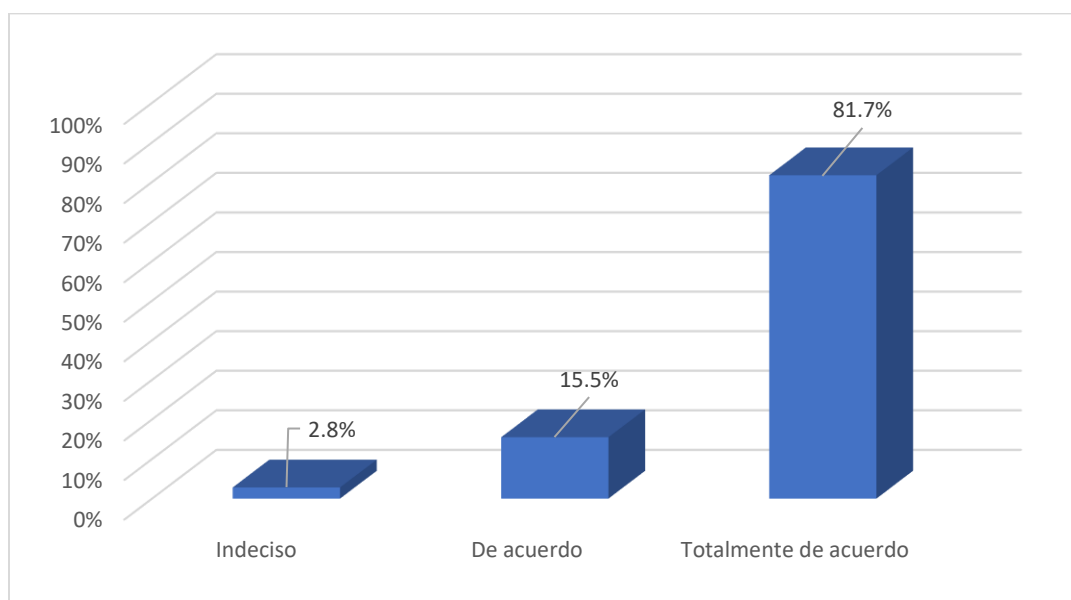
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39: Pregunta 22 - ¿Considera usted que la empresa cuenta con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	2.8	2.8
	De acuerdo	44	15.5	18.3
	Totalmente de acuerdo	232	81.7	100.0
	Total	284	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 22: Pregunta 22 - ¿Considera usted que la empresa cuenta con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?



Fuente: Elaboración Propia

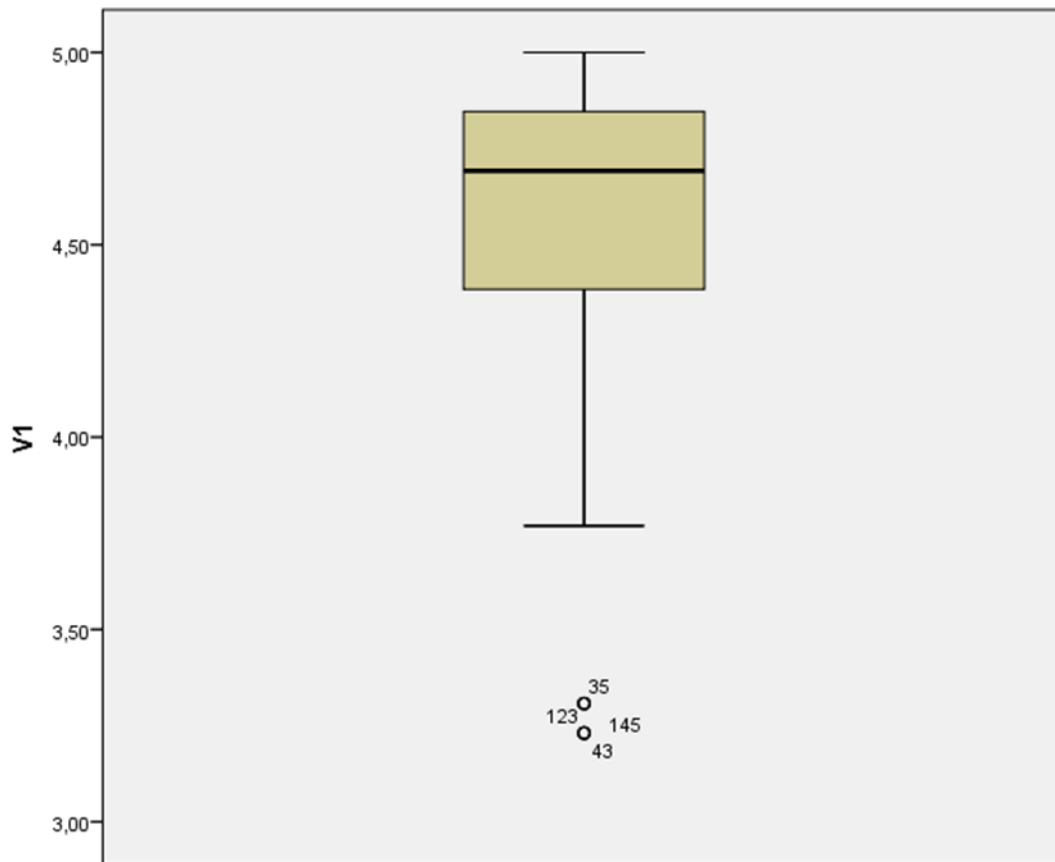
Interpretación – Dimensión 6:

Como se puede observar, es necesario analizar y evaluar los factores externos, ya que existen oportunidades y amenazas que una empresa debe evaluar para poder operar con normalidad, buscar las oportunidades para mejorar y encontrar estrategias que minimicen las debilidades en un corto plazo, es por ello que más del 90% de encuestados están de acuerdo con el control y análisis de los factores

externos ya que junto con la correcta evaluación de los factores internos se logrará un crecimiento empresarial, el mismo que beneficiará a todos.

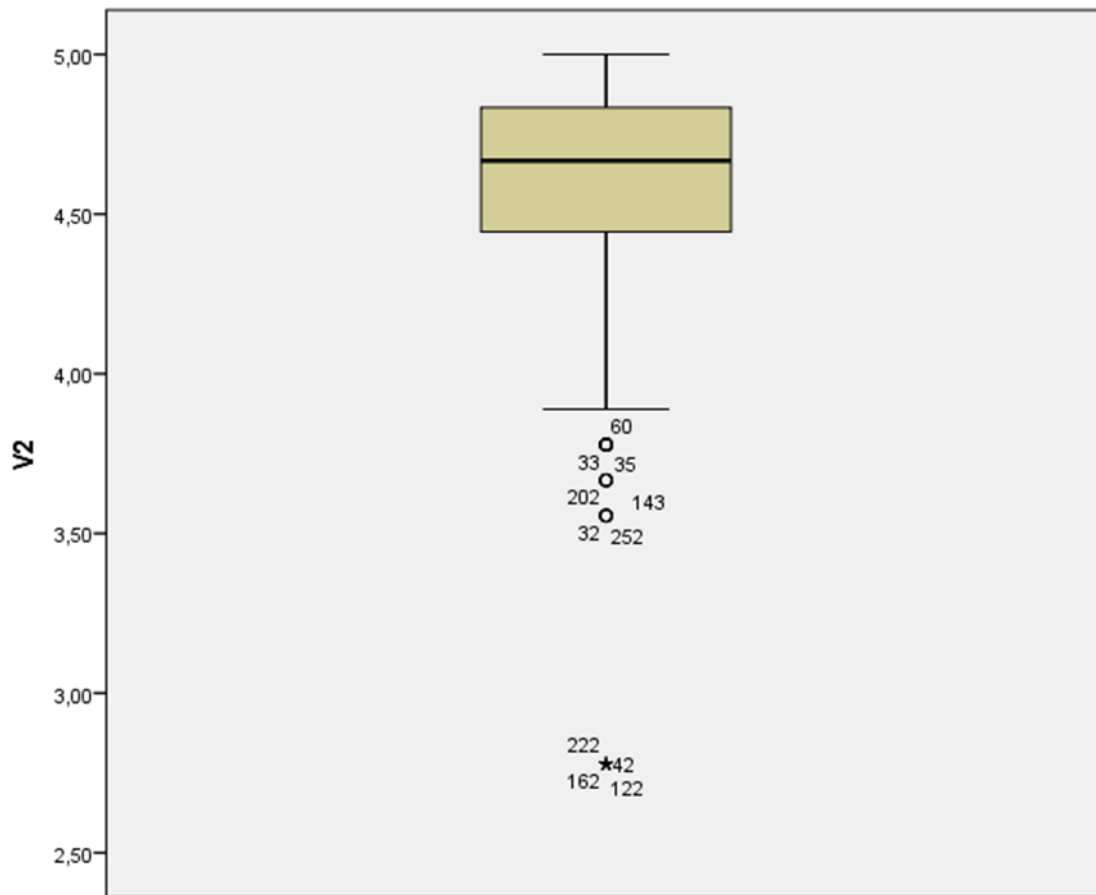
4.3 Análisis exploratorio

Figura 23: Gráfico de cajas de la Variable 1: Gestión Administrativa



Nota: Elaboración Propia. El gráfico de cajas de la Variable 1 muestra que existe una alta concentración de datos en la cual representa la alternativa "De acuerdo".

Figura 24: Gráfico de cajas de la Variable 2: Crecimiento empresarial



Nota: Elaboración propia. El gráfico muestra que existe una alta concentración de datos en la cual representa la alternativa "De acuerdo".

Respecto a la variable 1 (Gestión administrativa), se observa que por lo menos un 94% está de acuerdo con analizar la variable bajo las dimensiones de planeación, organización, dirección y control; ya que como la teoría lo soporta, si logramos aplicar correctamente el proceso administrativo se conseguirá una óptima gestión administrativa, y como se puede ver en el gráfico, la mayoría de respuestas se encuentran muy cerca al 5, es decir, hay conformidad al respecto.

Por otro lado, respecto a la variable 2 (Crecimiento empresarial), se observa la misma tendencia, por lo menos un 93% está de acuerdo con que se analice el crecimiento bajo las dimensiones factores internos y externos, puesto que solo así se entenderá lo bueno y lo malo que puede tener una organización (Análisis FODA). En el gráfico se puede observar que las respuestas en su mayoría están cercanos al valor número 5, es decir, hay conformidad con la variable.

En resumen, estos gráficos demuestran que hay un alto porcentaje de aceptación de las variables y su importancia en el estudio de las mismas para buscar la relación dependiente entre variables.

4.4 Análisis descriptivo de las variables

Tabla 40. Estadísticos Descriptivos de la variable 1: Gestión Administrativa

		V1: Gestión Administrativa	D1: Planeación	D2: Organización	D3: Dirección	D4: Control
N	Válido	284	284	284	284	284
	Perdidos	0	0	0	0	0
Media		4,5821	4,6948	4,6831	4,6118	4,4173
Mediana		4,6923	5,00	5,00	4,75	4,50
Moda		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Desv. Desviación		0,39180	0,42956	0,44673	0,45954	0,57343
Varianza		0,154	0,185	0,200	0,211	0,329
Asimetría		-1,271	-1,595	-1,747	-1,712	-1,162
Curtosis		1,759	2,507	3,572	3,843	1,464
Rango		1,77	2,00	2,00	2,25	2,75
Mínimo		3,23	3,00	3,00	2,75	2,25

Máximo	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
--------	------	------	------	------	------

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 16, la variable 1 Gestión Administrativa presenta un puntaje mínimo de 3.23 y un máximo de 5.00. Asimismo, su media es de 4.58, mediana de 4.69 y moda de 5.00, demostrando que los encuestados respondieron positivamente a las preguntas. La desviación se encuentra en 0.39, su varianza es de 0.15, posee una asimetría negativa de -1,27, curtosis de 1.75 y rango de 1.77.

En cuanto a las dimensiones, la media es más baja en la dimensión Control con 4.4 mientras que las demás se encuentran en 4.6. La mediana para planeación y organización es más alta con 5.00, para dirección es de 4,7 y control 4.5. La moda se mantiene en 5.00 para todas. El puntaje mínimo en las dimensiones planeación y organización es de 3.00, mientras que dirección es más bajo con 2.75 y en control 2.25. El puntaje máximo es de 5.00 en todos los casos.

Observando las variables media, mediana y moda de la variable 1 podemos observar que responde al nivel de confianza del 95% visto anteriormente, por esta razón se puede afirmar que las respuestas de estas 3 dimensiones son positivas y que podrían replicarse en otros estudios generando sólo resultados positivos para los investigadores.

Tabla 41. Estadísticos Descriptivos de la variable 2: Crecimiento Empresarial

		V2: Crecimiento Empresarial	D5: Factores Internos	D6: Factores Externos
N	Válido	284	284	284
	Perdidos	0	0	0
Media		4,5685	4,5761	4,559
Mediana		4,6667	4,60	4,75
Moda		4,78	5,00	5,00
Desviación Estandar		0,42380	0,47554	0,47023
Varianza		0,180	0,226	0,221
Asimetría		-1,595	-1,764	-1,260
Curtosis		3,290	4,610	1,138
Rango		2,22	2,60	2,00
Mínimo		2,78	2,40	3,00
Máximo		5,00	5,00	5,00

Fuente: Elaboración Propia

La tabla 17 muestra que la variable Crecimiento empresarial presenta una media de 4.57, una mediana de 4.67 y moda 4.78. Este resultado es ligeramente más bajo que la primera variable, pero demuestra que los encuestados también respondieron en escalas altas. La desviación es de 0.42, la varianza de 0.18, asimetría de -1.595, y curtosis de 3,.9. Adicionalmente, el rango es de 2.22, el mínimo de 2,78 y el máximo de 5.00.

Para la dimensión de factores externos, se muestra la media de 4.57, mediana de 4.60 y moda 5.00, con un mínimo de 2,40 y máximo de 5.00.

Finalmente, la dimensión Factores Internos, muestra una media de 4.56, mediana de 4.75, moda de 5.00, mínimo de 3.00 y máximo de 5.00.

Al igual que la variable 1, los resultados de las preguntas concernientes a las 2 dimensiones descritas en el cuadro anterior pueden inducir de que el estudiar esta variable en conjunto con la variable 1 sólo traerá resultados positivos en investigaciones iguales o similares a la presentada, debido a que el nivel de confianza de 95% da como certeza de que todas las respuestas en más del 93% se encuentran en las escalas 4 ó 5 del cuestionario, lo que indica que la muestra si está de acuerdo con que la gestión administrativa ayudará a mejorar el crecimiento empresarial.

4.5 Prueba de normalidad

En la investigación, se emplea la Prueba de Kolmogórov-Smirnov, pues el tamaño de la muestra es de 284 encuestados (mayor a 50).

Se aplican dos hipótesis: nula y alterna, para determinar si la investigación se distribuye de forma normal o no.

- Ho: Los datos se distribuyen de manera normal
- H1: Los datos no se distribuyen de manera normal

Es importante mencionar que el valor de significancia ayuda a decidir qué hipótesis es correcta para la investigación según los siguientes criterios:

Nivel de significancia: 0.05 = margen de error = p-valor

- Si la Significancia (Sig.) > 0.05, no se rechaza la Ho, por el contrario, se acepta.
- Si la Significancia (Sig.) < 0.05, se rechaza la Ho, por el contrario, se acepta la H1.

A continuación, se desarrolla la prueba de Kolmogórov-Smirnov, asimismo, se aplica el histograma para poder tener una mirada más amplia de la normalidad de los datos.

4.5.1 Prueba de normalidad de la variable 1: Gestión Administrativa

Tabla 42: Prueba de normalidad Variable 1

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
V1 Gestión Administrativa	0.146	284	0.000

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, se muestra el histograma y diagrama Q-Q de normalidad, los cuales muestran que no hay una distribución normal de los datos correspondientes en la primera variable.

Figura 25: Histograma de la Variable 1 : Gestión Administrativa

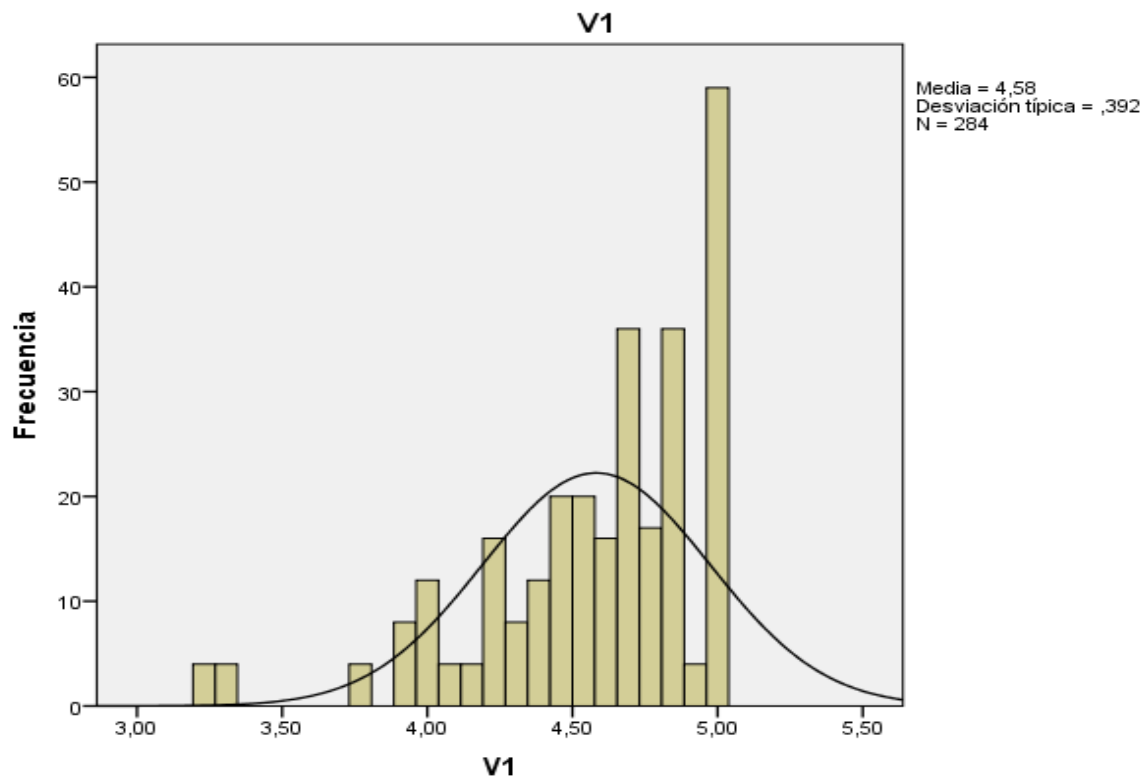
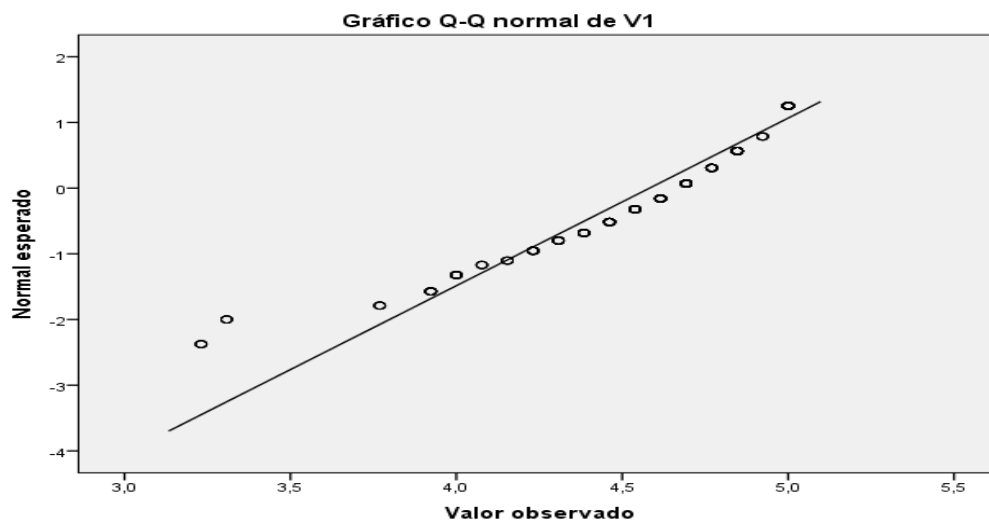


Figura 26: Gráfico Q-Q de normalidad de la Variable 1: Gestión Administrativa



Como se puede observar al igual que los análisis previos, la mayor cantidad de respuestas relacionadas a la variable 1 se encuentran entre 4 y 5, esto indica que un alto porcentaje se encuentra de acuerdo con analizar y estudiar la V1 y ver su impacto en la V2. Por otro lado, en el gráfico de Q-Q normalidad se evidencia la tendencia, la misma que va a 5, es decir, también indica aceptación.

4.5.2 Prueba de normalidad de la variable 2: Crecimiento empresarial

Tabla 43: Prueba de normalidad Variable 2

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
V2 Crecimiento Empresarial	0.183	284	0.000

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente histograma y gráfico Q-Q de normalidad se muestra una distribución que no es normal, similar a la primera variable.

Figura 27: Histograma de la Variable 2: Crecimiento empresarial

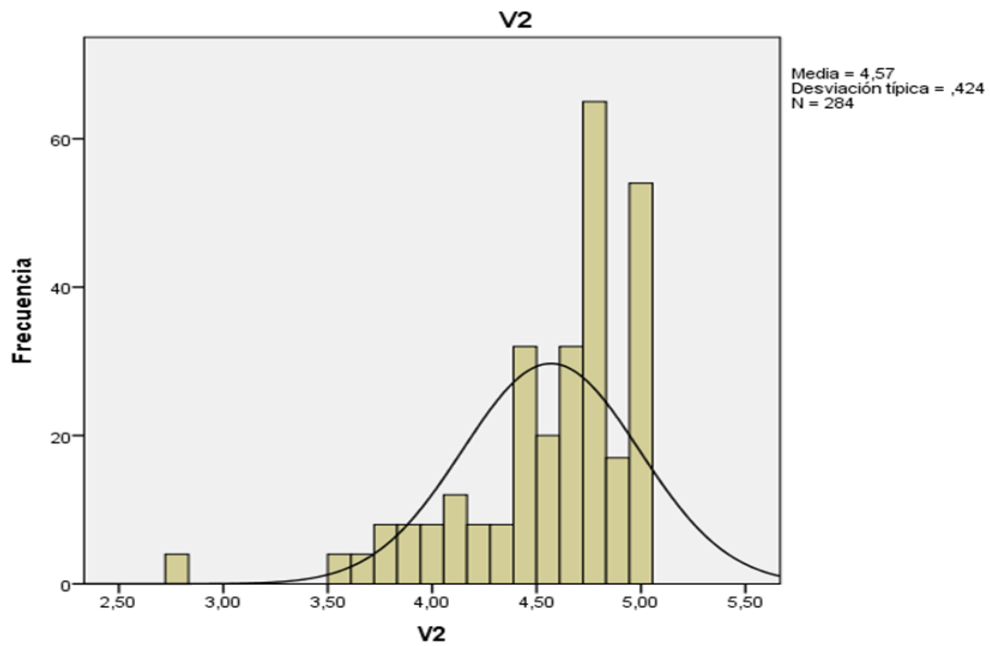
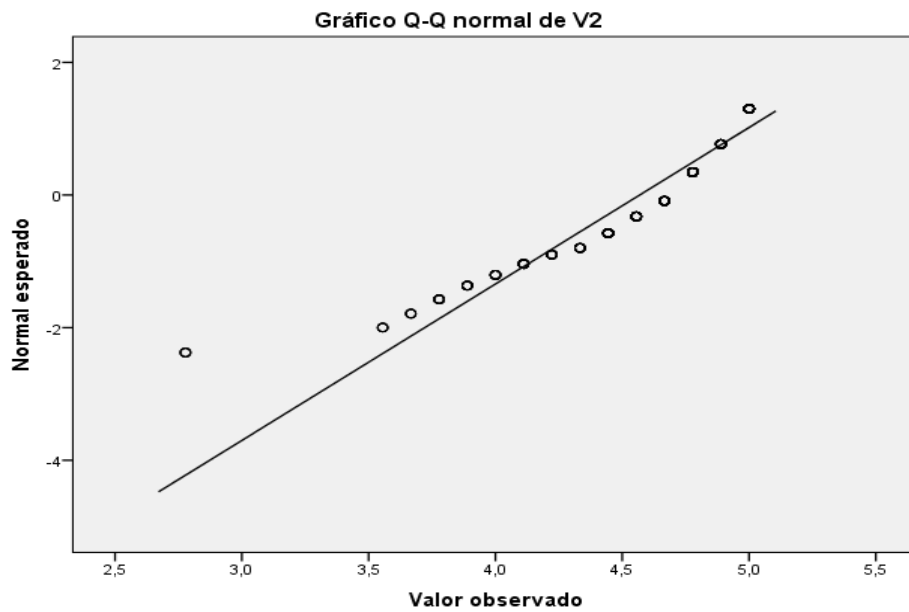


Figura 28: Gráfico Q-Q de normalidad de la Variable 2: Crecimiento Empresarial



Por otro lado, al estudiar y analizar la V2 se observa el mismo razonamiento que la V1, la mayoría de respuestas relacionadas a la V2 se encuentran en su mayoría comprendidas entre los valores 4 y 5, con ello se afirma que la V1 si impacta en la V2, es decir, existe un correlación entre ambas, asimismo, en el gráfico Q-Q de normalidad observamos también que la tendencia es ir a 5, es decir, los resultados apuntan a que existe una relación positiva de la V1 a la V2, un gran porcentaje está de acuerdo con analizar la V2 desde un punto de vista dependiente con la V1.

A la luz de los resultados, se determina que las dos variables (1 y 2), y las dimensiones no distribuyen de manera normal, ya que cuentan con un nivel de significancia menor a 0.05. Por lo tanto, se aplica la prueba de Rho Spearman para contrastar las hipótesis.

4.6 Contrastación de Hipótesis

Dado que los datos no se distribuyen de manera normal se aplica las correlaciones de Spearman para contrastar las hipótesis.

Es importante considerar la información de significancia para escoger la hipótesis general o específicas:

- Si la Significancia (Sig.) > 0.05, No rechazamos la H_0 , por el contrario, se aceptamos.

- Si la Significancia (Sig.) < 0.05, Rechazamos la Ho, por el contrario, se acepta la H1.

En base a ello, se comprueba si las hipótesis propuestas son correctas o no.

4.6.1 Hipótesis General

Ho: No existe relación entre la gestión administrativa y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

H1: Existe relación entre la gestión administrativa y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

Tabla 44: Correlaciones de Spearman de Hipótesis General

		VD		
		V1 Gestión	Crecimiento	
		Administrativa	Empresarial	
Rho de Spearman	VI Gestión Administrativa	Coeficiente de correlación	1.000	0.785**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	284	284
	VD Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	0.785**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	284	284

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Bajo el propuesto del nivel de significancia 0.05, se acepta la H1, ya que la significancia es de 0,000; por lo tanto, es menor a 0.05. El valor de correlación de Spearman es de 0,785 lo que señala que existe relación directa positiva entre las variables. El resultado permite descartar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

Por otro lado, junto con el nivel de confianza se afirma que efectivamente existe una relación directa entre las variables, ya que al tener una mejor gestión administrativa generará un crecimiento empresarial (mype) y ello se puede replicar en otros estudios, ya que más del 90% de encuestados está de acuerdo con la aplicación de la misma.

4.6.2 Hipótesis Específicas

4.6.2.1 Hipótesis Específica 1 – Planeación

Ho: No existe relación entre la planeación y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

H1: Existe relación entre la planeación y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

Tabla 45: Correlación de Spearman de Hipótesis Específica 1 - Planeación

			Planeación	VD Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Planeación	Coeficiente de correlación	1.000	0.535**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	284	284
VD Crecimiento Empresarial	VD Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	0.535**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	284	284

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

El nivel de significancia es menor a 0.05 en este caso se acepta la H1, que indica que existe relación de 0.535 entre la planeación y el crecimiento de la empresa.

Al igual que la hipótesis general, la relación es directa y positiva, por ello se puede replicar el estudio en otra investigación y se tendrían los mismos resultados.

4.6.2.2 Hipótesis Específica 2 – Organización

Ho: No existe relación entre la organización y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

H1: Existe relación entre la organización y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

Tabla 46: Correlación de Spearman de Hipótesis Específica 2 - Organización

			Organización	VD Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Organización	Coeficiente de correlación	1.000	0.508**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	284	284
	VD Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	0.508**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	284	284

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Al nivel de significancia del 0.05, se acepta la hipótesis alterna, que indica la existencia de relación al 0.508 entre la organización y el crecimiento empresarial por ende la organización se relaciona con un crecimiento empresarial de las microempresas existentes del centro comercial.

Al igual que la hipótesis general, la relación es directa, por ello una buena organización generaría crecimiento empresarial en cualquier entidad, de esta forma se puede replicar el estudio.

4.6.2.3 Hipótesis Específica 3 – Dirección

Ho: No existe relación entre la dirección y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

H1: Existe relación entre la dirección y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.

Tabla 47: Correlación de Spearman de Hipótesis Específica 3 - Dirección

			Dirección	VD Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Dirección	Coeficiente de correlación	1.000	0.542**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	284	284
VD Crecimiento Empresarial	VD Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	0.542**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	284	284

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Bajo un nivel de significancia del 0.05, en este caso se aceptará la H1, que revela la relación positiva entre la dirección y el crecimiento empresarial de 0.542, es decir, que el proceso de dirección es importante implementarlo para un adecuado crecimiento de las mype en estudio.

Al igual que la hipótesis general, la relación es directa, como se mencionó en los resultados una buena dirección (liderazgo) generará aspectos positivos en una organización.

4.6.2.4 Hipótesis Específica 4 – Control

Ho: No existe relación entre el control y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

H1: Existe relación entre el control y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

Tabla 48: Correlación de Spearman de Hipótesis Específica 4 - Control

			Control	VD Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Control	Coeficiente de correlación	1.000	0.763**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	284	284
		VD Crecimiento Empresarial	0.763**	1.000
	VD Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	0.763**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	284	284

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Bajo un nivel de significancia del 0.05, se acepta la H1, que expresa que aplicar control adecuado en los negocios en positivo para el crecimiento empresarial de las microempresas inmersas en el centro comercial.

Como ya se mencionó, el control es importante para toda organización, para esta variable, en especial, los empleados tienen recelo, ya que no buscan ser controlados, es por ello que es la única dimensión en la que se tuvo resultados positivos pero que no llegaban al 80%, esto afirma la idea de que el control es necesario y también que es muy importante el proceso en que se llevará para que los empleados no sientan temor a ello, es un factor importante para toda organización.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En este capítulo se compararon los resultados encontrados en el trabajo confrontándolos con las bases teóricas y los resultados de las investigaciones realizadas anteriormente. Para esto se utilizaron los hallazgos en base a la hipótesis general y a las hipótesis específicas.

5.1 Hipótesis General:

Existe relación entre la gestión administrativa y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

En función a la Hipótesis General desarrollada en la investigación y de acuerdo con los resultados conseguidos y demostrados por el Rho de Spearman, el 0.785 afirma que existe relación entre las variables, mientras que Vallejos (2021), en su tesis doctoral encuentra que la gestión administrativa contribuye significativamente en la competitividad empresarial con un 0.578.

Entre tanto Tejada (2019) en su tesis argumenta que la empresa analizada debe cambiar la manera de gestionar la administración y así obtener resultados positivos, ya que el nivel de significancia obtenido fue de 0.000.

Por otro lado, dentro de las investigaciones internacionales tenemos a (Barriga & Mendoza, 2022), donde argumentan que la empresa en estudio está realizando de manera adecuada el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar, y a través de ello se ha logrado el cumplimiento de la satisfacción al cliente, la cual es una

importante dimensión del crecimiento empresarial, lo que ha permitido el logro de objetivos y desarrollo de la empresa.

A su vez, por estadística inferencial más del 93% de empresarios están de acuerdo con que la gestión administrativa ayudará al crecimiento de las mype, considerando un intervalo de confianza del 95%, podemos deducir que el impacto es positivo entre las variables y podemos replicar el estudio obteniendo los mismos resultados.

Por otro lado, Jovanovic (1982, como se citó en Seclen, 2016) indica que solo las empresas eficientes se mantienen en el tiempo, basándose en el aprendizaje organizacional donde los administradores son aquellos que conocen la forma de obtener mejores resultados.

5.2 Hipótesis Específica 1:

Existe relación entre la planeación y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

Si bien se considera en todo tipo de actividad económica y comercial a la planificación como necesaria e importante, ello no quiere decir que esté bien diseñada; el resultado en esta investigación muestra que el grado de relación entre estas es 0.535 lo que puede afectar si no es bien llevada o puede beneficiar si es delineada adecuadamente.

La investigación elaborada por Vallejos (2021), concluye e indica que la gestión administrativa de las mype tiene una planificación deficiente. Por otro lado, Rosales

(2021) indica que el crédito bancario como estrategia establecida en la etapa de planeación, es fundamental para el crecimiento de las mype debido a que existe una correlación de Pearson de 0.957.

Estas afirmaciones se conectan con la teoría de Blázquez et al. (2006b), quienes indican que, al crear una planificación correctamente diseñada, genera que las organizaciones logren mayores beneficios económicos y a largo plazo, un mayor crecimiento.

Como ya se mencionó en el estudio, existe un nivel de confianza del 95%, y más del 93% de encuestados están de acuerdo con que la planeación sólo traerá resultados positivos, por esta razón, se deduce que una buena planeación impactará de manera positiva en cualquier organización.

5.3 Hipótesis Específica 2:

Existe relación entre la organización y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

Mientras más organizados se encuentren los espacios de trabajo con los productos adecuados y cada persona dentro de su función, el beneficio podría ser mejor; este trabajo dice que existe 0.508 de relación entre organización y crecimiento empresarial, el resultado es un punto medio donde mostraría que los empresarios la quisieran implementar, pero no saben cómo.

Vallejos (2021), demuestra en su investigación que una organización inadecuada, debilita el negocio y no permitiría obtener los resultados deseados.

Continuando con los estudios previos, Calderón (2018), en su trabajo de investigación basado en la gestión administrativa y su influencia con el crecimiento empresarial tuvo como resultado que las empresas muestran una gestión organizativa regular de manera interna, mientras que en el análisis de correlación se evidencia una relación significativa ($\text{Sig.} < 0.05$) entre ambas variables.

En esa misma línea, según las bases teóricas, para Koontz et al. (2012), organizar se refiere a identificar y clasificar actividades, agrupar las actividades para alcanzar las metas, asignar estos grupos a cada gerente y tener una coordinación minuciosa en toda la estructura organizacional.

Se puede agregar que el implementar una empresa debidamente organizada en cada una de sus tareas y áreas es fundamental para conseguir resultados y mantener la alineación de actividades.

Al igual que en la planeación, una buena organización traerá aspectos positivos a la organización, se logra deducir que existe una relación directa entre las variables, y se recomienda aplicar correctamente ello en cualquier organización.

5.4 Hipótesis Específica 3:

Existe relación entre la dirección y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023.

En función a esta hipótesis de investigación y en concordancia con los resultados conseguidos y demostrados por el Rho de Spearman donde 0.542 afirma que existe relación entre las variables en cuestión.

De esta forma Vallejos (2021), en sus hallazgos muestra que la gestión administrativa de las mype tiene una dirección defectuosa, entonces, esto hace ver que un mal direccionamiento no podría conllevar a buenos resultados.

Adicionalmente, Ventura (2020) afirma que la gestión administrativa y la motivación tienen una relación, puesto que analizar la gestión administrativa sobre la productividad ayuda a disminuir la incertidumbre que gira en torno a las exigencias del mercado.

Al igual que las anteriores dimensiones, una buena dirección – liderazgo, ayudará a conocer mejor los recursos y buscar acciones que ayuden a lograr objetivos, la relación es directa y positiva, junto con el porcentaje de respuestas relacionadas a la dimensión, se infiere que si se debe aplicar una buena dirección en cualquier organización.

5.5 Hipótesis Específica 4:

Existe relación entre el control y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.

En función a esta hipótesis de investigación y en correspondencia con los resultados se observa que el Rho de Spearman fue de 0.763, que afirma que existe relación adecuada entre las variables puestas a discusión.

En otros estudios, Vallejos (2021), afirma que la gestión administrativa de las mype de su estudio posee bajo desempeño en el control, calidad de servicio deficiente, tecnología desvalorada y financiamiento precario, mientras que Tejada (2019) afirma que tanto los directivos como los colaboradores de la empresa en estudio deben utilizar una gestión de los recursos, metas y planeamiento para optimizar su desarrollo. Se infiere que la empresa debe cambiar la manera de controlar el desempeño de sus los colaboradores y así obtener resultados positivos. En cuanto a trabajos internacionales, (Lara, 2018), indica que existe una correlación positiva entre la gestión administrativa y la eficiencia en la productividad de las empresas en estudio, donde se infiere que es fundamental mantener un control adecuado en los empleados, para que estos puedan ejercer sus diversas actividades de manera eficaz y eficiente, asimismo, generar una productividad adecuada.

Como ya se analizó en las respuestas, es la dimensión con menos aceptación por parte de la muestra, debido a que es una dimensión que implica evaluación y seguimiento y los empleados no desean eso. Sin embargo, no desean esto por ser

un factor defectuoso, sino por el trabajo que ello demanda. Por esa razón, toda empresa debe enfocarse en controlar, evaluar y monitorear a sus empleados, pues solo así logrará analizar los defectos o problemas y buscar estrategias que lo solucionen.

CONCLUSIONES

1. En relación con el objetivo general denominado “Determinar la relación de la gestión administrativa con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023”, se ha determinado que existe una relación significativa entre variables con un Rho de Spearman del 0.785, y que más del 93% de encuestados están de acuerdo con la aplicación de una buena gestión administrativa que impactará de manera positiva en el crecimiento de la mype del estudio en mención. Se concluyó también que, actualmente, no existe una buena gestión lo que está retrasando la evolución de este mercado.
2. Por otro lado, en base al objetivo específico 1: “Determinar la relación de la planeación con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023”, se observa que existe una relación positiva y que un 94% de los encuestados se encuentra de acuerdo con que la organización planifique lo necesario para lograr los objetivos, tanto las metas, estrategias, políticas y tener financiamiento, se deduce que esta variable impactará positivamente de manera que exista crecimiento de las mype.
3. A su vez, en base al objetivo específico 2: “Determinar la relación de la organización con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023”, existe relación directa entre ambos factores y que un 97% de los encuestados están de acuerdo con que toda empresa tenga una buena organización, es decir, tener una excelente estructura que simplifique los

cambios, así como saber cómo se debe atender al personal mediante un diagrama de flujo. Se deduce que esta variable es importante para cualquier empresa que busque mantenerse en el mercado.

4. También en base al objetivo específico 3: “Determinar la relación de la dirección con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023, se evidencia que existe relación positiva entre variables. Además, el 94% de encuestados se encuentran a favor de esta dimensión, ya que sólo traerá resultados positivos a la organización. Esta conclusión se soporta en los resultados y en la inferencia de que una buena dirección en cualquier área traerá resultados positivos. En ese sentido, se infiere que la práctica de un adecuado liderazgo, comunicación interna, y motivación de los empleados son necesarios para lograr las metas y objetivos establecidos por la empresa.
5. Por último, en base al objetivo específico 4: “Determinar la relación del control con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023, se observa que la relación no es tan estrecha como las anteriores, ya que según los encuestados sólo un 70% está de acuerdo con el monitoreo, evaluación y control. Esta es la dimensión más complicada de adherir a cualquier organización, pues los empleados pueden verse amenazados si no se desarrolla una correcta estrategia, sin embargo, se evidencia su vital importancia y aplicación en la empresa.

RECOMENDACIONES

1. Toda empresa debe aplicar y analizar la gestión administrativa para poder tener resultados positivos en su gestión, con ello puede mantenerse en el mercado. Asimismo, se recomienda que las empresas analicen y estudien el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar para asegurarse que tengan buenos resultados.
2. Las empresas deben planificar sus objetivos de tal manera que tengan metas claras, definidas y alcanzables, a su vez, tener políticas bien definidas. Para el caso de empresas que tienen al cliente como principal soporte, formulen correctamente las estrategias que buscarán la estabilidad y fidelización de estos. Para ello, se recomienda la realización de un análisis FODA.
3. Desde el punto de vista de organización, se recomienda que las empresas tengan una estructura organizacional dinámica para que sea fácil la adaptación a cualquier cambio necesario originado por la situación del mercado, es decir, se debe implementar un organigrama donde se muestren las funciones de cada colaborador de la empresa. También se recomienda que toda área simplifique sus procesos mediante diagramas de flujo y se comunique con anticipación a los empleados para que lo puedan estudiar y ayuden a optimizar los tiempos.
4. Desde el punto de vista de dirección, se recomienda que las empresas cuenten con programas o planes de motivación y de recompensa al empleado, de tal manera que esto ayude a que la empresa pueda mejorar sus relaciones

interpersonales, así manejar sus recursos y optimizar cualquier falla que pueda existir. Asimismo, se recomienda mejorar los canales de comunicación con todos los colaboradores de la empresa a través de un adecuado liderazgo por parte de los directivos, ya que con los planes establecidos se buscará que el empleado sea más óptimo.

5. Se recomienda planificar una buena herramienta de control, ya que es el proceso más sensible para los empleados y así no se sientan amenazados, como se ha visto, no todos los microempresarios están de acuerdo con ello por lo que implica el proceso. Para ello, se recomienda medir el desempeño de los empleados utilizando indicadores de gestión, finalmente, evaluar los resultados para corregir errores.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, 1-26. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>
- Álvarez, R. (2007). *Estadística aplicada a las ciencias de la salud*. Madrid: Diaz de Santos.
- Arguello, A., Llumiguano, M., Gavilanez, C., & Torres, L. (2020). *Administración de Empresas, Elementos Básicos*. Bolívar: Pons Publishing House/ Pons ASBL.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación* (6 ed.). Caracas: EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Audisio, N. (2006). *Gestión por beneficios. Nuevas Herramientas de gestión*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Barquero, J. (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* (2 ed.). España: McGraw-Hill.
- Belloso, R. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Revista de Estudios Interdisciplinarios de Ciencias Sociales*, 248-252. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Bogotá: Pearson Education.
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006a). Factores de crecimiento empresarial. Especial referencia a las medianas y pequeñas empresas. *Revista Innovar Journal*, 43-56. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802804.pdf>
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006b). Concepto, Perspectivas y Medidas del Crecimiento Empresarial. *Cuadernos de Administración*, 165-195. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503107>
- Calderón, P. G. (2018). *La gestión administrativa y su influencia con el crecimiento empresarial para las empresas de ropa deportiva de la ciudad de Loja, Ecuador*. Loja: Dialnet.
- Canals, J. (2004). Crecimiento Empresarial, personal y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa y Humanismo*, 337-370. Retrieved from <https://revistas.unav.edu/index.php/empresa-y-humanismo/article/view/33414>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mexico D.F.: Mc-Graw Hill Interamericana.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2020). *MiPymes en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago: Naciones Unidas. Retrieved from https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf

- Cooperación Suiza en Bolivia. (2017). *Guía de Gestión Empresarial*. La Paz: Comisión Episcopal de Educación. Retrieved from <https://formaciontecnicabolivia.org/sites/default/files/publicaciones/guiadegestionambientalweb.pdf>
- Coque, D. (2018). *La gestión administrativa y su impacto en la rentabilidad de la empresa MEGAMICRO S.A. de la ciudad de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- d'Astous, A., Sanabria, R., & Pierre, S. (2003). *Investigación de Mercados. Una manera de conocer preferencias, comportamientos y tendencias*. Bogotá: Grupo Editorail Norma.
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación. Fundamentos y Metodología*. Juárez: Pearson Educación .
- Díaz, J. (1999). *Macroeconomía: Primeros conceptos*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Griffin, R. (2011). *Administración*. México D.F.: Cengage Learning.
- Grupo de Inversiones Suramericana [Grupo Sura]. (2021, Abril 26). *Mipymes Latinoamericanas desarrollan nuevas capacidades tras pandemia*. Retrieved from Grupo Sura: <https://www.gruposura.com/noticia/mipymes-latinoamericanas-desarrollan-nuevas-capacidades-tras-pandemia/>
- Hernández, B. (2001). *Técnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Dias de Santos.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México D.F: McGraw-Hill.
- Hit, M., Black, S., & Porter, L. (2006). *Administración*. Juárez: Pearson Educación.
- Hopkins, T. (2014). *Ventas para Dummies*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Jurado, J. (2017). *Historia de la Administración. Escribir las prácticas*. Medellín: Fondo Editorial ITM.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración: Una Perspectiva Global y Empresarial*. México D.F.: McGraw- Hill.
- Lara, J. (2017). *Impacto de la gestión administrativa sobre la eficiencia de la actividad pesquera artesanal - Cantón Manta*. Manta: Dialnet.
- Llamas, J. (2004). *Estructura científica de la venta: Técnicas profesionales de venta*. México D.F.: Editorial Limusa.
- Mares, C. (2013). El régimen jurídico de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú. Lima: Palestra. Retrieved from <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/4768>
- Meyers, F. (2000). *Estudios de tiempos y movimientos para la manufactura ágil*. Juárez: Pearson Educación.

- Naciones Unidas. (2022, Junio 27). *Mipymes, a la cabeza del desarrollo sostenible*. Retrieved from Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day>
- Peréz-Carballo, J. (2013). *Control de la gestión empresarial* (8 ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Reyes, A. (2007). *Administración Moderna*. México D.F.: Editorial Limusa.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. Juárez: Pearson Educación.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. Juárez: Pearson Educación.
- Rodríguez, N. (2021, Abril 1). *Crecimiento empresarial: Qué es, sus fases y ejemplos de estrategias*. Retrieved from Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/crecimiento-empresarial>
- Romero, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista Enfermería del Trabajo*, 105-114. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043>
- Rosales, E. (2021). *Influencia del Crédito Bancario en el Crecimiento Empresarial de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de La Victoria, 2019*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Retrieved from <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/16762?show=full#:~:text=Concluy%C3%A9ndose%20que%20existe%20influencia%20del,por%20efectos%20del%20cr%C3%A9dito%20bancario.>
- Seclen, J. (2016). Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria metalmeccánica de Lima: un estudio de casos múltiple. *Ekonomíaz*, 225-241. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5778218>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú [ComexPerú]. (2021). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú*. Lima: ComexPerú. Retrieved from <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). *Administración*. Mexico D.F.: Prentice Hall Inc.
- Sy Corvo, H. (2021, Julio 01). *Gestión Administrativa*. Retrieved from Lidefer: <https://www.lifeder.com/gestion-administrativa/>
- Tapia, C., & Flores, C. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos. *Societas. Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas*, 83-97. Retrieved from <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/341/3412237018/3412237018.pdf>
- Tejada. (2019). *Gestión Administrativa Y El Comportamiento Organizacional En La Empresa Sci En El Área De Contact Center De Lince – 2017*.
- Torres, Z. (2014). *Teoría General de la Administración*. México: Grupo Editorial Patria.
- Vallejos, J. (2021). *Gestión Administrativa y Competitividad Empresarial de las Mype en el Sector Transporte de Pasajeros en el Distrito de Chota, 2019*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca. Retrieved from

<https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/4548#:~:text=Se%20determin%C3%B3%20que%20la%20contribuci%C3%B3n,menor%20al%205%25%2C%20indicando%20que>

ANEXOS

- Anexo I : Matriz de consistencia
- Anexo II : Matriz de Operacionalización
- Anexo III : Instrumento de Recopilación de datos
- Anexo IV : Validación de Juicio de Expertos
- Anexo V : Evidencias

Anexo I: Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS: Gestión Administrativa y su relación con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Mype y desarrollo

AUTOR(ES): Guerrero Paredes, Anthony Kevin / García Márquez, Eduardo Martín

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General			
¿De qué manera se relaciona la gestión administrativa con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima, 2023?	Determinar la relación de la gestión administrativa con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro, Lima”, Lima, 2023.	Existe relación entre la gestión administrativa y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	<p>Variable 1:</p> <p>Gestión Administrativa</p> <p>Variable 2:</p> <p>Crecimiento Empresarial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación • Organización • Dirección • Control • Factores Internos • Factores Externos 	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Alcance: Descriptivo - Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Unidad de Análisis: Microempresarios del Centro Comercial “Centro Lima”</p>

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Dimensiones	Indicadores	Fuentes de información
¿De qué manera se relaciona la planeación con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023?	Determinar la relación de la planeación con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	Existe relación entre la planeación y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	Planeación Crecimiento Empresarial	Metas Planes Estrategias D1: Factores Internos: Empleados Ventas Beneficios D2: Factores Externos: Proveedores Clientes Competidores	-Revisión Documental (Libros, Tesis, Revistas, Diarios, Artículos Científicos, Páginas web)
¿De qué manera se relaciona la organización con el crecimiento de las Mypes del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023?	Determinar la relación de la organización con el crecimiento de las Mypes del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	Existe relación entre la organización y el crecimiento de las Mypes del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	Organización Crecimiento Empresarial	Estructura organizacional Innovación organizacional D1: Factores Internos: Empleados Ventas Beneficios D2: Factores Externos: Proveedores Clientes Competidores	-Cuestionario estructurado en Escala de Likert.
¿De qué manera se relaciona la dirección con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023?	Determinar la relación de la dirección con el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	Existe relación entre la dirección y el crecimiento de las mype del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	Dirección Crecimiento Empresarial	Motivación Liderazgo Trabajo en Equipo Comunicación D1: Factores Internos: Empleados Ventas Beneficios D2: Factores Externos: Proveedores Clientes Competidores	

¿De qué manera se relaciona el control con el crecimiento de las Mypes del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023?	Determinar la relación del control con el crecimiento de las Mypes del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	Existe relación entre el control y el crecimiento de las Mypes del Centro Comercial “Centro Lima”, Lima 2023.	Control Crecimiento Empresarial	Estándares de Control Medición del desempeño Acciones D1: Factores Internos: Empleados Ventas Beneficios D2: Factores Externos: Proveedores Clientes Competidores
---	---	---	--	---

Anexo II: Matriz de Operacionalización

Variable 1: Gestión Administrativa

Variable: Gestión Administrativa

Definición Conceptual: “Es el conjunto de formas, acciones y mecanismos que permiten utilizar los recursos humanos, materiales y financieros de una empresa, a fin de alcanzar el objetivo propuesto” (Sy Corvo, 2021).

Instrumento: Cuestionario

Técnica: Encuesta

Estatus lógico: 1

Unidad de Análisis: Microempresarios del Centro Comercial “Centro Lima”

Dimensiones	Indicadores	Ítems (Enunciados o preguntas)	Valores y Categorías (Escala de Likert)
Planeación	Metas	¿Considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?	
	Planes	¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos?	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
	Estrategias	¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?	
Organización	Estructura Organizacional	¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?	

	Innovación Organizacional	¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
Dirección	Motivación	¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)	
	Liderazgo	¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a desarrollar mejor las actividades en la empresa?	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
	Trabajo en equipo	¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?	
	Comunicación	¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?	
Control	Estándares de Control	¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?	

Medición del desempeño	¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
Acciones	¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?	
	¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?	

Variable 2: Crecimiento Empresarial

Variable: Crecimiento Empresarial			
Definición Conceptual: “Es el proceso que una compañía implementa para mejorar sus estrategias y alcanzar el éxito en determinados aspectos, según sus necesidades u objetivos actuales” (Rodríguez, 2021).			
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuesta	
Estatus Lógico: 2			
Unidad de Análisis: Microempresarios del Centro Comercial “Centro Lima”			
Dimensión	Indicador	Ítems (Enunciados o Preguntas)	Escala de Likert
Factores Internos	Empleados	<p>¿Considera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?</p> <p>¿Considera usted importante que la empresa cuente con un número mínimo de empleados para atender la afluencia de público?</p>	<p>1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo</p>
	Ventas	<p>¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?</p> <p>¿Considera usted importante implementar ventas al crédito que haga que la rotación de los productos sea más rápida?</p>	
	Beneficios	<p>¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos permitan el crecimiento de su empresa?</p>	

Factores Externos	Competidores	<p>¿Considera usted importante que exista un alto índice de competencia en su sector que genere más visitas al negocio?</p> <p>¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?</p>	<p>1. Totalmente de acuerdo</p> <p>2. De acuerdo</p> <p>3. Indeciso</p> <p>4. En desacuerdo</p> <p>5. Totalmente en desacuerdo</p>
	Clientes	<p>¿Considera usted importante que el servicio ofrecido por su empresa genere la fidelización del cliente?</p>	
	Proveedores	<p>¿Considera usted importante que la empresa cuente con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?</p>	

Anexo III: Instrumento de Recopilación de datos

CUESTIONARIO

Estimado Señor (a), se presenta el siguiente cuestionario el cual tiene como finalidad recolectar información acerca de la gestión administrativa y su relación con el crecimiento de las mypes del C.C. "Centro Lima". Dicha información será de carácter confidencial y utilizada solamente con fines investigativos. Agradecemos que responda a las preguntas con sinceridad.

Sexo: Hombre () Mujer ()

Edad: De 18 a 25 () De 26 a 40 () De 41 a 60 () De 60 a más ()

Instrucciones: Marque con una (X) la alternativa que crea correspondiente, utilizando la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Pregunta	1	2	3	4	5
1. ¿Considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?					
2. ¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos?					
3. ¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?					
4. ¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?					
5. ¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?					
6. ¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)					
7. ¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a desarrollar mejor las actividades en la empresa?					
8. ¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?					

9. ¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?					
10. ¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?					
11. ¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?					
12. ¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?					
13. ¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?					
14. ¿Considera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?					
15. ¿Considera usted importante tener flujo de procesos para la correcta y óptima atención de los empleados a los clientes?					
16. ¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?					
17. ¿Considera usted importante implementar ventas al crédito con políticas de evaluación crediticia competitivas para atenuar los riesgos de morosidad??					
18. ¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos permitan el crecimiento de su empresa?					
19. ¿Considera usted necesario implementar una estrategia del competidor que le genere resultados positivos?					
20. ¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?					
21. ¿Considera usted que el servicio ofrecido por su empresa genera la fidelización del cliente?					
22. ¿Considera usted que la empresa cuenta con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?					

Anexo IV : Validación de Juicio de Expertos



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ciencias Administrativas
y Recursos Humanos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basad en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

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

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

Lima, 27 de diciembre de 2022

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N.º 1
VARIABLE 1: Gestión Administrativa

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Anthony Kevin Guerrero Paredes / Eduardo Martin García Marquez					
Variable 1:	Gestión Administrativa (Variable 1)					
Población:	Microempresas del Centro Comercial "Centro Lima"					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Planeación						
I1: Metas	¿Considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?	4	4	4	4	
I2: Planes	¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos?	4	4	4	4	
I3: Estrategias	¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?	4	4	4	4	
D2: Organización						
I1: Estructura Organizacional	¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?	4	4	4	4	
I2: Innovación Organizacional	¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?	4	4	4	4	
D3: Dirección						
I1: Motivación	¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)	4	4	4	4	
I2: Liderazgo	¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a	4	4	4	4	

	desarrollar mejor las actividades en la empresa?					
I3: Trabajo en equipo	¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?	4	4	4	4	
I4: Comunicación	¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?	4	4	4	4	

D4: Control						
I1: Estándares de Control	¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?	4	4	4	4	
I2: Medición del desempeño	¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?	4	4	4	4	
I3: Acciones	¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?	4	4	4	4	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

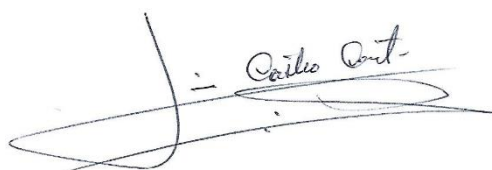
TABLA N.º 2
VARIABLE 2: Crecimiento

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Anthony Kevin Guerrero Paredes / Eduardo Martin García Marquez					
Variable 2:	Crecimiento (Variable 2)					
Población:	Microempresas del Centro Comercial "Centro Lima"					
Dimensión/ Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Factores Internos						
I1: Empleados	¿Considera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?	4	4	4	4	
	¿Considera usted importante que la empresa cuente con un número mínimo de empleados para atender la afluencia de público?	4	4	4	4	
I2: Ventas	¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?	4	4	4	4	
	¿Considera usted importante implementar ventas al crédito que haga que la rotación de los productos sea más rápida?	4	4	4	4	
I3: Beneficios	¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos permitan el crecimiento de su empresa?	4	4	4	4	

D2: Factores Externos						
I1: Competidores	¿Considera usted importante que exista un alto índice de competencia en su sector que genere más visitas al negocio?	4	4	4	4	
	¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?	4	4	4	4	
I2: Clientes	¿Considera usted que el servicio ofrecido por su empresa genera la fidelización del cliente?	4	4	4	4	
I3: Proveedores	¿Considera usted que la empresa cuenta con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?	4	4	4	4	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	CASTRO CONTRERAS, JAIME RAÚL
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Profesión:	SOCIÓLOGO
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input type="checkbox"/>) Doctor (<input checked="" type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input checked="" type="checkbox"/>)



Dr. Jaime Raúl Castro Contreras
Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ciencias Administrativas
y Recursos Humanos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basad en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

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

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

Lima, 16 de Enero del 2023

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N.º 1
VARIABLE 1: Gestión Administrativa

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Anthony Kevin Guerrero Paredes / Eduardo Martin Garcia Marquez					
Variable 1:	Gestión Administrativa (Variable Independiente)					
Población:	Microempresas del Centro Comercial "Centro Lima"					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Planeación						
I1: Metas	¿Considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?	4	4	4	4	
I2: Planes	¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos?	4	4	4	4	
I3: Estrategias	¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?	4	4	4	4	
D2: Organización						
I1: Estructura Organizacional	¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?	4	4	4	4	
I2: Innovación Organizacional	¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?	4	4	4	4	
D3: Dirección						
I1: Motivación	¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)	4	4	4	4	
I2: Liderazgo	¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a desarrollar mejor las actividades en la empresa?	4	4	4	4	

I3: Trabajo en equipo	¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?	4	4	4	4	
I4: Comunicación	¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?	4	4	4	4	
D4: Control						
I1: Estándares de Control	¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?	4	4	4	4	
I2: Medición del desempeño	¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?	4	4	4	4	
I3: Acciones	¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?	4	4	4	4	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

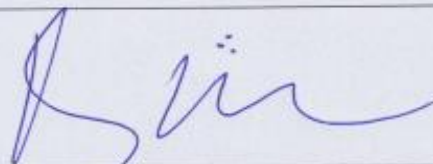
TABLA N.º 2
VARIABLE 2: Crecimiento

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Anthony Kevin Guerrero Paredes / Eduardo Martin Garcia Marquez					
Variable 2:	Crecimiento (Variable Dependiente)					
Población:	Microempresas del Centro Comercial "Centro Lima"					
Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Factores Internos						
I1: Empleados	¿Considera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?	4	4	4	4	
	¿Considera usted importante que la empresa cuente con un número mínimo de empleados para atender la afluencia de público?	4	4	4	4	
I2: Ventas	¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?	4	4	4	4	
	¿Considera usted importante implementar ventas al crédito que haga que la rotación de los productos sea más rápida?	4	4	4	4	
I3: Beneficios	¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos revelen un crecimiento en la empresa?	4	4	4	4	

D2: Factores Externos						
I1: Competidores	¿Considera usted importante que exista un alto índice de competencia en su sector que genere más visitas al negocio?	4	4	4	4	
	¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?	4	4	4	4	
I2: Clientes	¿Considera usted que el servicio ofrecido por su empresa genera la fidelización del cliente?	4	4	4	4	
I3: Proveedores	¿Considera usted que la empresa cuenta con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?	4	4	4	4	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	BRICEÑO MILLER JORGE LUIS
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Profesión:	Abogado – Comercio Internacional
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor (<input type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 21 a más (<input type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basad en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
5. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
6. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
7. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
8. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

Lima, 08 de enero de 2023

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N.º 1
VARIABLE 1: Gestión Administrativa

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Anthony Kevin Guerrero Paredes / Eduardo Martin García Marquez					
Variable 1:	Gestión Administrativa (Variable 1)					
Población:	Microempresas del Centro Comercial "Centro Lima"					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Planeación						
I1: Metas	¿Considera usted importante que su empresa tenga metas claras, definidas y alcanzables para conseguir beneficios y rentabilidad?	4	4	4	4	
I2: Planes	¿Considera usted necesario que su empresa cuente con fuentes de financiamiento que les permitan alcanzar sus metas y objetivos?	4	4	4	4	
I3: Estrategias	¿Considera usted importante que su empresa formule estrategias de crecimiento en ventas y políticas de créditos para mejorar su competitividad?	4	4	4	4	
D2: Organización						
I1: Estructura Organizacional	¿Considera usted importante que la estructura organizacional de su empresa sea ágil y permita conseguir objetivos en los plazos establecidos?	4	4	4	4	
I2: Innovación Organizacional	¿Considera usted importante que la atención (presencial y web) y plazos en los servicios ofrecidos son adecuados para generar y atraer nuevos clientes?	4	4	4	4	
D3: Dirección						
I1: Motivación	¿Considera usted importante que los trabajadores se sientan motivados por los beneficios que otorga la empresa? (salarios, capacitaciones)	4	4	4	4	
I2: Liderazgo	¿Considera usted importante que el estilo de dirección sea percibido con un adecuado liderazgo y conlleve a	4	4	4	4	

	desarrollar mejor las actividades en la empresa?					
I3: Trabajo en equipo	¿Considera usted importante que en su empresa se practique un adecuado trabajo en equipo que ayude a generar beneficios económicos?	4	4	4	4	
I4: Comunicación	¿Considera usted importante que en su empresa se practique la comunicación efectiva para disminuir pérdidas y generar confianza?	4	4	4	4	

D4: Control						
I1: Estándares de Control	¿Considera usted importante que la empresa defina estándares (objetivos) para optimizar el desarrollo de sus actividades?	4	4	4	4	
I2: Medición del desempeño	¿Considera usted que es importante medir el desempeño de los integrantes de la empresa utilizando indicadores?	4	4	4	4	
I3: Acciones	¿Considera usted que es importante el realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los integrantes de su empresa?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que es importante aumentar la cantidad de empleados para distribuir funciones que conlleven a un mejor desempeño individual?	4	4	4	4	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

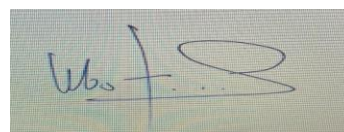
TABLA N.º 2
VARIABLE 2: Crecimiento

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Anthony Kevin Guerrero Paredes / Eduardo Martin García Marquez					
Variable 2:	Crecimiento (Variable 2)					
Población:	Microempresas del Centro Comercial "Centro Lima"					
Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Factores Internos						
I1: Empleados	¿Considera usted importante que los empleados conozcan los diferentes procesos a realizar dentro sus actividades laborales?	4	4	4	4	
	¿Considera usted importante que la empresa cuente con un número mínimo de empleados para atender la afluencia de público?	3	3	3	3	Es importante atender al cliente de la mejor manera en forma óptima y oportuna. Replantear la pregunta
I2: Ventas	¿Considera usted importante que el número de visitas al negocio repercute en el nivel de ventas diario o mensual?	4	4	4	4	
	¿Considera usted importante implementar ventas al crédito que haga que la rotación de los productos sea más rápida?	3	3	3	3	Replantear la pregunta: Implementar ventas al crédito con políticas de evaluación crediticia competitivas para atenuar los riesgos de morosidad.
I3: Beneficios	¿Considera usted importante que los beneficios mensuales obtenidos permitan el crecimiento de su empresa?	4	4	4	4	

D2: Factores Externos						
I1: Competidores	¿Considera usted importante que exista un alto índice de competencia en su sector que genere más visitas al negocio?	3	3	3	3	Replantear la pregunta
	¿Considera usted arriesgado para su negocio que la competencia tenga mejores productos?	4	4	4	4	
I2: Clientes	¿Considera usted que el servicio ofrecido por su empresa genera la fidelización del cliente?	4	4	4	4	
I3: Proveedores	¿Considera usted que la empresa cuenta con suficientes proveedores y productos de calidad para el desarrollo óptimo de sus actividades?	4	4	4	4	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (X) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Castro Muñoz, William Teófilo
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()
Profesión:	
Grado académico	Licenciado ² () Maestro () Doctor (X)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (X)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	Universidad San Martín de Porres
Cargo actual:	Docente
Área de especialización	Economía
N° telefónico de contacto	977199807
Correo electrónico de contacto	wcastron@usmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico (x)



Firma Validador Experto

² Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

Anexo V: Evidencias

CONSTANCIA DE CONFORMIDAD

El administrador del Centro Comercial "Centro Lima", hace de conocimiento que dentro del Centro Comercial se encuentran operando la cantidad de 1085 tiendas en general de acuerdo con la información recabada en la base de datos de la institución.

Se expide la presente constancia de conformidad para el posterior uso de su información con fines netamente pedagógicos.

Lima, 29 de agosto de 2022



Mario Meza Flores
ADMINISTRADOR


Centro Comercial "Centro Lima"

C.C. Centro Lima	
JUNTA DE PROPIETARIOS	
29/08/2022	
11:29 AM	FIRMA

CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PUBLICO

Por medio de la presente, informamos que el **Centro Comercial "Centro Lima"** autoriza a los alumnos **García Marquez, Eduardo Martín** con DNI N°48550886 y **Guerrero Paredes, Anthony Kevin** con DNI N°73046755 de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Administrativas y RR.HH. de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución para el desarrollo de su tesis de grado, la cual lleva por título: **Gestión Administrativa y su relación con el Crecimiento de las Mypes del Centro Comercial "Centro Lima", Lima 2022.**

1. Aplicación de un cuestionario a los microempresarios de las MYPES inmersas en la galería.
2. Información de las actividades que se realicen.
3. Fotos a las áreas de trabajo.
4. Grabaciones de video y/o audio.

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su investigación con fines netamente pedagógicos.

Se expide la presente CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO, a solicitud del interesado (a), para los fines que estime conveniente.

Lima, 22 de agosto de 2022



García Marquez, Eduardo Martín
DNI: 48550886



Guerrero Paredes, Anthony Kevin
DNI: 73046755



Mario Meza Flores
ADMINISTRADOR

Centro Comercial "Centro Lima"