

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



**LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON EL POTENCIAL
EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PISCO DE LA
REGIÓN TACNA. 2021**

TESIS

Presentada por:

Br. Jean Carlo Magallanes Ramos

ORCID :0009-0006-5175-850X

Asesor:

Dr. Luis Enrique Espinoza Villalobos

ORCID: 0000-0001-5908-8826

Para Obtener el Grado Académico de:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TACNA – PERÚ

2023

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Tesis

**“LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON EL POTENCIAL
EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PISCO DE LA
REGIÓN TACNA. 2021”.**

Presentada por:

Br. Jean Carlo Magallanes Ramos

Tesis sustentada y aprobada el 09 de noviembre del 2023; ante el siguiente jurado
examinador :

PRESIDENTE: Dra. Juana del Carmen Bedoya Chanove

SECRETARIO: Mag. Julio Francisco Gárate Delgado

VOCAL: Dr. Guido Benedicto Palumbo Pinto

ASESOR: Dr. Luis Enrique Espinoza Villalobos

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo Jean Carlo Magallanes Ramos, en calidad de: Egresado de la Maestría en Administración de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI 45232990

Soy autor de la tesis titulada:

“LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON EL POTENCIAL EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PISCO DE LA REGIÓN TACNA. 2021.”, con asesor; Dr. Luis Enrique Espinoza Villalobos.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser el único autor del texto entregado para obtener el grado académico de Maestro, y que tal texto no ha sido entregado ni total ni parcialmente para obtención de un grado académico en ninguna otra universidad o instituto, ni ha sido publicado anteriormente para cualquier otro fin.

Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual.

Declaro, que después de la revisión de la tesis con el software Turnitin se declara 20% de similitud, además que el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital que presento junto al mismo.

Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada.

En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo V de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o invento.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Tacna, 09 de noviembre del 2023



Jean Carlo Magallanes Ramos

DNI: 45232990

DEDICATORIA

Deseo dedicar con mucho amor principalmente a Dios a través de mis padres, quienes me brindaron su apoyo y amor incondicional. Porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega. Gracias por todo papá y mamá por darme las fuerzas necesarias para poder culminar mi maestría, apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón.

AGRADECIMIENTO

A mi familia por su apoyo incondicional para la concreción de la tesis de Maestría en Administración y Dirección de Empresas

A mi asesor, por su constante orientación y motivación para concluir la presente investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD	IV
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.2 Formulación del Problema	5
1.2.1 Interrogante Principal.....	5
1.2.2 Interrogantes Secundarias	5
1.3. Justificación de la Investigación	6
1.3.1. Justificación Teórica	6
1.3.2. Justificación Práctica.....	7
1.3.3 Justificación Metodológica	8
1.4. Objetivos de la Investigación.....	8
1.4.1. Objetivo General	8
1.4.2. Objetivo Específicos	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	10
2.1.1. Tesis a nivel internacional.....	10
2.1.2. Tesis a nivel nacional.....	13
2.1.3. Tesis a nivel local.....	16
2.2 Bases Teóricas	18

2.2.1. Gestión Empresarial.....	18
2.2.1.1. Conceptualización de la empresa.....	18
2.2.1.2. Conceptualización de la gestión empresarial.....	20
2.2.1.3. La evolución de la gestión empresarial.....	22
2.2.1.4. Funciones en la gestión empresarial.....	24
2.2.1.5. La eficacia de la gestión empresarial:.....	28
2.2.1.6. Las dimensiones y características de la gestión empresarial.....	31
2.2.1.7. Prácticas de gestión empresarial.....	36
2.2.1.8. Modelos sobre la gestión empresarial.....	41
2.2.2. Potencial exportador.....	54
2.2.2.1. Definición.....	54
2.2.2.2. Los procesos sobre el potencial exportador.....	56
2.2.2.3. Dimensiones y características sobre el potencial exportador.....	58
2.2.2.4. Relación de la gestión empresarial y el potencial exportador.....	63
2.2.2.6. La relación entre el potencial exportador y la organización empresarial..	67
2.2.2.7 La relación entre el potencial exportador y; la dirección y control empresarial.....	68
2.3 Definición de Conceptos.....	70
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	73
3.1 Hipótesis.....	73
3.1.1. Hipótesis general.....	73
3.1.2. Hipótesis Especificas.....	73
3.2 Variables.....	74
3.2.1. Identificación de la variable independiente.....	74
3.2.1.1. Indicadores.....	75
3.2.1.2. Escala de Medición.....	76

3.2.2. Identificación de la variable dependiente.....	76
3.2.2.1. Indicadores.....	77
3.2.2.2. Escala de medición.....	78
3.3 Tipo y Diseño de Investigación	78
3.4 Nivel de Investigación	80
3.5 Ámbito y Tiempo de la Investigación.....	80
3.6 Población y Muestra	81
3.6.1 Unidad de Estudio.....	81
3.6.2 Población.....	82
3.6.3 Muestra	82
3.7. Procedimiento, Técnicas e Instrumentos.....	83
3.7.1. Procedimiento	83
3.7.2. Técnicas	87
3.7.3. Instrumentos.....	87
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	88
4.1 Descripción del trabajo de campo.....	88
4.2 Diseño de la presentación de los resultados.....	88
4.3 Resultados.....	89
4.4 Prueba Estadística	101
4.5 Comprobación de Hipótesis.....	104
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES	112
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	113
APÉNDICES	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tabla comparativa de modelos de gestión empresarial.	52
Tabla 2 Indicadores de la Variable: Gestión Empresarial.....	75
Tabla 3 Indicadores de la Variable Potencial Exportador.....	77
Tabla 4 Relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.	84
Tabla 5 Valoración de las dimensiones e ítems	85
Tabla 6 Resultados de la hipótesis general	89
Tabla 7 Relación entre la planificación empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.	92
Tabla 8 Relación entre la organización empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco	95
Tabla 9 Relación entre la dirección y el control; y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco	98
Tabla 10 Prueba Estadística para la Hipótesis General.....	101
Tabla 11 Prueba Estadística para la primera hipótesis específica.....	102
Tabla 12 Prueba Estadística para la Segunda Hipótesis Específica.....	102
Tabla 13 Prueba Estadística para la Tercera Hipótesis Específica.....	103

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco	91
Figura 2 Relación entre la planificación empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco	94
Figura 3 Relación entre la organización empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.	97
Figura 4 Relación entre la dirección y control y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.	100

INDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1 Matriz de Consistencia.....	¡Error! Marcador no definido.
Apéndice 2 Instrumentos utilizados en la investigación	¡Error! Marcador no definido.
Apéndice 3 Empresas dedicadas a la producción y comercialización de pisco en a region de Tacna	¡Error! Marcador no definido.
Apéndice 4 Informe de opinion de expertos sobre el instrumento de inevestigación .	¡Error! Marcador no definido.
Apéndice 5 Información complementaria	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal, identificar la relación que existe entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna, 2021. La presente investigación es de tipo básico, de diseño no experimental, cuya metodología de investigación es correlacional, en ese sentido, el alcance está orientado a conocer la correlación de ambas variables que están presentes en las empresas encuestadas.

La investigación se aplicó a través de una encuesta dirigida a 31 empresas productoras y comercializadoras de pisco en la Región de Tacna. Para el sustento de la parte teórica se consultó diferentes fuentes bibliográficas y para el trabajo de campo se aplicaron encuestas en la muestra escogida para poblaciones finitas, inmediatamente se analizaron los datos obtenidos y se procesaron con la prueba estadística chi cuadrado. Estos procesos mencionados, confirman que, mientras más se fortalezca la gestión empresarial, mayor será el potencial exportador de las empresas regionales de Tacna dedicadas al rubro del pisco. Los resultados más relevantes de la investigación, confirman que el 41.9 % de empresas comercializadoras de pisco, tienen una adecuada gestión empresarial y tienen potencial exportador, por otra parte, el valor de chi cuadrado calculado es de 4.045 y el valor $p : 0.04$, que es menor al nivel de significancia α del 0.05, corroborando que si existe una relación significativa entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021, con un nivel de confianza del 95 %.

En ese sentido, la investigación concluye que si existe una relación entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna.

Palabras Claves: Gestión empresarial, potencial exportador, comercialización de pisco, competitividad, diferenciación empresarial.

ABSTRACT

The main objective of this research is to identify the relationship that exists between business management and the export potential of pisco marketing companies in the Tacna region, 2021. This research is of a basic type, with a non-experimental design, whose research methodology It is correlational, in that sense, the scope is aimed at knowing the qualification of both variables that are present in the companies surveyed.

The research was applied through a survey directed at 31 pisco producing and marketing companies in the Tacna Region. To support the theoretical part, different bibliographic sources were consulted and for field work, surveys were applied to the sample chosen for finite populations. The data obtained were immediately analyzed and processed with the chi-square statistical test. These aforementioned processes confirm that, the more business management is strengthened, the greater the export potential of Tacna's regional companies dedicated to the pisco sector. The most relevant results of the research confirm that 41.9% of pisco marketing companies have adequate business management and have export potential. On the other hand, the calculated chi square value is 4.045 and the p value: 0.04, which It is less than the significance level α of 0.05, corroborating that there is a significant relationship between business management and the export potential of pisco marketing companies in the Tacna region in the year 2021, with a confidence level of 95%.

In this sense, the research concludes that there is a relationship between business management and the export potential of pisco marketing companies in the Tacna region.

Keywords: Business management, export potential, pisco marketing, competitiveness, business differentiation

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Tacna es una región del Perú que se caracteriza por la producción de pisco, sin embargo, según la Asociación de Exportadores – ADEX. (2019) menciona que, “en los últimos 05 años, el pisco elaborado en la región Tacna no logra introducirse considerablemente en los mercados extranjeros, exponiendo así, una escasa potencialidad exportadora de las empresas dedicadas a la elaboración de pisco”, en este mismo contexto, según la Oficina de Comercio Exterior de Tacna - OCER (2020), manifiesta que: “La región de Tacna cuenta sólo con el 2% del total de personas naturales y/o jurídicas que se dedican a la comercialización de pisco a nivel nacional, además de ello, enfatiza que, las empresas comercializadoras de la región Tacna aún no pasa por un proceso de diagnóstico para fortalecer capacidades en materia de comercio exterior, esta problemática del potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna es generada por la deficiente gestión empresarial, esto causa que el sector no aproveche la ventana comercial internacional existente y que las empresas no desarrollen capacidades para poder satisfacer la demanda extranjera.

La presente investigación tiene el propósito de conocer la relación entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna. 2021, ya que no existe suficiente información sobre el impacto y los beneficios que genera el fortalecimiento de la gestión empresarial al potencial exportador, brindando así, más conocimientos a los gerentes y equipos técnicos de las empresas en el rubro de la producción de pisco para proyectarse como exportadoras de dicho producto.

Con la intención de lograr lo planteado, el trabajo de investigación se divide en cuatro capítulos, los que se detallan a continuación:

En el primer capítulo, se presenta el problema, el cual contiene la formulación del problema general y los problemas específicos, en ese sentido se describe la justificación y el objetivo de la investigación.

En el segundo capítulo expone, el marco teórico, el cual, contiene los antecedentes de la investigación, así como toda la base teórica respecto a la gestión empresarial y el potencial exportador.

En el tercer capítulo, establece el marco metodológico, el cual expone la hipótesis general, así como las específicas, de igual manera contiene todos los procesos y elementos metodológicos necesarios para el buen desarrollo del mismo.

En el cuarto capítulo, presenta los resultados, el cual expone el desarrollo estadístico de las variables, así como de sus dimensiones, en ese sentido, también se desarrolla las pruebas estadísticas y la comprobación de hipótesis

Finalmente, la investigación culmina con conclusiones, recomendaciones y los anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Las exportaciones no tradicionales peruanas han tomado un papel importante en la economía de cada país y en la evolución de las empresas, por lo tanto:

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) en el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX, 2015), indica que las exportaciones han tomado un papel muy importante convirtiéndose en uno de los principales motores de la economía peruana, impulsada por una política comercial enfocada en incrementar y diversificar el comercio, lo que genera creación de empleo, reducción de costos de producción, mejoras en la competitividad y desarrollo del país.

Según Minervini (2015) en su libro “Ingeniería de la exportación: La ruta para internacionalizar su empresa”, manifiesta que la exportación no es un objetivo de facturación por lo contrario es un aliado estratégico para que la empresa se vuelva más competitiva, además de ello, enfatiza que la exportación eleva el nivel de conocimientos e indica que es la mejor escuela de la competitividad.

Respecto a las exportaciones de pisco, según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – (PROMPERU) en el año 2020 a través de su plataforma de inteligencia comercial INFOTRADE indica que en el año 2019 y 2020 la exportación de pisco llego a registrar US\$ 4, 185, 724.66 y US\$ 6, 887, 492.36 respectivamente y que en el resultado no figura alguna empresa tacneña, confirmando así, las limitaciones del

potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna durante los años 2019 y 2020.

Además es importante resaltar que la Asociación de Exportadores – (ADEX, 2019), menciona que el pisco llegó a 43 destinos, siendo los principales mercados EE.UU, Países bajos, Ecuador, Francia, Colombia, y Australia, con menores montos resaltan destinos lejanos como Japón, Singapur, India, Tailandia, China, Emiratos Árabes Unidos; el producto cuenta con una ventana comercial muy grande, sin embargo, en los últimos 05 años, el pisco elaborado en la región Tacna no logra introducirse en los mercados extranjeros, mencionados, exponiendo así, las limitaciones del potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región.

Por otro lado, según la oficina PROMPERU Tacna (2020), manifiesta que: “La región cuenta con el 2% del total de personas naturales y/o jurídicas que se dedican a la comercialización de pisco a nivel nacional, las mismas que cuentan con registro sanitario vigente y autorización de denominación de origen, además de ello, enfatiza que, las empresas comercializadoras de la región Tacna aún no pasan un proceso de diagnóstico y sobre todo no reciben apoyo frecuente tanto del sector público como privado para fortalecer capacidades en materia de comercio exterior, además de ello, resaltó que el producto ingresa a mercados exigentes sin embargo esa ventana comercial no está siendo aprovechada por las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna. (Mincetur, 2020)

La oficina PROMPERU de Tacna (2020), manifiesta que, “el sector público como el privado no han determinado las características, potencialidades y/o capacidades que tienen las empresas comercializadoras de pisco de Tacna, las mismas que cuentan con más de 10 años de experiencia produciendo y vendiendo

pisco”, además de ello y según lo antes mencionado tampoco se ha determinado el motivo por el cual estas empresas con amplia experiencia en el sector aún no comercializan sus productos al mercado internacional.

Esta problemática del potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna es generada por la deficiente gestión empresarial, esto causa que el sector no aproveche la ventana comercial internacional existente y que las empresas no desarrollen capacidades para poder satisfacer la demanda extranjera.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Interrogante Principal

¿Cuál es la relación entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021?

1.2.2 Interrogantes Secundarias

¿Cuál es la relación entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna?

¿Cuál es la relación entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna?

¿Cuál es la relación entre la dirección y control empresarial; y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna?

1.3. Justificación de la Investigación

1.3.1. Justificación Teórica

La presente investigación es corroborado por diferentes modelos y autores, en ese sentido, la variable gestión empresarial es sostenida por el modelo clásico de la administración, propuesto por Henry Fayol, ya que dicho modelo se enfoca en el personal, los procedimientos y la organización, bajo este contexto, los autores Chiavenato y Sánchez, sostienen que para conceptualizar la gestión empresarial, la definición de ambos autores respecto a la gestión empresarial, se basan en las prácticas de la empresa, el uso eficiente de recurso, los sistemas realizados y la aplicación de procedimientos, que llevarán a la planificación, la organización, la dirección y el control estratégico de la empresa.

Es importante mencionar que existen otros modelos complementarios que se asemejan de igual manera, como el modelo gesinca y el modelo de gestión de mintzberg, sin embargo, estos modelos, ofrecen más protagonismo a la participación del personal por encima de los procedimientos y la organización en sí.

Respecto a la variable potencial exportador, es corroborado principalmente por PromPerú a través de la Oficina Comercial de Exportación a nivel nacional, que enfoca el potencial exportador como la muestra o el nivel de habilidad que tiene la empresa para aprovechar las oportunidades comerciales hacia el extranjero, esta perspectiva es

confirmada por la autora Silva, que expone el potencial exportador como la destreza que tiene una empresa para desarrollar una cultura exportadora en todo el personal de la organización, así como, aceptar y mejorar las capacidades empresariales para enfrentar retos del mercado internacional.

Finalmente, la relación de ambas variables, es corroborado también por Promperú, el cual propone que, para evaluar el potencial exportador, se necesita analizar las características y potencialidades de la empresa, todo ello, radica en su adecuada gestión, para ello, es relevante conocer la planificación de la empresa, su metodología para crear una adecuada organización empresarial y finalmente la dirección de la empresa.

1.3.2. Justificación Práctica

La presente investigación servirá para crear un informe complementado con una ficha técnica del sector que describa que Tacna cuenta con un producto con oportunidades comerciales no aprovechadas y que cuenta con un producto como el pisco que puede ser tan importante como la aceituna y el orégano.

Beneficiará directamente a productores, empresas y emprendedores interesados en incursionar al rubro respecto a los elementos que deben analizar y trabajar para llegar a ser potencial exportador.

La investigación ofrecerá una herramienta estratégica para los comercializadores de pisco de Tacna para realizar un mejor diagnóstico para el diseño, planificación e implementación de acciones que permitan la mejora continua de las dimensiones más relevantes de la calidad de servicio acorde con su contexto, perfilándose así, una propuesta de ficha técnica del perfil de empresa tacneña del rubro antes mencionado.

1.3.3 Justificación metodológica

La presente investigación, desde el punto de vista metodológico se realizó utilizando el cuestionario y el procesamiento de información, orientado y diseñado sólo para medir las variables gestión empresarial y potencial exportador, en empresas productoras de pisco, además, se analizó las variables mencionadas, cuyos resultados se pueden utilizar como una referencia para complementar investigaciones posteriores. El estudio propuso una metodología en torno a un diseño de investigación no experimental y correlacional, que genera conocimientos utilizando el cuestionario para recabar datos de la unidad de análisis, en ese sentido, el desarrollo metodológico de la presente investigación genera un instrumento (cuestionario) que puede ser utilizado por otras investigaciones posteriores.

Finalmente es importante mencionar que para fines metodológicos, no ha sido necesario extraer una muestra, en ese sentido, Arias (2006), indica una serie de recomendaciones con respecto a la delimitación de la población, en ese sentido, si la población, por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra. (Arias F.2006).

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

1.4.2. Objetivo Específicos

- a) Determinar la relación entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna, en el año 2021.
- b). Determinar la relación entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.
- c). Determinar la relación entre la dirección y control empresarial; y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

En base a la revisión efectuada, se ha detectado la siguiente bibliografía afín, tales como:

2.1.1. Tesis a nivel internacional

Juárez (2019), en su tesis para obtener el grado de Magister en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Privada de Alcalá en España, denominado: “Plan de Exportación del Pisco Acholado al mercado español”, cuyo objetivo radica en demostrar la viabilidad económica, técnica y legal para la creación de una empresa dedicada a la comercialización del Pisco Peruano al mercado español, generando rentabilidad para el accionista, en ese sentido, la investigación logra concluir que, luego del análisis económico y financiero de los escenarios, el proyecto es rentable y viable para el inversionista, en ese sentido al ser una empresa nueva en el mercado español, la comercialización del producto comenzará en la comunidad de Madrid, una de las comunidades más poblada y con extranjeros latinoamericanos. En vinculación, con la presente investigación, se asemeja en la temática de investigar y conocer el potencial exportador de una empresa dedicada a la producción de pisco, sin embargo, se diferencia en que no se está teniendo en cuenta la variable gestión empresarial.

Lelis y Alfaro (2013), desarrollan la tesis doctoral de la Universidad Nacional de Iquique de la Facultad de Ciencias

Económicas, denominado “Estudio sobre el impacto del potencial exportador del pisco en el crecimiento económico de Chile durante los años 1970 – 2010”. El presente trabajo contiene el resultado del análisis sobre la influencia del aumento de las exportaciones de pisco en el aumento económico de Chile en el periodo 1970 – 2010, cuyo fin es exponer bajo qué modelo de desarrollo, Chile ha tenido mayores logros, con el objetivo de contribuir al conocimiento relacionado a los beneficios de la política exportadora del país en el aumento económico del país en estudio, enfatizando así, en optimizar la política para la internacionalización de otros productos para un mayor impacto en el desarrollo del país. Respecto a la presente investigación, se asemeja en la temática de investigar y conocer el potencial exportador, no solo de una empresa, sino de todo el rubro nacional del país, dedicada a la producción de pisco, sin embargo, se diferencia en que no se está teniendo en cuenta la variable gestión empresarial, por otra parte, se está teniendo en cuenta el crecimiento económico del país

Winstanley (2007), en su tesis para optar el grado académico de magíster en Administración de la Universidad Federal de Río Grande del Sur, denominada: “Cadena de valor del pisco peruano, el caso de la asociación Perú Pisco Export”, concluyó que, el problema del sector es que la mayoría de productores sabe producir un pisco de muy buena calidad pero los productores no tienen los conocimientos para llevarlo a otros mercados también recalca que en Perú existe organismos comprometidos en el área de marketing del pisco como Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU y Asociación de Exportadores – ADEX, sin embargo no son suficientes, se necesita mayor articulación para definir una estrategia agresiva para el acceso a mercados. En relación a la presente investigación, existe una semejanza en la temática de la

exportación, sin embargo, se diferencia en que no se está teniendo en cuenta la variable gestión empresarial, respecto a profundizar en el potencial exportador, solo se tiene en cuenta la cadena de valor, por otra parte, se está teniendo a una asociación de empresas y no a una sola empresa.

Ávila (2014), en artículo científico de la Universidad Autónoma de Buenos Aires, denominado: “Escenario Comercial del Sector del Pisco Peruano y su gestión comercializadora”, concluyó que el sector tiene un limitado control del cumplimiento de las normativas, que ha generado una competencia desleal en el mercado nacional, además de ello, recalca, la importancia de la inversión en tecnología, estandarización de productos y niveles de producción y calidad en el sector del pisco. Comparándole con la presente investigación, se asemeja a la gestión de las empresas pisqueras en el Perú, se diferencia en que no se está teniendo en cuenta la variable potencial exportador, solo se tiene en cuenta el proceso productivo, en ese sentido, el artículo científico busca recopilar información y exponer el potencial productivo y comercializadora de las empresas pisqueras en el Perú.

Torres y Rodríguez (2009), en la tesis, que ellos exponen para obtener el grado de Magister en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad del Rosario de Colombia, denominado: “Diseño de un plan exportador para las empresas comercializadoras de derivados alcohólicos de uva en Colombia”, concluyó que, para poder penetrar al mercado objetivo, las empresas deben enfocar sus esfuerzos en estrategias específicas, como lo son el diseño artesanal de sus productos, la alta calidad, los precios competitivos, los canales de distribución, la venta directa acompañada del e-commerce y el e-marketing. En relación con la

presente investigación, se asemeja a la gestión de las empresas, se diferencia en que no se está teniendo en cuenta la variable potencial exportador, solo se tiene en cuenta el proceso productivo, en ese sentido, el artículo científico busca recopilar información y exponer el potencial productivo, otra diferencia es que el artículo científico describe la exportación de derivados de uva y no solo de pisco como en la presente investigación.

2.1.2. Tesis a nivel nacional

Valdivia et. al (2012), en la tesis, que ellos exponen, para optar el grado académico de magíster en Administración de Empresas, denominada: “Lanzamiento y desarrollo de pisco la Floresta en el mercado peruano” de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, concluyen que, los productores de pisco no cuentan con canales de ventas adecuados para comercializar sus productos en el mercado local, lo que genera que piscos de buena calidad, premiados no sean conocidos en el mercado, además de ello recalca que el problema de ingreso del pisco a mercados internacionales se debe a una percepción de un producto de baja calidad, falta de sostenibilidad e informalidad de los productores por ofertar a un precio bajo. Por otro lado, evidenció la baja competitividad de los productores de pisco de valle de Ica y en general de todo el Perú, por tanto, tienen bajo poder de negociación además de identificar la falta de capacidad de producción para poder abastecer a mayores volúmenes de compra. En relación a la presente investigación, se asemeja a la tendencia de comprobar la gestión empresarial del rubro de pisco en Ica, así como su capacidad para llegar a la internacionalización del mismo, la diferencia radica, en que esta investigación se basa en un análisis profundo de una sola

empresa, en cambio el de la presente investigación apunta al nivel regional de Tacna.

Magallanes et. al (2018), en la tesis, que ellos exponen, para obtener el grado de Magister en Administración Estratégica, denominada: “Planeamiento Estratégico y la Gestión Empresarial para la Industria del Pisco” de la Pontificia Universidad Católica del Perú, concluyó que: La industria del pisco en Perú tiene una gran oportunidad para su desarrollo debido al crecimiento de consumo de bebidas alcohólicas a nivel nacional e internacional, la mejora del poder adquisitivo de la población y la tendencia de consumo mundial hacia bebidas espirituosas Premium, lo que promueve a ampliar sus mercados actuales y potenciales, además una de las principales limitantes para la industria de pisco peruano es la gran presencia de productos sustitutos reconocidos con marcas internacionales como el whisky, ginebra, vodka e inclusive el pisco chileno que también presenta amplio mercado internacional, pero valiéndose de las fortalezas internas y oportunidades del entorno se podrá incrementar su presencia en el extranjero y ser reconocida como una propuesta de valor única y diferente. La presente investigación, se asemeja en el uso de la variable gestión empresarial, así como en la temática de la exportación de pisco, por otra parte se diferencia en que la segunda variable se denomina planeamiento estratégico, el cual, es usado como un medio para generar el potencial exportador de las empresas en Tacna.

Chumacero y Senmache (2018), en su tesis, que ellos exponen, denominada: “Plan de Negocio sobre la preparación del lanzamiento comercial y exportador de Píscua” para optar el grado de Máster en Dirección de Empresas de la Universidad de Piura, concluyó que, el Perú cuenta con un producto único a nivel mundial

el “Pisco”, el cual tiene innumerables distinciones internacionales por el control y supervisión de la calidad en la etapa de selección de la materia prima y producción del pisco. La investigación mencionada, se asemeja a la presente investigación en profundizar en la capacidad exportadora del pisco, orientándose la investigación más en la variable potencial exportador, se diferencia en que no ofrece mayor profundidad a la variable gestión empresarial, en ese sentido, la tesis citada solo se enfoca en una empresa, por otra parte, la presente investigación busca profundizar en las empresas de pisco en Tacna.

Díaz y Melina (2019), en el artículo científico de la Universidad Científica del Sur del Perú, denominado, Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de pisco a Estados Unidos, concluyó que el sector tiene un limitado control del cumplimiento de las normativas, que ha generado una competencia desleal en el mercado nacional, además de ello, recalca, la importancia de la inversión en tecnología, estandarización de productos y niveles de producción y calidad en el sector del Pisco. Comparándola con la presente investigación, se asemeja a la temática de la exportación de pisco hacia el extranjero, en ese sentido, como se está realizando un plan de negocios, infiere el conocer el potencial exportador de una empresa, por otra parte, respecto a las conclusiones, se puede observar que se ha evaluado la gestión empresarial, su diferencia radica en el análisis de las variables, en el artículo busca hacer un plan de negocio, en la presente tesis busca medir dos variables y encontrar su correlación.

Domínguez et. al (2018), en su artículo científico, que ellos exponen, de la revista Dirección de Operaciones Productivas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, denominada “Buenas

prácticas para el potencial exportador en la elaboración del Pisco en la región Ica”, concluyó que: para asegurar la calidad del Pisco se debe realizar buenas prácticas en el campo como por ejemplo: adecuada manipulación de las uvas, control y supervisión de las plantaciones y el peso de las jabas, analizar la calidad de la uva comprada a terceros y contar con información de su materia prima para realizar un documento de trazabilidad. Respecto a la presente investigación, se asemeja en el estudio de la variable potencial exportador, sin embargo, se enfoca fuertemente en el proceso productivo de la uva hasta convertirse en pisco, se diferencia en que no se está teniendo en cuenta la variable gestión empresarial, solo se tiene en cuenta el proceso productivo, en ese sentido, el artículo científico busca exponer las buenas prácticas de elaboración de pisco en la región de Tacna.

2.1.3. Tesis a nivel local

Saavedra Tafur (2018) en su tesis para obtener el título de Magister en la Universidad Privada de Tacna, denominada: “Influencia de la gestión empresarial en el nivel de comercialización de las empresas del sector agroexportador - Tacna, 2018, tiene como objetivo general, evaluar cómo influye la gestión en el nivel de comercialización de las empresas del sector agroexportador, los resultados obtenidos nos dicen que la influencia de la gestión de empresarial en el nivel de comercialización de las empresas del sector agroexportador - Tacna, es significativa directa y positiva. Respecto a la presente investigación, se asemeja en el estudio de la variable gestión empresarial y la población enfocada en el sector exportador, sin embargo, se orienta fuertemente en el proceso productivo agroindustrial.

Marizol Percca (2016), en su tesis para obtener el título de Magister en la Universidad Privada de Tacna, denominada “La gestión empresarial y su impacto en la exportación de sandía de las empresas exportadoras de la región Tacna, año 2016”, concluyó que, los resultados demuestran que las importaciones en el horizonte del 2010 al 2016 de la Región de Tacna alcanzado a 16, 590,000 kg y según precio FOB, asciende a 2, 268,280 millones de dólares de los cuales el 55% fue para el mercado Chileno y el 45 % para el mercado Ecuatoriano, finalmente, la variable gestión empresarial se relaciona significativamente con la exportación de las empresas exportadoras de sandía de la Región Tacna, año 2016. Respecto a la presente investigación, se asemeja en el estudio de la variable potencial gestión empresarial, en ese sentido, se entrelazan conceptos y modelos teóricos útiles para la investigación, sin embargo, se enfoca fuertemente en el proceso productivo de la sandía y no en la elaboración de pisco en la región de Tacna.

Carlos Calvo (2019), su tesis para obtener el título de Magister en la Universidad Privada de Tacna, denominada “Influencia de la Gestión Empresarial en la Competitividad de las Empresas de Exportación Agroindustrial de Tacna, 2018”, la tesis presentada tiene el objetivo fundamental determinar el nivel de influencia que posee la gestión empresarial en la competitividad de las empresas de exportación agroindustrial de Tacna, la investigación concluye que el p-valor es menor a 0,05, lo que demuestra, que la variable gestión empresarial influye en la competitividad. Respecto a la presente investigación, se asemeja en el estudio de la variable potencial gestión empresarial, en ese sentido, se complementan conceptos y modelos teóricos útiles para la investigación, sin embargo, se enfoca también en una variable distinta denominada, competitividad.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Gestión Empresarial

2.2.1.1. Conceptualización de la empresa

Para lograr profundizar en la conceptualización de la gestión empresarial a través de diferentes autores, es necesario saber primeramente, que la empresa es aquella unidad económica direccionada por un empresario, el cual, busca la obtención de un excedente económico a favor de la empresa, es decir, la obtener un superávit. (Estallo, 2007), en esta misma línea, el autor propone que la empresa busca la explotación y producción de bienes tangibles o intangibles, logrando así cubrir la necesidad a terceros, en ese sentido, el autor menciona también que a diferencia de las instituciones del Estado, las empresas buscan una independencia del ámbito económico, además de ello, otra gran característica de la empresa se basa en que ella contiene en sí, diferentes necesidades que concluyen en la toma de decisiones.

Por otra parte, los autores Fernández y Castro (2003) afirman que, la empresa es una unidad de ámbito jurídico y de ámbito financiero, es decir, que contiene en sí, aspectos de contextos legales y financieros, por lo tanto el empresario necesita de un conocimiento básico de la economía de la empresa, teniendo en cuenta el criterio sobre beneficio y el riesgo que comprende la inversión, en esta misma línea, los autores proponen también que la empresa contiene factores

de producción, con máxima satisfacción con el mínimo coste con un equilibrio financiero.

Los autores mencionados, también afirman que la empresa puede verse como organización, que tiene un objeto primordial y común, el cual, es organizado por un conjunto de personas y medios con esfuerzo combinado, con dependencia y relaciones que solidifiquen la coordinación de todos los miembros.

Por otra parte, los autores, Kotler y Armstrong (1998) afirman que, la empresa es un sistema técnico social abierto, cuyo objetivo básico es la de crear bienes tangibles y/o bienes intangibles servicios que fortalezcan a elevar el nivel de vida de las personas, compatibilizando este hecho con un marcado respeto al medio ambiente, que sea accesible a la idea del crecimiento sostenible.

En esta misma línea conceptual de Kotler y Armstrong, los exponentes Millán et. al (2001) mencionan que la empresa es una entidad que obtiene ciertas ventajas de mercadotecnia, producción, investigación y desarrollo a futuro, en ese sentido, para Valencia (2002), la empresa engloba una realidad que abarca diferentes ámbitos y que puede ser estudiada desde la perspectiva económica, jurídica, sociológicas, sin embargo, desde un punto de vista económico se hace necesaria la introducción de los elementos comunes de todas las empresas, son los siguientes aspectos, en primer lugar, los objetivos; que integran su finalidad, que defina claramente quiere hacer, en segundo lugar, los factores de producción, en tercer lugar, contar con

la financiación adecuada y dirección, consecuencia de las metas establecidas.

2.2.1.2. Conceptualización de la gestión empresarial.

Según el autor Sanchez (2013) menciona que, la gestión empresarial comprende las prácticas de la empresa, el sistemas y procedimientos que favorecen el flujo de información para tomar decisiones, concerniente a la planificación, organización, dirección y el control estratégico de la empresa.

En ese sentido, Chiavenato (2006) define que: “La gestión empresarial es un proceso que se basa en la planificación, la organización, el direccionamiento y el control de recursos de una empresa, con la finalidad de obtener el máximo beneficio”

Para los autores Alegre et. al (2008) afirman que, la empresa es una combinación organizada que junta la presencia del dinero y de las personas que trabajan complementariamente, que producen un valor material o inmaterial, un beneficio tanto para las personas que han aportado ese dinero, como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa, a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos los clientes.

Los exponentes, Caldas et. al (2009) afirman que la empresa es la realización de una actividad productiva o transformadora; a partir de unos recursos o factores, llamados, inputs, obtienen unos productos, es decir, los

outputs, que pueden ser bienes, productos tangibles o intangibles de mayor valor o utilidad.

Los autores Dominguez y Fernandez (2010) afirman que la empresa es una unidad económica que, a partir de la combinación organizada de diferentes factores materiales y humanos, produce un bien tangible o intangible destinado a conseguir un beneficio económico.

Finalmente, Porto y Gardey (2008) afirma que, la empresa es una unidad económica social, integrada por elementos humanos, materiales, y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios, para lo cual hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital), en esta misma línea, las funciones básicas son consideradas como un todo integrado y conforman la operación del negocio; dichas funciones son: mercadeo, producción y logística, contabilidad y finanzas y gestión humana.

Mencionado las diferentes ópticas de los autores mencionados sobre la empresa, sus características y el proceder funcional, se procede a conceptualizar la gestión empresarial.

La gestión empresarial es un proceso que involucra a la empresa, para que esta pueda, planear, organizar, direccionar, integrar y lograr una eficacia en cuanto al uso de recursos se refiere. (Chiavenato, 2006).

De igual manera Edwards (1991), indica que: “Para la gestión empresarial es necesario aplicar factores de competitividad como lo es, el análisis de cadena de valor, la

reingeniería de proceso y/o contabilidad del ámbito estratégico”.

Cabe resaltar que la gestión empresarial requiere, además, un proceso basado en el control, el monitoreo y realización de las metas planeadas, es por ello que, Chiavenato (2006), indica que:

La gestión empresarial se basa en la ejecución y el monitoreo de los mecanismos, las acciones y las medidas precisas para la consecución de los objetivos de la institución; por tanto, el gestionar implica un fuerte compromiso de los sujetos con la actividad que se ejecuta y también con los valores y principios de eficacia y eficiencia de las acciones ejecutadas.

Según Veiga (2013) afirma que, la gestión empresarial hace referencia a la aplicación de diferentes partes de un proceso administrativo, con el fin de planear, organizar, dirigir y controlar en cada una de las áreas funcionales de una empresa que son mercadeo, producción y logística, financiera y contable y de gestión humana.

El éxito de una organización está en la gestión gerencial, esta debe permitir tomar decisiones de manera rápida, eficaz, en sintonía global y acertada, aprovechando las ventajas competitivas creadas a partir de un buen direccionamiento.

2.2.1.3. La evolución de la gestión empresarial

La evolución histórica de la gestión empresarial, tiene un desenvolvimiento de ideas a niveles culturales y geopolíticos, que son diferentes en el contexto oriental, como

en el contexto occidental, en ese sentido Fernández (2005) afirma que la gestión empresarial ha alcanzado el desarrollo del hombre en cada uno de los sistemas culturales y sociales, en esta misma línea, también ha evolucionado la toma de decisiones analizando sus cuatro funciones claves para el desarrollo de mando a nivel empresarial, como lo son, en primer lugar, la planificación, en segundo lugar, la organización, en tercer lugar, la dirección y en cuarto lugar, el control. (Fernandez M. , 2005).

La empresa, en este contexto histórico, tanto por lo que se refiere a las prácticas diversas llevadas a cabo en las empresas como al marco teórico sobre los comportamientos administrativos de las personas, evolución del conocimiento, enseñanza de la materia y diversos aspectos relacionados, ha ocasionado que la gestión empresarial logre integrar más profundamente la participación activa de los trabajadores. (Castilla, 2005).

La gestión empresarial en el mundo de los negocios, esta dimensionado a lo largo de la historia en el desarrollo de los mercados geográficos cada día, el cual es siempre cambiante respecto a los factores y alternativas del pasado, del presente y del futuro, por consiguiente es necesario tener en cuenta muy claro las bases teóricas para el desenvolvimiento de nuestras empresas, con gran variedad, es por la dirección de empresa está experimentado, la ampliación y diversificación de diferentes alternativas en el desarrollo de nuevas temáticas para la consecución de nuevas metas y estándares en las metodologías organizativas.

2.2.1.4. Funciones en la gestión empresarial

En este segmento se explican en detalle los conceptos de las funciones básicas de la empresa en relación a la gestión empresarial a través de la mirada de diversos autores para hacer un acercamiento a los cuatro elementos en los que se desea profundizar.

a. Primera función: el mercadeo

En relación a la primera función de la gestión empresarial, denominada “mercadeo” se puede concebir como un conjunto de herramientas de análisis, es decir, de métodos que ayudan a la prevención y de estudios de mercado, utilizados con el objetivo de desarrollar un enfoque de ámbito prospectivo a las necesidades y de la demanda de la empresa.

Según Kotler (2001), el mercadeo es “una función que consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de bienes tangibles o bienes intangibles.

Por su parte, Rodríguez (2002) define el mercadeo como una forma de ordenar un conjunto de acciones y métodos a la hora de proponer un producto tangible o intangible con el fin de comunicar, crear y ofrecer valor a los clientes, y para controlar las relaciones y su finalidad es lograr un beneficio a la empresa satisfaciendo a los clientes.

Bajo la perspectiva de los autores mencionados, se puede concretar que el mercadeo es un proceso social y administrativo, por el cual, un grupo e individuos obtienen lo que requieren y desean a través de la realización, ofrecimiento e intercambio de productos tangibles o intangibles de valores.

b. Segunda función: la logística y la producción:

En relación a esta segunda función, los autores Kotler y Armstrong (1998) afirman que la logística es, aquel arte y la ciencia de generar, producir y distribuir los insumos y el producto en el lugar y las cantidades exactas, en líneas generales, la logística es la forma de analizar la ubicación de los almacenes y las plantas, y cómo revisar el movimiento de los materiales desde esos lugares, en ese sentido, el autor propone que la logística es, “la coordinación sistemática y estratégica de las funciones tradicionales del negocio y de las tácticas a través de estas funciones empresariales dentro de una empresa en particular, y a través de las empresas que participan en la cadena de suministros con el objetivo de mejorar el desempeño a largo plazo de las empresas individuales y de la cadena de suministros como un todo.”

Por su parte Ballou (2004) define la logística como, aquella parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficiente y efectivo de bienes tangibles e intangibles, así como la data informativa relacionada desde el punto de origen hasta el punto que es consumido con el fin de satisfacer a los clientes.

En relación a la producción, Kotler y Armstrong (1998) mencionan que la producción es la forma administrativa de las operaciones y manejo de suministros que busca una creación de un bien tangible o intangible con un trabajo de forma eficiente, sin errores y costo bajo, en ese sentido, la producción hace referencia a los procesos que se emplean para alterar los recursos que utiliza una empresa en los productos y servicios que desean sus clientes, por otra parte, suministros hace referencia la forma de abastecer los

materiales y los servicios que entran y salen de los procesos de transformación de la empresa.

Para Bollou (2004), la producción es la parte de la cadena de suministros que implica una planificación, así mismo, lleva a cabo y controla el flujo y el almacenamiento de manera eficiente, así como toda la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos del cliente.

c. Tercera función: Contabilidad y Finanzas.

Para esta tercera función, el autor, Ortiz Anaya (2011), define las finanzas como un segmento de la economía y para entender su alcance se deben tener en cuenta conceptos tanto de macroeconomía como de microeconomía.

Respecto a la macroeconomía, se puede decir, que son los conocimientos amplios acerca de sistema institucional, bancario y económico en general, generalmente esta direccionada a una visión global, donde es importante también la participación del Estado, respecto a la segunda, es decir, la microeconomía, proporciona los principios a nivel de la empresa tales como demanda, oferta, riesgo de inversión, costos, entre otros, indispensables para el éxito financiero, esta función, a su vez, compromete tres funciones básicas, en primer lugar, la preparación y análisis de la información financiera, en segundo lugar, la determinación de la estructura de activos y finalmente, el estudio de financiamiento de la empresa o la estructura financiera.

El autor, Ortiz Anaya (2011), también menciona que, la contabilidad es un sistema de información sujeto a los requerimientos de la administración, con orientación práctica

destinada a facilitar las funciones de la planificación, el control y la toma de decisiones en la empresa.

Esta rama de la contabilidad, es la que con sus diferentes tecnologías permite que la corporación obtenga una ventaja competitiva, de tal forma que alcance un liderazgo en costos y una clara diferenciación que la distingue de otras empresas, el análisis de todos los procesos, de las actividades que se llevan a cabo en ellos, así como los eslabones que las unen permite detectar áreas de oportunidad para diseñar una estrategia que asegure el éxito.

La capacidad de la empresa para generar efectivo con el cuál cumpla sus obligaciones, con sus proyectos de inversión y expansión. El margen de utilidades muestra las ganancias que pueda generar la empresa sobre las ventas y permite tomar decisiones bien sea sobre precios, inversiones o proyectar futuros planes de expansión. Ortiz Anaya (2011)

d. Cuarta función: gestión humana

La gestión humana se desenvuelve en el área de recursos humanos, esta área, representa cómo las empresas tratan con las personas que participan en ellas en plena era de la información; ya no como recursos organizacionales que necesitan administrarse pasivamente, sino como seres inteligentes y proactivos, en ese sentido, Chiavenato (2011) afirma que la gestión humana tiene la capacidad de tener responsabilidades en la persona, así como provistos de habilidades y conocimientos teóricos o experimentales, que ayudan a administrar los demás recursos inertes de la empresa, en ese sentido, las empresas apuntan a, ya no administrar personas sino de administrar con personas

En ese sentido, el autor mencionado, afirma que la gestión del talento humano es entonces “el conjunto de

políticas y prácticas necesarias para dirigirlos aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño” (Chiavenato I. , 2011).

Por su parte, Quecan (2014) afirma que la gestión humana, es un enfoque estratégico de dirección cuyo objetivo es obtener la máxima creación de valor para la organización a través de un conjunto de acciones dirigidas a disponer en todo momento del nivel de conocimiento, habilidades y capacidades en la obtención de los resultados necesarios para ser competitivos en el entorno real y el entorno venidero.

2.2.1.5. La eficacia de la gestión empresarial:

La gestión empresarial logra ser eficaz cuando logra cubrir los aspectos relacionados a la rentabilidad y competitividad de la empresa.

En ese sentido, Porter (2008), indica que, la competitividad y la rentabilidad determinan la estructura de un sector; ésta no guarda relación si el sector ofrece productos o servicios, si es emergente o maduro, de alta tecnología o baja experiencia tecnológica, si está regulado o no, por lo tanto, comprender la estructura de un sector también es clave para un posicionamiento estratégico eficaz.

En relación a la competitividad, Porter (2008) propone las cinco fuerzas que dan forma a la competencia, estas son, en primer lugar, la amenaza de nuevos entrantes, en segundo lugar, la amenaza de productos o servicios sustitutos, en tercer lugar, el poder de negociación de los compradores, en cuarto lugar, el poder de negociación de los

proveedores y en quinto lugar, la rivalidad entre los competidores existentes.

La fortaleza de las fuerzas competitivas afecta los precios, los costos y la inversión que se requiere para competir, por lo cual las fuerzas están directamente relacionados a los estados de resultados y balances de los participantes del sector.

Cuando la demanda general crece, los niveles de calidad ofrecidos por el sector crecen, los costos intrínsecos disminuyen, o el desperdicio se elimina, y el beneficio económico crece. (Michael Porter, 2008)

Los beneficios de contar con un sistema de gestión empresarial son muchos y, según cada empresa, podrán variar o cobrar mayor o menor relevancia en cada caso. No obstante, algunas de las ventajas más interesantes de contar con este tipo de sistemas que son comunes a todos los casos son las siguientes:

En primer lugar, se encuentra la automatización de procesos, esta primera gran ventaja, ofrece un sistema de gestión empresarial es la automatización de muchos de los procesos comunes a todas las compañías. En este sentido, procesos como la contabilidad o la gestión de actividades internas, se realiza de forma automática a través del sistema de gestión sin necesidad de que haya intermediarios que ejecuten estos procesos. (Estallo, 2007)

En segundo lugar, la unificación de la información, que ofrecen los sistemas de gestión empresarial con la que cuenta y que utiliza la empresa, esta unificación se realiza de

dos modos: teniéndola disponible en el mismo lugar (el propio sistema de gestión empresarial) y que la forma en que se almacena y presenta está estandarizada, lo que facilita su uso y comprensión.. (Bescos et. al, 1997)

En tercer lugar, la información actualizada y en tiempo real, al igual que un sistema de gestión empresarial permite unificar la información, también permite modificarla y actualizarla. Pero la gran ventaja consiste en que estas actualizaciones se llevan a cabo en tiempo real. Es decir, cualquier cambio en la información almacenada estará disponible para otros usuarios y compañeros de la empresa en el mismo momento en el que se ejecute el cambio, lo que agiliza y mejora con creces cualquier proceso o actividad que tenga que llevarse a cabo.

En cuarto lugar, la mejora del uso del tiempo de los empleados, debido a que los procesos y el acceso a la información es mucho más sencillo y está muy mejorado, los empleados de la empresa no tienen que dedicarle tanto tiempo, lo que hace que dispongan de más parte de su jornada laboral para dedicarla a otras funciones que no se pueden automatizar y que dependen enteramente de los trabajadores, mejorando así su productividad. (Bescos et. al, 1997)

En quinto lugar, la otra gran ventaja con la que cuenta un sistema de gestión empresarial es la adaptabilidad, ya que es un sistema que permite personalizarse para adaptarse a las necesidades concretas de cada compañía, lo que consigue que la eficiencia de su uso sea aún mayor y, sobre todo, que responda perfectamente a las demandas concretas de cada empresa usuaria. (Bescos et. al, 1997)

2.2.1.6. Las dimensiones y características de la gestión empresarial

Las dimensiones se basan en la teoría general de la administración, sostenida por Chiavenato y confirmada por Sánchez.

En ese sentido En ese sentido, Chiavenato (2006) define que: “La gestión empresarial es un proceso que se basa en la planificación, la organización y finalmente en el direccionamiento y el control de recursos de una empresa, con la finalidad de obtener el máximo beneficio”

Según el autor Sánchez (2013) menciona que, la gestión empresarial comprende las prácticas de la empresa, el sistemas y procedimientos que favorecen el flujo de información para tomar decisiones, concerniente a la planificación, organización; y finalmente la dirección y el control de la empresa.

La gestión empresarial logra desarrollarse a través de tres dimensiones, que son fundamentales, estas son considerados aspectos importantes para entender el buen análisis de la gestión empresarial. (Sánchez, 2013, p.32).

a. Planificación empresarial

La gestión empresarial comprende las prácticas de la empresa, el sistemas y procedimientos que favorecen el flujo de información para tomar decisiones, concerniente a la

planificación, organización, dirección y el control estratégico de la empresa (Sánchez, 2013, p.32).

La primera dimensión se denomina, planificación empresarial, Sánchez (2013) menciona que, ésta dimensión consiste en establecer objetivos realistas y alcanzables tanto en el corto como en el largo plazo, en ese sentido, es necesario analizar cuál es la situación de la empresa e identificar las necesidades que tiene en la actualidad y aquellas que surgirán en el futuro, cuando se desarrolla una hoja de ruta para la empresa, se optimiza considerablemente el funcionamiento de la misma. Tanto la alta dirección como los trabajadores tendrán claro el destino de la corporación y los beneficios de alcanzarlo.

De esta forma, se podrá evaluar la trayectoria y el trabajo de cada empleado para estudiar si se dispone de una plantilla eficiente y lo suficientemente productiva como para hacer crecer a la empresa, en ese sentido, es importante seleccionar bien las metas a alcanzar si no queremos obtener un resultado adverso, respecto a la planificación empresarial, es importante mencionar finalmente que su buena aplicación se basa en establecer una visión en la empresa, así como la coordinación de un programa de actividades y finalmente el establecer presupuestos para la empresa.

El autor Sánchez (2013) sostiene que la planificación empresarial requiere de tres elementos, la visión institucional de la empresa, un programa de actividades coherentes y concretos y finalmente en establecer presupuestos claros, ordenados y útiles.

Respecto al primer elemento, visión institucional de la empresa, Sánchez (2013) afirma que la visión de una empresa describe el objetivo que espera lograr en un futuro, es decir, trata de la expectativa ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo planea conseguir sus metas.

En lo concerniente al segundo elemento, programa de actividades coherentes y concretos, Sánchez (2013), afirma que, la programación de actividades, es aquél proceso subsecuente a la planificación y que tiende a concretar las operaciones, definiendo dónde y cuándo se van a realizar. La programación es un proceso que se convierte en la materialización de la planificación, por tanto, es la herramienta ejecutora de la planificación.

Finalmente, el elemento, denominado, presupuestos claros, ordenados y útiles, Sánchez (2013), afirma que, el presupuesto de una empresa es una planeación que analiza el proceso productivo y financiero de un negocio. Está enfocado en calcular las entradas y salidas de los recursos económicos durante el desarrollo y venta de un producto o servicio.

b. Organización empresarial

La segunda dimensión se denomina, organización empresarial, en ese sentido Sánchez (2013) afirma que la organización empresarial es un factor muy importante que asegura el buen funcionamiento de la organización, ya que ayuda a alcanzar los objetivos fijados en la empresa, mejora el uso de los medios de los que se dispone y la comunicación entre los distintos empleados, aumenta la eficiencia y la

productividad y disminuye los costes, respecto a su aplicación, la organización empresarial presenta un organigrama, así como también establece una división de trabajo, finalmente la organización empresarial también busca establecer jerarquía en los puestos de trabajo.

El autor Sánchez (2013) sostiene que la organización empresarial requiere de tres elementos, los cuales son, un organigrama claro, la división de trabajo y jerarquía en los puestos de trabajo.

Respecto al primer elemento, organigrama claro, Sánchez (2013) sostiene que, el organigrama de una empresa es un esquema gráfico que representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma.

En lo concerniente al segundo elemento, división de trabajo, Sánchez (2013) sostiene que, la división del trabajo es el proceso por el cual una tarea se divide en varias partes, cada una de estas partes es atribuida a una persona o un grupo de personas, en ese sentido, la división del trabajo permite a las organizaciones lograr objetivos complejos, como ensamblar equipos grandes, brindar servicios complejos, fabricar productos en grandes cantidades, inclusive atender a diferentes clientes en distintos lugares; esto debido a que las personas que están involucradas en estas sub-tareas conocen muy bien como ejecutarlas.

Finalmente, el tercer elemento, denominado, jerarquía en el puesto de trabajo, hace referencia a la forma de organizar y clasificar a los distintos empleados de una compañía. Puede ser en orden ascendente o descendente. Su

objetivo es conseguir que los más experimentados guíen, en su desempeño profesional, a los que no tienen tanta destreza o experiencia en el negocio. Es importante subrayar que el modelo jerárquico ha de aplicarse de forma eficaz y con herramientas que faciliten la adaptación de todos los empleados.

c. Dirección y Control

La tercera dimensión se denomina dirección y control empresarial, el cual, implica un solo proceso que gestiona los recursos de una compañía para alcanzar los objetivos planteados por la gerencia, en ese sentido, la dirección y el control empresarial implica una adecuada comunicación, un constante liderazgo y una adecuada motivación. (Sánchez, 2013).

La dirección es la función administrativa que incluye las acciones para activar y motivar a las personas para alcanzar los objetivos, no solo individuales, sino también grupales, departamentales y organizacionales, en ese sentido, la dirección comprende una serie de elementos como el adecuado liderazgo, la motivación, la comunicación en todos los niveles. (Munch y Gárica, 2002)

El control regula las actividades desarrolladas por las organizaciones para que coincidan con sus expectativas establecidas en la etapa de planeación para que coincidan con las expectativas establecida en la etapa de planeación. Como todas las demás funciones del proceso administrativo, en control está en función de todas y cada una de las personas en la organización, en líneas generales, el control implica un

proceso de supervisión y constante en todos los procesos de la empresa.

Esta función incluye el generar información para tomar decisiones que conlleven a alcanzar los objetivos (Amaru, 2009), el control es primordial porque, aunque una empresa cuente con una planeación adecuada, una estructura organizacional bien definida y una dirección eficiente, los gerentes o encargados no podrán verificar cual es la situación real de la empresa, si no existe un mecanismo que se cerciore o informe sobre consistencia ente los hechos y los objetivos.

2.2.1.7. Prácticas de gestión empresarial

Las practicas relacionadas a la buena gestión empresarial, son comprendidas en una serie de medidas prácticas que son aplicables fácilmente por un empresario, quien con su aplicación puede aumentar la productividad, reducir los costos, reducir el impacto ambiental de sus procesos productivos, fortalecer la eficiencia del proceso productivo e incrementar los niveles de seguridad en el trabajo, en ese sentido, la Agencia de Cooperación Alemana (2002) afirma que se trata de un instrumento utilizado para gestionar costos, efectuar gestión ambiental e iniciar cambios organizacionales.

Las buenas prácticas son aquellas acciones o procesos eficaces que mediante el uso de acciones innovadoras permiten a la corporación dar respuesta a sus necesidades propias o a sus grupos de interés, o fortalecer la eficiencia de sus procesos; estas se mantienen a través del tiempo adhiriéndose en la

gestión empresarial diaria, generando sostenibilidad y son replicables en otros contextos. (Comfandi, 2014).

Según Garza et. al (2016), uno de los principales factores que contribuyen en garantizar al éxito de una corporación, radica principalmente en contar con las competencias necesarias en las prácticas de gestión empresarial que le permita al emprendedor gestionar y desarrollar una iniciativa del empresarial.

La mejora continua respecto a las prácticas de gestión empresarial, genera accesibilidad al proceso de mejoramiento de cada una de las partes que conforman la empresa (Chan y Sun, 2007) ya que tiene el objetivo de alcanzar las metas empresariales (Kotey, 2005), en otras palabras, las prácticas de gestión empresarial, logran posicionar la firma emprendedora a través de alcanzar la sustentabilidad y rentabilidad tanto económica como financiera en un mercado altamente competitivo.

En ese sentido, se considera que unos de los factores clave para conseguir el éxito del emprendimiento en el sector empresarial, radica en el uso equilibrado del liderazgo y la planificación estratégica, mismas que, representan unas de las prácticas más relevantes en la gestión empresarial, de acuerdo a la importancia que cuenta tanto el liderazgo como la planeación estratégica como factores las prácticas de gestión empresarial. (Lamine y Lakhal, 2018)

Respecto al liderazgo que sostiene la gestión empresarial, es definido, como la habilidad de gestionar las organizaciones estableciendo una visión a corto y a largo plazo que fortalezca a la organización a trazar una dirección estratégica para lograr los objetivos lo definen como la habilidad de establecer y alcanzar metas, así como promover

estrategias para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, como también, mejorar el desempeño de la empresa.

Por lo tanto, el liderazgo es un proceso en el que una persona ejerce influencia sobre las personas como subordinados, colaboradores, clientes internos y externos que se relacionan directa o indirectamente con la iniciativa empresarial que se encuentra desarrollando el emprendedor, con el objetivo de lograr las metas y con ello el éxito de la iniciativa corporativa que se encuentra desarrollando (Krumwiede y Charles, 2006).

Los líderes emprendedores de la pequeña y mediana corporación son los que llevan a cabo las planificaciones tácticas que permitirá a la organización generar de manera estratégica los objetivos establecidos a corto, mediano y a largo plazo a través de una planeación estratégica, debido a que, una firma emprendedora requiere de sobrevivir con escasos recursos disponibles para la pequeña corporación; actúa según se presenten las circunstancias, y cambia su dirección según le sea necesario, en otras palabras, el liderazgo y la planeación estratégica representan unos de las dimensiones relevantes que integran las prácticas de la gestión empresarial.

La planeación estratégica es concebida como aquel proceso estructurado que define la alta dirección, en ella se establecen las metas de la corporación, así como las planificaciones tácticas y operativas que se llevarán a cabo para lograr los objetivos establecidos a largo plazo de una corporación, ante la relevancia que cuenta la planificación estratégica en la iniciativa, desarrollo y fortalecimiento empresarial, el modelo de calidad de la fundación europea la considera como uno de los factores relevantes para lograr

sostenibilidad y rentabilidad en las empresas a corto, mediano y a largo plazo. Por lo tanto, la planificación estratégica es una acción relevante en la planificación general de toda empresa, con mayor importancia en su primera etapa de desarrollo de la firma emprendedora. (Chiavenato, 2006, pág. 65)

El liderazgo y la planeación estratégica son factores que pueden ser medibles por las prácticas de gestión de la calidad total empresarial, por ello, ambos factores juegan un papel importante en la directriz de la iniciativa empresarial a través de una visión orientada estratégicamente hacia el éxito, influyendo a través del comportamiento y actitudes de los stakeholders internos tanto como externos de la empresa con la finalidad de garantizar sustentabilidad y rentabilidad empresarial a través del rendimiento económico y financiero, por ello, el planear estratégicamente las metas y objetivos marcarán la trayectoria para lograr posicionar exitosamente la firma emprendedora. (Chiavenato, 2006).

Respecto al rendimiento empresarial, consideran que el emprendimiento de la iniciativa empresarial está direccionado en identificar y explorar nuevas áreas de oportunidad de negocio que antes no han sido exploradas. Así mismo, aquellos individuos que identifican nuevas oportunidades de negocio son considerados como emprendedores, y a su vez, pueden ser fundadores y/o propietarios de las nuevas empresas. Por otro lado, pueden ser aquellos administradores de firmas que ya cuentan con una participación en el mercado, por otro lado, un emprendedor es aquella persona capaz de crear y generar nuevas empresas cuyas características se focalizan en orientación hacia el crecimiento de crear nuevas empresas e innovación de productos, servicios, tecnología o de mercados.

En este mismo sentido Hidalgo (2014) define al emprendedor como una persona que ofrece ideas de negocio, identificando áreas de oportunidad de inversión, formulando objetivos e investigaciones de mercado que le permita tomar decisiones para distribuir, promover e innovar productos o servicios, gestionando infraestructura y recursos humanos con la finalidad de lograr los objetivos establecidos en la firma emprendedora (pag.50). Es por ello por lo que, un emprendedor debe contar con las habilidades de convertirse en propietario o administrador de una empresa u organización, ser innovador, adquirir una firma ya posicionada en el mercado, crear productos o servicios innovadores a través de la empresa u organización y la creación y el desarrollo de una firma con fin o sin fin de lucro.

Por lo tanto, los emprendedores son aquellas personas que buscan crear y desarrollar iniciativas empresariales con la finalidad de explotar nuevas áreas de oportunidad que le permitan generar y hacer negocio a través de la innovación de productos o servicios, y a su vez, lograr los objetivos empresariales con el propósito de consolidar la firma emprendedora en el mercado. El desarrollar nuevos productos, identificar nuevas oportunidades en el mercado, así como definir el objetivo central del negocio, son algunos de las principales actividades que determinan el emprendimiento de las iniciativas empresariales a través de la autoeficacia emprendedora.

Es por ello por lo que, el emprendedor debe contar con la capacidad de generar nuevos productos y servicios como también buscar e identificar oportunidades de negocio a través de la gestión de la iniciativa empresarial, adaptándose a los cambios y dificultades que se presentan en un mercado

globalizado. Entonces, el emprendedor se convierte en un agente en el que explorará e identificará nuevas áreas de oportunidad para generar y hacer negocio a través de la identificación de nuevas necesidades tanto de los clientes como del mercado donde se encuentra desarrollando la firma empresarial. (Barón, 2010)

2.2.1.8. Modelos sobre la gestión empresarial

a. Modelos de la teoría clásica de la gestión empresarial

La Teoría Clásica de la administración parte de la organización como “un todo”, es decir, que su estructura busca garantizar la eficiencia de todas las partes involucradas, ya estas sean áreas como: divisiones, departamentos, o personas como ocupantes de los puestos y, los ejecutores de las tareas, en ese sentido, el interés de la teoría mencionada por la estructura de la organización como un todo significa, sin lugar a dudas una expansión sustancial del objeto de estudio de la teoría general de la administración, en ese sentido, Chiavenato (2006) menciona que, la teoría clásica de la gestión empresarial es desarrollada por Henry Fayol, el cual, es su creador y mayor exponente de esta teoría, Fayol parte de un enfoque sintético, global y universal de la empresa con lo que inauguró un enfoque anatómico y estructural que propende por una visión sistémica de la empresa, en ese sentido, la teoría clásica se desarrolla a través de seis operaciones o funciones, estas son, las funciones técnicas, funciones comerciales, funciones financieras, funciones de seguridad, funciones contables y funciones administrativas.

Desde una óptica más actualizada las funciones esenciales de la empresa se denominan áreas administrativas, en ese sentido, las funciones administrativas se conocen como área de administración general; las funciones técnicas hacen parte del área de producción, manufactura u operaciones; las funciones comerciales se relacionan con el área de ventas o marketing; las funciones de seguridad han pasado a un nivel más bajo, por otra parte, las funciones contables están subordinadas a las funciones financieras; y, por último, nació el área de recursos humanos o administración de personal. (Chiavenato, 2006)

b. Modelos administrativas científicos – funcionales y de relaciones humanas

Según Rivas (2007) menciona que el modelo científico – funcional, básicamente es una corriente donde la administración en las empresas era considerada tradicional o científica, donde se centraba en la observación de los acontecimientos en la producción, investigación y análisis de las operaciones empresariales,

En esta misma línea, el autor, menciona que la teoría de la administración científica surge en parte por la necesidad de elevar la productividad durante el siglo XX, en Estados Unidos, donde había poca oferta de mano de obra. La manera de elevar la productividad era elevando la eficiencia de los trabajadores. Así fue como Frederick W. Taylor, Henry L. Gantt y Frank y Lilian Gilbreth desarrollaron un conjunto de principios que se conocen como la teoría de la administración científica. (Rivas, 2007, pág. 32)

Los autores Téllez y Alcántara (2009) mencionan que, el modelo científico – funcional se basa en conocer los problemas y las actitudes de los trabajadores y observar las grandes posibilidades para mejorar la administración en la empresa, en esta misma línea, el modelo mencionado pone énfasis en la selección científica de los trabajadores y el desarrollo de sistemas de incentivos mediante bonos, el sistema de tasas diferenciales porque consideró que era fuente de muy poca motivación y, a cambio, presentó otra idea. El supervisor obtendría una bonificación por cada uno de los trabajadores que cumpliera con la ración diaria, más otro bono extraordinario si todos los trabajadores lo hacían.

Desde la óptica de los autores Tellez y Alcántara (2009) establece un sistema de tarea y bonificación y el adiestramiento de los trabajadores por consiguiente los motivaría que los supervisores prepararan a sus trabajadores para desempeñar mejor su trabajo.

En ese sentido, los autores, proponen las siguientes características de la administración científica, las cuales son:

- ✓ La administración científica contiene un diseño basado en un método estándar para realizar las tareas.
- ✓ La administración científica selecciona empleados con las aptitudes idóneas para cada trabajo.
- ✓ La administración científica fomenta el apoyo a los empleados a través de la planificación de su trabajo y eliminando las interrupciones.

- ✓ La administración científica también está orientada a dar incentivos salariales a los trabajadores por el incremento de la producción.
- ✓ La administración científica demuestra la importancia que tiene la compensación en el desempeño, sin embargo, también promueve un riguroso análisis de las tareas y puestos.
- ✓ La administración científica demuestra la importancia de la selección y la importancia de la capacitación del personal.

El autor Zúñiga (2000) menciona: que el modelo administrativo científico o de la administración científica, está orientada a la minimización de los tiempos y movimientos necesario para producir, facilitó que las habilidades demandadas a los trabajadores se centraran en la puntualidad y confiabilidad, enmarcadas en un ambiente caracterizado por la economía de tiempos.

Por otro lado, el autor Martínez (2002) menciona que el modelo administrativo científico, se basa en analizar las habilidades y las destrezas que configuran los puestos de trabajo, este modelo está orientado a desarrollar métodos de trabajo más rápidos, con menos tiempos muertos, acercando los instrumentos al trabajador, minimizando sus desplazamientos, estudiando sus movimientos y desarrollando sus habilidades manuales y de operación.

c. Modelo estructuralista (relaciones humanas)

La autora Silva (2002) menciona que, a partir de 1940, se desarrolla un modelo alternativo, denominado el “modelo estructuralista”, conocido también como el modelo de relaciones interpersonales o humanas, el cual es un modelo que abarca las muchas variables involucradas en los procesos de una empresa y el comportamiento de los participantes, aplicable no solo a las fábricas, sino a todas las áreas y formas de actividades de las empresas.(p.78)

Según Martin Crespo (2005) menciona que, el siguiente modelo propone un ideal de ordenamiento que orienta la acción de los individuos y la racionalización de la organización social y política propia de las grandes empresas gestadas a partir del capitalismo de la época.

Este modelo, según Restrepo (2002) contiene las siguientes características técnicas.

- ✓ Jerarquía donde la autoridad es formal y racional.
- ✓ Distribución de funciones fijas.
- ✓ Sistema de remuneración.
- ✓ Contrato administrativo de nombramiento.
- ✓ Sistema de carrera administrativa.
- ✓ Selección técnica.
- ✓ Evaluación permanente.
- ✓ Estabilidad en el cargo.
- ✓ Posibilidad de ascensos y Procedimientos por escrito.

d. Modelos Complementarios de la Gestión empresarial

El modelo Gesinca (gestión-intangibles calidad), es según Hernández (2013), un modelo basado en la calidad total, conteniendo 5 bases (capacidades organizativas, comerciales, humanas y sociales, así como las tendencias de pasado y las expectativas futuras) que se enmarcan en 12 variables y 39 indicadores, resultando en indicadores claves para la toma de decisiones, enfocándose en el desarrollo de estrategias para el logro de la competitividad sectorial, el modelo se desglosa en primer lugar en las capacidades humanas, que implica una serie de cualidades no solo las técnicas y de conocimientos sino también la capacidad humana con la cual será capaz de interrelacionarse con sus colaboradores y podrá gestionar eficazmente los objetivos de la empresa, (Escobar, 2013). En segundo lugar, las capacidades organizativas, las cuales, permite a la empresa conducirse, adaptarse y cambiar, cada vez que sea necesario, para crecer y ser más competitiva, las capacidades organizativas se dimensionan en la gestión de procesos y la gestión de la innovación. (Escobar, 2013, p.21). En tercer lugar, están las capacidades comerciales y sociales, en la actualidad las

empresas ya no se conforman con tener solo excelentes profesionales como colaboradores, que tengan un amplio conocimiento o sean expertos en el área que sea contratado, además de todo lo mencionado también debe tener habilidades personales y sociales que tengan un conjunto de estrategias aprendidas a través del tiempo para actuar y pueda ayudar a relacionarse con los demás de manera eficaz y orientada a la consecución de los objetivos elaborados por la empresa.

El modelo de gestión de Mitzberg, se estructura a través de 5 niveles jerárquicos, el primero basado en el núcleo de operaciones. aquí están los empleados responsables de la producción y la prestación de servicios. el segundo basado en el ápice estratégico. en este escalón encontraremos a los directivos y responsables de la compañía, el tercero, denominado, la línea intermedia. en este punto, los objetivos se convierten en acciones, el cuarto, la tecno estructura. se incluyen los encargados de la estandarización de procesos, el quinto y último, el personal de apoyo. todos los empleados que prestan servicios profesionales a la empresa organizaciones planas (Garrido, 2017, pág. 35)

El modelo de la gestión democrática, considera el capital intelectual de la empresa, buscando construir una relación más cercana con los empleados. Este tipo de modelo se utiliza sobre todo para empresas cooperativas, o bien para empresas con alto nivel de desarrollo humano, en la gestión democrática, los empleados se enfrentan a un determinado problema y, en función de la misión, la visión y los valores de la organización, necesitan encontrar una solución creativa. (Silva, 2002, p.158)

La gestión por resultados está basada en resultados se basa en las metas y objetivos de la organización, que deben estar de acuerdo con la planificación estratégica. La idea de este modelo de gestión es involucrar a gerencia y colaboradores en la definición y búsqueda de resultados previamente establecidos, dichos resultados deben ser monitorizados constantemente. En este tipo de gestión, el resultado logrado es más importante que el método utilizado para lograrlo, los objetivos, que son el foco de la gestión por resultados, se definen para los diferentes niveles organizacionales. (Daft, 2005, p.46)

Cada uno de los perfiles involucrados en los procesos saben exactamente lo que se espera de ellos. Esto ayuda a evitar que pierdan el enfoque en los objetivos establecidos

y se sientan más comprometidos y motivados. (Restrepo, 2002)

E. Análisis crítico y comparativo de los modelos revisados

Al mencionar todos los modelos relacionados a la gestión empresarial, se puede apreciar un interés profundo en cuatro aspectos, el personal, la organización, los procedimientos y los resultados.

Cada modelo va dar más protagonismo a alguno de estos tres aspectos a mencionar.

La teoría del modelo clásico de la administración, se enfoca principalmente en el caminar de la organización de la empresa, teniendo en un segundo plano la participación activa del personal y no dando atención al resultado, sino más bien a los procesos de la empresa, como es sabido, la teoría clásica observa a la organización como “un todo”, es decir, que su estructura busca garantizar la eficiencia de las áreas o departamentos, en ese sentido, Henry Fayol, exponente de la teoría clásica, centra su interés en el enfoque anatómico y estructural que busca una visión sistémica de la empresa así como de sus operaciones.

La teoría del modelo científico – funcional, se basa principalmente en la atención al personal y su bienestar, así como en los procedimientos, donde el personal está involucrado, por otra parte, no se enfoca demasiado en la organización, tampoco en los resultados. En ese sentido, los autores Téllez y Alcántara, (2009) mencionan que el modelo científico – funcional se basa en conocer los problemas y las actitudes de los trabajadores y observar las grandes posibilidades para mejorar la administración en la empresa, en esta misma línea, el modelo mencionado pone énfasis en la selección científica de los trabajadores y el desarrollo de sistemas de incentivos mediante bonos.

La teoría del modelo estructuralista, ofrece un equilibrio respecto a la participación del personal, la organización, los procedimientos y los resultados. La autora Silva (2002) menciona que el modelo estructuralista, abarca muchas variables involucradas en los procesos de una empresa, la organización de la empresa y el comportamiento de los participantes, aplicable no solo a las fábricas, sino a todas las áreas y formas de actividades de las empresas.

El modelo Gesinca está basado en la participación del personal, la organización y los procedimientos, en ese

sentido, Hernández (2013) menciona que el modelo Gensinca está enfocado en el desarrollo de estrategias para el logro de la competitividad sectorial, teniendo en alta consideración las capacidades humanas, que implica una serie de cualidades no solo las técnicas y de conocimientos, el modelo también busca robustecer las capacidades organizativas, las cuales, permite a la empresa conducirse, adaptarse y cambiar.

El modelo de gestión de Mitzberg, está basado en la organización, el personal y los procedimientos, el mencionado modelo se basa en el núcleo de operaciones, donde conjugan los directivos y responsables de la compañía, la estandarización de procesos y el personal de apoyo.

El modelo de la gestión democrática, se desarrolla en torno a la participación del personal, los procedimientos, buscando construir una relación más cercana con los empleados. Este tipo de modelo se utiliza sobre todo para empresas cooperativas, o bien para empresas con alto nivel de desarrollo humano,

El modelo de la gestión por resultados se desarrolla en torno a la participación del personal, los procedimientos y los resultados que busca la empresa, debido a que este modelo se basa en las metas y objetivos de la organización, que deben estar de acuerdo con la planificación estratégica.

Tabla 1

Tabla comparativa de modelos de gestión empresarial.

Aspectos comparativos	Modelo clásico de la administración	Modelo científico – funcional	Modelo estructuralista	Modelo Gesinca.	Modelo de gestión de Mitzberg	Modelo de gestión democrática	Modelo de gestión por resultado
Personal	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Organización	✓		✓	✓	✓		
Procedimientos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Resultados			✓				✓

Nota: La tabla 1 expone la diferenciación de los modelos de la gestión empresarial desde la óptica del personal, la organización, el procedimiento y los resultados.

Al diferenciar los mencionados modelos se puede apreciar cuál de ellos se hace presente en la conceptualización de la gestión empresarial para la presente investigación, en ese sentido, el modelo que más realza la finalidad de la investigación, es el modelo clásico de la administración, propuesto por Henry Fayol, ya que dicho modelo se enfoca en el personal, los procedimientos y la organización, bajo este contexto, es que Chiavenato y

Sánchez, se sostienen para conceptualizar la gestión empresarial, la definición de ambos autores respecto a la gestión empresarial, se basan en las prácticas de la empresa, el uso eficiente de recurso, los sistemas realizados y la aplicación de procedimientos, que llevarán a la planificación, la organización, la dirección y el control estratégico de la empresa.

Es importante mencionar que, bajo los modelos complementarios, se asemejan de igual manera, el Modelo Gensinca y el Modelo de gestión de Mitzberg, sin embargo, estos modelos, ofrecen más protagonismo a la participación del personal, por encima de los procedimientos y la organización en sí.

Los demás modelos mencionados son útiles para profundizar en las diferentes orientaciones de la gestión empresarial, pero no se adecuan a la finalidad de la investigación que busca conocer las características de la empresa, por lo tanto, los modelos científico funcional, el modelo estructuralista, el modelo de gestión democrática y el modelo de gestión por resultados, no integran el concepto a la gestión empresarial para esta investigación

2.2.2. Potencial exportador

2.2.2.1. Definición

La exportación es un procedimiento con propósitos comerciales donde el bien tangible o intangible es consumido por personas que no residen en el mismo país donde el proveedor produce el bien, a cambio de ello, el exportador recibe una ganancia por venderlo en el extranjero.

Charles y Hill (2007) menciona que: “La exportación se define como la venta de bienes o servicios elaborados y producidos en un país para residentes que están ubicados en otro país”

En este sentido, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI, 2011) menciona que: “las exportaciones es la venta de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países, donde el vendedor (residente) es llamado exportador y el comprador (no residente) es llamado importador”.

Todo bien tangible o intangible, para internacionalizarse necesita de una preparación interna donde se desarrolle la calidad del mismo, así mismo es

necesario la exploración y posicionamiento del mercado para el buen flujo del mismo.

En ese sentido y complementando las definiciones de exportación de servicios, también, Gonzales (2017) menciona que:

“Una exportación de bienes y servicios se realiza cuando el pago del mismo es efectuado por un residente en el extranjero, independientemente del lugar en el que se produce el bien o servicio, en las transacciones de bienes o servicios, es necesario tener en cuenta el tiempo, el lugar de consumo y la proximidad entre el proveedor de servicios y el consumidor, tal proximidad puede lograrse mediante la presencia comercial en el país importador o a través del traslado temporal de personas a otro territorio para recibir o prestar el servicio, en otras palabras, la exportación de bienes o servicios es el suministro de un servicio de cualquier sector brindado por un residente hacia otro no residente”.

Cano (2010) también menciona que:

La internacionalización en una empresa suele ser la tercera etapa que se plantea el dueño de la empresa. Una vez creada y consolidada la empresa, el empresario se analiza una serie de problemas y/o mejoras a los que el proceso de

internacionalización da la solución. En ese sentido, el empresario se ubica con una fuerte competencia para poder comercializar en el mercado por lo que se ve obligado a buscar nuevos mercados en el exterior, que requieran dicho servicio ofertado (p.2)

Mencionado lo anterior, desarrollaremos el concepto de potencial exportador, según Minervini (2015), afirma que, el potencial exportador es la habilidad de aprovechar las oportunidades, explotando al máximo las fortalezas de la organización, es decir, adecuar la empresa a la demanda.

En ese sentido, Barrionuevo, Iborra y Michelena (2016), manifiestan que, el potencial exportador se determina analizando la sofisticación y concentración de la producción, comercio y grado de apertura comercial hacia el extranjero, que tiene la empresa o un sector empresarial, debido a que la exportación se da también a través de asociaciones”.

2.2.2.2. Los procesos sobre el potencial exportador

El proceso inicia con el desarrollo y/o fortalecimiento del potencial exportador de una empresa con la participación en capacitaciones o talleres en materia de comercio exterior organizados por entidades públicas y/o privadas, el siguiente

paso se basa en analizar la oferta exportable tanto del producto y en paralelo determinar las capacidades de la empresa.

En ese sentido, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Mincetur (Mincetur,2015) afirma que el potencial exportador es la facultad que tiene una empresa para exportar utilizando sus fortalezas y debilidades para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional, en ese sentido, el potencial exportador, se identifica por un conjunto de características, tales como, el comportamiento de la empresa en el mercado nacional, los recursos , los procesos y productos , lo que determina las fortalezas y debilidades, en esta misma línea, para conocer a profundidad el potencial exportador de una empresa o asociaciones de las mismas , se requiere un análisis del potencial exportador, que incluye a su vez, un análisis del producto o servicio, en ese sentido, se busca en primer lugar, estudiar el tipo de producto, sus características, su posicionamiento en el mercado nacional , posibilidades en el exterior y atributos, en segundo lugar se necesita analizar la disponibilidad de producción, en decir, si la empresa puede cubrir con los volúmenes de producción para atender una demanda del exterior, en tercer lugar, los recursos disponibles , aquí se ve si la empresa tiene la

tecnología necesaria para el desarrollo y producción de los bienes a exportar, en cuarto lugar, la capacidad financiera de la empresa, la cual está determinada por las posibilidades en cómicas o recursos propios que esta tenga para solventar una exportación, ya que la empresa tiene que estar en condiciones de poder asumir económicamente el costo de todo el proceso de exportación.

Finalmente, es importante la Identificación de las fortalezas y debilidades en cada uno de los factores mencionados en los párrafos anteriores, permite hacer un diagnóstico interno, ello permite establecer si estamos en condiciones de exportar hacia el extranjero.

2.2.2.3. Dimensiones y características sobre el potencial exportador

Como se ha mencionado a través de diferentes autores, el potencial exportador es la habilidad de aprovechar las oportunidades, explotando al máximo las fortalezas de la organización, es decir, adecuar la empresa a la demanda.

Para la presente investigación, las dimensiones de la variable potencial exportador se desarrolla a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través de

Promperu y corroborado con la OCER a nivel nacional, debido a que, el Estado en los últimos años ha establecido unas pautas para conocer el desarrollo de las exportaciones en el Perú, por ello, se concibe el potencial exportador como la habilidad que tiene una empresa para reconocer sus capacidades reconociendo tanto el ambiente interno como el externo, esta capacidad le permite generar acciones que se plasman en el plan estratégico de la empresa, (PromPerú, 2012), en ese sentido se propone una herramienta que ayude a analizar el potencial exportador de las empresas, esta herramienta se basa en un diagnóstico empresarial interno, a través de 4 dimensiones, las cuales son, gestión administrativa, gestión productiva y logística, gestión de mercados internacionales y logística exportadora y finalmente, la gestión económica y financiera

a. Gestión administrativa

La gestión administrativa es el conjunto de tareas y actividades coordinadas que ayudan a utilizar de manera óptima los recursos que posee una empresa. Todo esto con el fin de alcanzar los objetivos y obtener los mejores resultados.

La gestión administrativa se responsabiliza de utilizar coordinada y eficientemente los recursos. Por ello todas las

funciones se organizan de manera que se pueda dirigir y controlar el manejo más adecuado de éstos.

La gestión administrativa se analiza a través del número de trabajadores y su organización para cubrir la demanda, la gestión administrativa requiere de una misión y visión clara y concreta, con la elaboración de un organigrama, por otra parte, también se requiere de capacitaciones en negocios internacionales y la realización de planes estratégicos, finalmente la adecuada gestión administrativa se caracteriza por tener objetivos concretos. (Promperú, 2012).

b. Gestión productiva y logística.

Ésta gestión se caracteriza por abarcar un conjunto de tareas y actividades coordinadas para la optimización de los procesos de almacenamiento, así como el movimiento de materiales en las instalaciones ligadas al centro de producción. Tiene que ver con todos los procesos logísticos que abarcan desde la compra de materias primas hasta la creación del producto final.

El objetivo principal de la logística de producción es reducir el lead time de fabricación, es decir, el tiempo que

transcurre desde que se genera una orden de trabajo hasta que el producto está terminado.

La gestión productiva y logística se caracteriza por conocer la producción propia, la superficie de siembra, la evaluación del rendimiento por hectárea, así mismo se caracteriza por tener un control de calidad y un personal capacitado, respecto a este punto, es necesario tener normas y planes de higiene respecto a la manipulación del producto, y finalmente la empresa debe tener la capacidad de aumentar la producción para exportación.

c. Gestión de mercados internacionales y logística Internacional

Esta dimensión implica un conjunto de operaciones destinadas a transportar materias primas o productos finalizados desde un país de origen (exportador) hasta un país de llegada (importador), en donde se utilizarán los recursos recibidos para la fabricación de productos o para la comercialización directa.

Esta dimensión contiene los siguientes elementos, el conocimiento sobre el mercado dónde es conveniente apuntar, la realización de un estudio de mercado, tener acceso y contactos para llegar a un mercado internacional, conocer

los incoterms y los reglamentos de exportación, tener certificaciones de exportación, certificaciones de calidad o inocuidad, tener claro los costos de transporte, de producción y la utilidad.

d. Capacidad financiera de la empresa

La capacidad financiera implica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras o para poder realizar inversiones en un determinado periodo de tiempo, ya sea a corto, medio o largo plazo, este análisis sirve para determinar si la empresa puede hacer frente a sus obligaciones financieras. Calcular los riesgos de una empresa en cuanto a la capacidad para afrontar esos pagos es importante porque esa posible operación de inversión o de financiación pueden ser las que permitan a la empresa lograr sus objetivos futuros. (Promperú, 2012)

La capacidad financiera requiere conocer sus estados financieros de la empresa, así mismo, tener acceso al financiamiento y crédito bancario, tener una planificación de presupuesto para exportación y conocer los riesgos internacionales

2.2.2.4. Relación de la gestión empresarial y el potencial exportador

De acuerdo con Promperú (2015), la relación de la gestión empresarial y el potencial exportador, se desarrolla con el análisis de la inserción de la empresa en el mercado internacional, con dicho análisis se logra identificar las capacidades empresariales en las diferentes fases del proceso del comercio internacional”.

PromPerú (2015) refiere que, para evaluar el potencial exportador, se necesita analizar las características y potencialidades de la empresa, todo ello, radica en su adecuada gestión, para ello, es relevante conocer la planificación de la empresa, su metodología para crear una adecuada organización empresarial y finalmente la dirección y el control de la empresa.

En ese sentido, según PromPerú (2015), sigue mencionando que la gestión empresarial consiste en poner al descubierto la realidad de la empresa, con el fin de conocer sus fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidad, así se pondrá analizar la potencialidad de la empresa para internacionalizarse (potencial exportador).

Como se ha mencionado, para conocer el potencial exportador de las empresas, es necesario conocer su gestión empresarial, esto hace referencia en primer lugar, analizar la capacidad de identificar oportunidades para programar decisiones empresariales, a todo ello, se denomina como planificación empresarial, en segundo lugar, se necesita de mejorar las actividades programadas, a lo que se denomina, el direccionamiento de la empresa; y en tercer lugar, realizar un seguimiento para el cumplimiento de ellas para poner en práctica una organización empresarial. (Promperu, 2013, p. 22).

Según Mondragón (2017) menciona que, la exportación requiere de una gestión empresarial óptima, en ese sentido, las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) del Perú necesitan un nuevo enfoque, especialmente, si de hacer de la exportación un negocio. Es por ello que, en el Perú la actividad exportadora está compuesta en un 80% por MYPES, tiene que ser tratada con criterio empresarial para que sea eficiente y rentable. Por esa razón, deben estar incluidas todas las herramientas administrativas en la organización empresarial orientada a una exportación planificada.

No basta con asistir a una feria internacional sino se va a aplicar adecuadamente fundamentos de marketing, contabilidad, estadísticas, economía, planificación, organización, dirección, ejecución y control, por lo tanto, estar en capacidad de diseñar y ejecutar estrategias, el análisis FODA, la relación costo beneficio, investigaciones de mercado, reingeniería de procesos y, en fin, las herramientas que conduzcan a una exportación organizada. (Mondragón, 2017)

2.2.2.5. La relación entre el potencial exportador y la planificación empresarial.

Según Paredes (2018), la planificación empresarial consiste en un resumen minucioso de la empresa existente, que es útil para ayudar a conocer el negocio, sus antecedentes, los factores de éxito o fracaso, las estrategias y metas, con el fin de llevar al negocio hacia el ámbito internacional.

En ese sentido, la planificación empresarial robustece el potencial exportador de una empresa, debido a que ayuda a seleccionar el producto de la empresa para exportar, así

como el país seleccionado como mercado objetivo. (Paredes, 2018, p.76).

Según Sánchez (2013), la planificación empresarial, consiste en establecer objetivos realistas y alcanzables tanto en el corto como en el largo plazo, en ese sentido, es necesario analizar cuál es la situación de la empresa e identificar las necesidades que tiene en la actualidad y aquellas que surgirán en el futuro, cuando se desarrolla una hoja de ruta para la empresa, se optimiza considerablemente el funcionamiento de la misma. Tanto la alta dirección como los trabajadores tendrán claro el destino de la corporación y los beneficios de alcanzarlo. De esta forma, se podrá evaluar la trayectoria y el trabajo de cada empleado para estudiar si se dispone de una plantilla eficiente y lo suficientemente productiva como para hacer crecer a la empresa, este análisis de la trayectoria de la empresa es de mucha utilidad para proyectar la empresa hacia un mercado internacional, por lo tanto, la planificación empresarial es el primer paso para robustecer el potencial exportador de una empresa.

En líneas generales, la planificación empresarial se basa en establecer visión de la empresa, la realización de un programa de actividades y establecer presupuestos, todo ello, son elementos que ayudaran a decidir, exportar o no exportar, así

como identificar e investigar los posibles mercados y clientes y finalmente organizar la estrategia y el plan de exportación.

2.2.2.6. La relación entre el potencial exportador y la organización empresarial.

La relación consiste en que es importante que las empresas exportadoras cuenten en su organización interna con una estructura operativa y con un equipo de personas formadas y preparadas para poder vender en el comercio exterior.

La organización de la empresa se va transformando y adaptando a los cambios en los mercados internacionales a medida que la empresa exportadora aumente su actividad exterior.

La organización empresarial dedicada a la actividad internacional debe incluir a varios departamentos: el de producción, el comercial y de ventas, el financiero y, si existe, el de logística.

Es importante recordar que la organización empresarial, según Sánchez (2013) es un factor muy importante que asegura el buen funcionamiento de la organización, ya que ayuda a alcanzar los objetivos fijados en la empresa, mejora el uso de los medios de los que se dispone y la comunicación entre los distintos empleados,

aumenta la eficiencia y la productividad y disminuye los costes, respecto a su aplicación, la organización empresarial presenta un organigrama, así como también establece una división de trabajo, finalmente la organización empresarial también busca establecer jerarquía en los puestos de trabajo, todo ello, sostiene la posibilidad de internacionalización de la empresa.

2.2.2.7 La relación entre el potencial exportador y; la dirección y control empresarial.

La dirección y el control de una empresa, son elementos de la función administrativa que incluye acciones para activar y motivar a las personas para alcanzar los objetivos, no solo individuales, sino también grupales, departamentales y organizacionales, en ese sentido, la dirección comprende una serie de elementos como la toma de decisiones, la integración, la motivación, la comunicación y supervisión, todos ellos, complementarios para robustecer la empresa sea que se dedique a producir algún bien tangible o intangible a clientes nacionales o extranjeros. (Munch y Gárica, 2002, p.34).

Bajo este contexto, la dirección y el control regulan las actividades desarrolladas por las organizaciones para que coincidan

con sus expectativas establecidas en la etapa de planeación (Amaru, 2009), en ese sentido, ambos elementos son importantes para una empresa, además que cuente con una planeación adecuada, una estructura organizacional bien definida.

Con la dirección y el control, los gerentes o encargados no podrán verificar cual es la situación real de la empresa, si no existe un mecanismo que se cerciore o informe sobre consistencia ente los hechos y los objetivos, una empresa que tiene clara sus metas respecto a desarrollarse cómo una empresa exportadora, requiere direccionar su trabajo en torno a la demanda extranjera, de igual manera, los procesos de control se enfocan en direccionar el producto hacia el extranjero. (Amaru, 2009).

Es de vital importancia que los elementos que conforman la dirección y el control de la empresa, es decir, la comunicación, el liderazgo , la motivación y la supervisión sobre todo, estén alineados en la realidad del consumidor final, una empresa con adecuada transparencia en la comunicación, un adecuado liderazgo en la toma de decisiones y mejoras, generando también un ambiente motivador y sobre todo bajo un sistema de supervisión en todo el proceso productivo hasta concretar la exportación, ayudan eficazmente a sostener el potencial exportador en una empresa. (Amaru, 2009).

2.3 Definición de Conceptos

a) **Capacidad financiera**

Es la capacidad que se tiene una empresa para realizar inversiones o pagos (obligaciones financieras) en un determinado tiempo, tanto a corto, medio o largo plazo, con el fin de obtener los objetivos previamente trazados. (Kotler, 2001)

b) **Capacidad gerencial**

Son un conjunto de habilidades y conocimientos que el emprendedor debe adquirir o desarrollar para realizar las actividades correspondientes a la gerencia dentro de una organización, las cuales, comprenden, cumplir con el proceso administrativo y con tareas específicas la empresa. (Koontz, Weihrich y Cannice, 2012)

c) **Competencia técnica**

Son las capacidades que la empresa va adquiriendo durante el transcurso del tiempo, generando una diferenciación frente a otras empresas del mismo rubro. “ (Crosby, 1987)

d) **Dirección empresarial**

Se denomina al proceso que se pone en práctica para gestionar los recursos de la empresa, con el fin de alcanzar las metas y objetivos que se hayan planteado los directivos y gerentes. (Wilsoft, 2018)

e) Empresa

Unidad económica social, integrada por elementos humanos, materiales, y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios, para lo cual hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital). (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2008)

f) Exportación

La exportación se define como la venta de bienes o servicios producidos en un país para residentes de otro. (INEGI, 2011)

g) Fijación de precios

La fijación de precios es el proceso mediante el cual se determina la remuneración económica que recibirá una empresa por alguno de sus productos o servicios ofrecidos. La base inicial del precio de venta son los costos de producción y de distribución que conlleva cada uno de los productos. (Quiroz, 2011).

h) Gestión empresarial

La gestión empresarial es el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar recursos de una empresa, el eficiente manejo de las variables antes mencionadas logra resultados positivos para la organización. (Chiavenato, 2006)

i) Potencial exportador

Es un proceso, en el cual las empresas dedicadas a la exportación, analiza la demanda, oferta, valor agregado, institucionalidad y asociatividad de la unidad empresarial, este proceso es la destreza que tiene una empresa para desarrollar una cultura exportadora en todo el personal de la organización, así como, aceptar y mejorar las capacidades empresariales para enfrentar retos del mercado internacional”. MINCETUR (2018),

j) Organización empresarial

Dado que la organización de empresas es muy compleja y deben responder a muchas tareas distintas, para alcanzar las metas que se propongan es necesario establecer una estructura para sistematizar los trabajos y los recursos de la organización. Esto se consigue a través de grupos de tareas que responden a una jerarquización que facilita la coordinación entre departamentos y la vuelve lo más sencilla y eficaz posible. (Kotler, 2001)

k) Volumen de producción

Es una estrategia que garantiza una ventaja importante como forma de aglomeración frente al reto de competitividad y de aprovechar nuevas oportunidades en nichos de mercado que se abren y cierran en el contexto global. (Catellano, 2010)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

3.1.2. Hipótesis Especificas

a) Existe una relación significativa entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

b). Existe una relación significativa entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

c). Existe una relación significativa entre la dirección empresarial y control; y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

3.2 Variables

3.2.1. Identificación de la variable independiente

La variable independiente:

Gestión Empresarial

Definición Conceptual:

La gestión empresarial es el proceso de planificación, organización, el direccionamiento y el control de la empresa, el eficiente manejo de estos factores logra resultados positivos para la organización. (Chiavenato, 2006)

Definición Operacional:

La gestión empresarial es expuesta operacionalmente por el autor Jesús Sánchez Martorelli, el cual, contribuye con un instrumento de medición de la variable a través de tres dimensiones fundamentales, en primer lugar, la planificación, en segundo lugar, la organización empresarial, y finalmente la dirección y el control estratégico de la empresa (Sánchez, 2013, p.32).

Según Sánchez (2013) la dimensión planificación empresarial integra 3 indicadores, la dimensión organización

empresarial está conformada por 3 indicadores y finalmente, la dimensión dirección y control está formada por 4 indicadores, todos los indicadores son medidos con una escala de medición dicotómica.

3.2.1.1. Indicadores

Tabla 2

Indicadores de la Variable: Gestión Empresarial

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<i>Gestión Empresarial</i>	Planificación empresarial	Establecer visión	Dicotómica
		Programa de actividades	
		Establecen presupuestos	
	Organización empresarial	Presentan Organigrama	
		Establecen División de trabajo	
		Establecen jerarquía en los puestos de trabajo	
	Dirección y Control empresaria	Comunicación	
		Liderazgo	
		Motivación	
		Supervisión	

Nota de tabla: Los Indicadores de la variable gestión empresarial se desarrolla a través de 3 dimensiones y 10 indicadores.

3.2.1.2. Escala de Medición

Escala para la medición de la variable

Dicotómica

3.2.2. Identificación de la variable dependiente

La Variable Dependiente:

Potencial Exportador

Definición Conceptual:

Potencial exportador es la destreza que tiene una empresa para desarrollar una cultura exportadora en todo el personal de la organización, así como, aceptar y mejorar las capacidades empresariales para enfrentar retos del mercado internacional. (Silva, 2013)

Definición Operacional:

El potencial exportador es expuesto operacionalmente por Promperú en el año 2019, el cual, contribuye con un instrumento de medición de la variable a través de 04 dimensiones fundamentales, en primer lugar, la gestión administrativa, en segundo lugar, la gestión productiva y logística, en tercer lugar, la gestión de mercados internacionales y logística internacional, en cuarto lugar, capacidad financiera.

Según Promperú (2019), la dimensión gestión administrativa integra 5 indicadores, la dimensión gestión productiva y logística está conformada por 6 indicadores, la dimensión gestión de mercados internacionales y logística internacional está conformada por 5 indicadores, la última dimensión denominada, capacidad financiera tiene 5 indicadores.

3.2.2.1. Indicadores

Tabla °3

Indicadores de la Variable Potencial Exportador

variable dependiente	dimensión	Indicadores	escala de medición
Potencial Exportador	Gestión administrativa	Organización con los trabajadores	Dicotómica
		Misión y Visión	
		Organigrama	
		Planes estratégicos.	
		Objetivos concretos	
	Gestión productiva y logística	Conocimiento de la producción propia	
		Superficie de siembra	
		Evaluación de rendimiento por hectárea	
		Control de calidad	
		Personal capacitado en aplicación de higiene y manipulación de producto	
	Capacidad de aumentar la producción para exportar.		
Gestión de mercados internacionales y	Conocimiento sobre el mercado internacional		
	Estudio de mercado		
	Acceso y contactos para el mercado internacional		
	Conocimiento de Incoterms		

logística internacional	Reglamentos de exportación (certificaciones de exportaciones y certificados de calidad o inocuidad)
----------------------------	---

Capacidad financiera	Estados financieros de la empresa
	Acceso al financiamiento y crédito bancario
	Planificación de presupuesto para exportación
	Conocer los riesgos internacionales
	Costos de transporte, de producto y utilidad.

Nota de tabla: los indicadores de la variable potencial exportador se desarrollan a través de 4 dimensiones y 21 indicadores.

3.2.2.2. Escala de medición

Escala para la medición de la variable

Dicotómica

3.3 Tipo y Diseño de Investigación

La presente investigación es de tipo básico, debido a que busca confirmar teorías de las variables de la investigación, en ese sentido los autores, Zorrilla (1985) y Ander (2010), afirman que la investigación básica es un proceso por el cual se busca el progreso científico acrecentando el conocimiento teórico y busca profundizar al saber ó el conocimiento de la realidad.

El diseño de la investigación es no experimental y correlacional, en ese sentido, los autores, Hernández, Fernández y Baptista (2010), afirman que la investigación no experimental consiste en estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente para luego analizarlos, bajo este contexto, la presente investigación, no busca la alteración de las variables, sin embargo, si busca profundizar en su correlación entre ambas, la característica correlacional del diseño de la investigación no experimental, tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular.

Según la naturaleza de los datos:

Metodología cuantitativa: Es una investigación que se basa en el análisis objetivo e individual, esto la hace una investigación interpretativa, referida a lo particular.

Según la naturaleza de los objetivos:

Investigación correlacional: Es aquel tipo de estudio que persigue medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables con la prueba Chi cuadrado de Pearson

Según el enfoque:

Método correlacional: No se manipula una variable independiente experimental y se basa en la observación, no obstante, se emplea una correlación de Pearson.

3.4 Nivel de Investigación

La presente investigación es correlacional ya que se determina el nivel de desarrollo de ambas variables y se identificara la relación potencial entre las variables gestión empresarial y potencial exportador, en ese sentido, Carrasco (2016), afirman que, que el nivel de investigación correlacional, tiene el objetivo principal es determinar si existe una relación entre dos o más variables, pero no implica establecer una relación de causa y efecto.

3.5 Ámbito y Tiempo de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación se ha tenido en cuenta la realidad de la pandemia del “Coronavirus - COVID 2019” en ese sentido, con la información extraída de la Ocer Tacna y Dirección Regional de Producción, se ha confirmado 31 empresas (ver Anexo N° 3).

Ámbito de estudio:

La unidad de análisis son las empresas productoras y comercializadores de pisco en la región de Tacna

Unidad de informante:

La investigación se aplicó con una encuesta virtual a 31 empresas

Tiempo Social: Año 2021

3.6 Población y Muestra**3.6.1 Unidad de Estudio**

La unidad de estudio son empresas dedicadas a la producción y comercialización de pisco en la región de Tacna.

Las unidades de estudios son integradas con los siguientes criterios:

Formalidad: Todas las empresas son formales, por lo tanto, cuentan con licencias de funcionamiento, las cuales están integrados en la base de datos de la Ocer – Tacna, estas empresas cuentan con autorización de Digesa y certificado de origen de pisco.

Ubicación: Para conocer la realidad regional de Tacna respecto a la investigación, las empresas están ubicadas en la ciudad de Tacna.

El tiempo de experiencia: Toda la empresa tiene más de un año de experiencia en el mercado.

3.6.2 Población

La presente investigación busca analizar la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las 31 empresas comercializadoras de pisco, a través de su gerencia y equipo técnico de las mismas.

3.6.3 Muestra

Para fines metodológicos, no ha sido necesario extraer una muestra, en ese sentido, Arias (2006), indica una serie de recomendaciones con respecto a la delimitación de la población, en ese sentido, si la población, por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra. (Arias F.2006).

Por otra parte, Castro (2003), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69)

La población finita cumple estas características mencionadas, complementario a ello, es importante hacer hincapié, que la Ocer – Tacna sólo tiene registrado a nivel regional esa cantidad de empresas productoras de pisco las cuales tienen las características adecuadas para ser consideradas unidades de estudio, de esa manera se podrá profundizar en la gestión empresarial y, sobre todo, en el potencial exportador.

Por otra parte, existe antecedentes en el repositorio de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, que expone el uso de muestras menores a 50 unidades.

3.7. Procedimiento, Técnicas e Instrumentos

3.7.1. Procedimiento

En primer lugar, se desarrolla la encuesta (ver anexo N°1) en base al marco teórico, dicha encuesta es verificada por el equipo de docentes expertos, al obtener la aprobación, se procede a aplicar la encuesta virtual a las 31 empresas productoras de pisco, la encuesta se realizó de manera virtual a través de un enlace, dónde se realizó el seguimiento respectivo para la prontitud de sus respuestas.

Para poder determinar la relación entre las variables dicotómicas ha sido necesario elaborar una tabla de contingencia y determinar la frecuencia esperada, donde se comprueba el uso de la prueba chi cuadrado.

Luego se verifica que la información recogida esté completa para luego proceder a registrar todos los datos y tabularlos.

La información recogida es trasladada al programa estadístico SPSS, inmediatamente se procede a realizar la prueba estadística de chi cuadrado de pearson para contrastar la hipótesis.

En la presente investigación se ha complementado también en la sección de anexos, un breve cuestionario sobre cómo las empresas aplican la gestión empresarial y su respectivo potencial exportador, para complementar la relevancia y al conocimiento. (ver anexo N° 5)

Tabla N°4

Relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.		Potencial Exportador			Frecuencia esperada	Total
		Si tiene potencial exportador	No tiene potencial exportador	Frecuencia esperada		
Gestión empresarial	Si tiene una adecuada gestión empresarial	Frecuencia 13	10,3	7	9,7	20
	No tiene una adecuada gestión empresarial	Frecuencia 3	5,7	8	5,3	11
Total		Frecuencia 16	16	15	15	31

Nota: La tabla expone una tabla de contingencia para confirmar el uso de la prueba estadística chi cuadrado

Existen 0 casillas (0,0%) de frecuencias esperadas menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,32, confirmando el uso del Chi cuadrado.

Tabla °5*Valoración de las dimensiones e ítems*

Para la variable independiente : gestión empresarial			
Dimensión	Ítems	Si (1)	No (2)
Planificación empresarial	1,2,3	Si tiene una adecuada planificación empresarial	no tiene una adecuada planificación empresarial
Organización empresarial	4,5,6	Si tiene una adecuada organización empresarial	no tiene una adecuada organización empresarial
Dirección y control empresarial	7,8,9,10	Si tiene una adecuada dirección y control empresarial	no tiene una adecuada dirección y control empresarial
Para la variable dependiente : potencial exportador			
Dimensión	Ítem	Si (1)	No(2)
Gestión administrativa	1,2,3,4,5	Si tiene una adecuada gestión administrativa	No tiene una adecuada gestión administrativa
Gestión productiva y logística	6,7,8,9,10,11	Si tiene una adecuada gestión productiva y logística	No tiene una adecuada gestión productiva y logística
Gestión de mercados internacionales y logística internacional	12,13,14,15,16	Si tiene una adecuada gestión de mercados internacionales y logística internacional	No tiene una adecuada gestión de mercados internacionales y logística internacional

Capacidad Financiera	17,18,19,20, 21	Si tiene una capacidad financiera	No tiene una capacidad financiera
----------------------	-----------------	-----------------------------------	-----------------------------------

Nota de tabla: la siguiente tabla expone la valoración para las dimensiones de cada variable

Para interpretar los resultados de la variable independiente: gestión empresarial

La variable expone 10 preguntas con solo dos alternativas de respuesta (1: si tiene una adecuada gestión empresarial / 2: no tiene una adecuada gestión empresarial), las personas encuestadas que responden igual o mayor a 5 (mitad de 10 preguntas) preguntas de manera afirmativa (si tiene una adecuada gestión), demuestra que la empresa, “Si” tiene una adecuada gestión empresarial, por otra parte, si responde igual o mayor a 5 preguntas de manera negativa (No tiene una adecuada gestión), demuestra que la empresa, “No” tiene una adecuada gestión empresarial.

Para la interpretación de los resultados de la variable dependiente: potencial exportador.

La variable expone 21 preguntas con solo dos alternativas de respuesta (1: si tiene un adecuado potencial exportador / 2: no tiene un adecuado potencial exportador), las personas encuestadas que responden igual o mayor a 11 (media de 21) preguntas de manera afirmativa (si tiene un adecuada potencial), demuestra que la empresa, “Si” tiene un adecuado potencial exportador, por otra parte, si responde igual o mayor a 11 preguntas de manera negativa (No tiene un adecuado potencial), demuestra que la empresa, “No” tiene un adecuado potencial exportador.

3.7.2. Técnicas

Técnica de Recolección de los Datos

Se procede a recolectar los datos mediante la encuesta a las personas que pertenecen al equipo directivo y técnico de cada empresa regional de Tacna, dicha encuesta está dividida en dos partes, la primera enfocada en la gestión empresarial, cuya escala de medición es dicotómica y la segunda parte enfocada en potencial exportador cuya escala es dicotómica.

3.7.3. Instrumentos

Instrumentos para la recolección de Datos

Encuesta

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Descripción del trabajo de campo

Para la obtención de información de la investigación, se procedió a elaborar la encuesta de manera digital a través de una cuenta de drive, en dicha encuesta (ver Anexo N°1) se plasma las preguntas destinadas a las 31 empresas productoras de pisco de la ciudad de Tacna, inmediatamente se elabora una carta formal para las empresas, en la cual se describe el deseo de poder enviar la encuesta digital para el desarrollo de la investigación.

Al cabo de dos semanas se fueron desarrollando las encuestas que se les entregó a las empresas, inmediatamente de comenzó a digitalizar los resultados de la encuesta digital en el programa SPSS.

4.2 Diseño de la presentación de los resultados

Para el desarrollo de presentación de los resultados:

Primeramente, se plasma los cuadros de contingencias de la gestión empresarial y el potencial exportador, la cual se relaciona a la hipótesis general, de igual manera se realiza el cuadro de contingencia de la planificación empresarial versus el potencial exportador que corresponde para la primera hipótesis específica, luego se realizado el cuadro de contingencia de la organización empresarial versus el potencial exportador que corresponde a la segunda hipótesis específica, finalmente se realiza el cuadro de contingencia que corresponde a la dirección empresarial versus el potencial exportador que corresponde a tercera hipótesis específica.

Todo resultado es descrito numéricamente y porcentualmente; y es interpretado con su respectivo gráfico de barras.

Para el contraste y corroboración de la hipótesis general y las específicas, se plasmaron los cuadros de correlación de Person, para poder aceptar o rechazar la hipótesis nula.

Finalmente se expone los resultados finales a través de las conclusiones

4.3 Resultados

Resultados de la hipótesis general

Tabla N°6

Relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.			Potencial Exportador					
			Si tiene potencial exportador		No tiene potencial exportador		Total	
		Frecuencia		%		%		%
Gestión empresarial	Si tiene una adecuada gestión empresarial	13	41.9 %	7	22.6%	20	64.5 %	
	No tiene una adecuada gestión empresarial	3	9.7 %	8	25.8%	11	35.5%	
Total		16	51.6%	15	48.4%	31	100,0%	

Nota de Tabla: Se describe las frecuencias y los porcentajes de la tabla de contingencia sobre la relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 6 representa que del total de 31 empresas encuestadas:

Para la categoría “Si tiene una adecuada gestión empresarial y Si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 13 empresas que representa el 41.9 %

Para la categoría “Si tiene una adecuada gestión empresarial y No tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco se observa que, el recuento observado es de 7 empresa que representa el 22,6 %.

Para la categoría “No tiene una adecuada gestión empresarial y Si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 3 empresa y representa el 9.7%

Para la categoría “No tiene una adecuada gestión empresarial y No tiene potencial exportador en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 8 empresas y representa el 25.8 %.

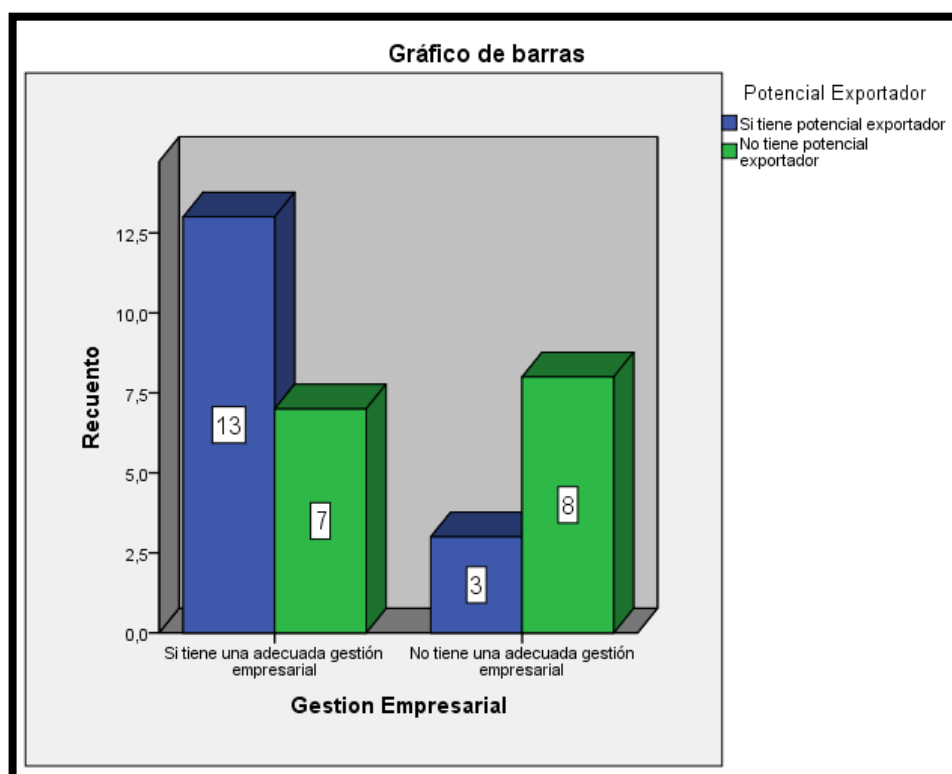
En relación a la frecuencia total se observa que los resultados más relevantes están en la categoría “si tiene una adecuada gestión empresarial y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, el cual conserva el mayor número de frecuencias (41.9 %) en esta parte se puede apreciar que mientras más empresas practiquen una adecuada gestión empresarial, más potencial exportador tendrá.

De igual modo, para la categoría “no tiene una adecuada gestión empresarial y no tiene potencial exportador”, conserva el segundo mayor número de frecuencias (25. 8 %), en esta parte se puede apreciar que

mientras menos las empresas practiquen una adecuada gestión empresarial, menos potencial exportador tienen.

Figura N°1

Relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco



Nota de Figura: Se describe las frecuencias de la tabla de contingencia sobre la relación entre la gestión empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Interpretación

En la Figura 1 se observa que los resultados más relevantes están en la categoría “si tiene una adecuada gestión empresarial y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, el cual conserva el mayor número de frecuencias de 13, representando el 41.9 %, en esta

parte se puede apreciar que mientras más empresas practiquen una adecuada gestión empresarial, más potencial exportador tendrá.

De igual modo, para la categoría “no tiene una adecuada gestión empresarial y no tiene potencial exportador”, conserva el segundo mayor número de frecuencias de 8 que representa el 25.8 %, en esta parte se puede apreciar que mientras menos las empresas practiquen una adecuada gestión empresarial, menos potencial exportador tienen.

Resultados para la primera hipótesis específica

Tabla 7

Relación entre la planificación empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Relación entre planificación empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.			Potencial Exportador			Total		
			Si tiene potencial exportador	%	No tiene potencial exportador			%
Planificación empresarial	Si tiene una adecuada planificación empresarial	Frecuencia	14	45,2 %	3	9,7 %	20	54,8%
	No tiene una adecuada planificación empresarial	Frecuencia	2	6,5%	12	38,7%	11	45,2 %
Total		Frecuencia	16	51.6%	15	48.4%	31	100,0%

Nota de Tabla: Se describe las frecuencias y los porcentajes de la tabla de contingencia sobre la relación entre la planificación empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 7 representa que del total de 31 empresas encuestadas:

Para la categoría “Si tiene una adecuada planificación empresarial” en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 14 empresas que representa el 45,2 %

Para la categoría “Si tiene una adecuada planificación empresarial y No tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco se observa que, el recuento observado es de 3 empresa que representa el 9,7 %.

Para la categoría “No tiene una adecuada planificación empresarial y Si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 2 empresa y representa el 6,5%

Para la categoría “No tiene una adecuada planificación empresarial y No tiene potencial exportador en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 12 empresas y representa el 38,7%

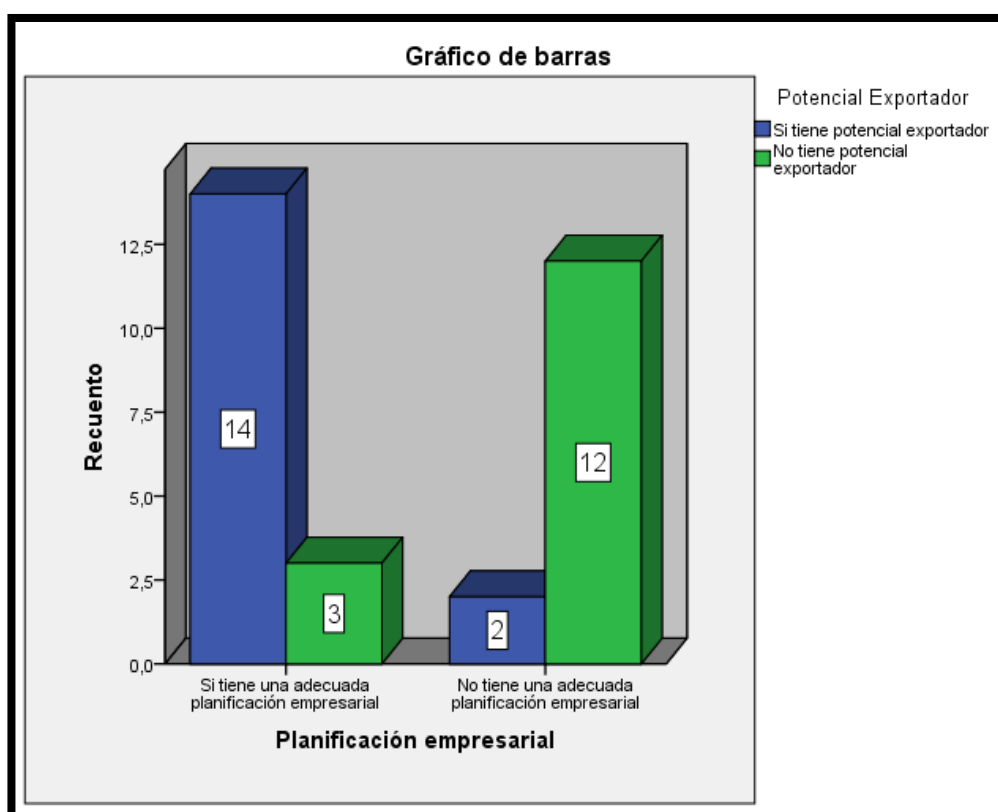
En relación a la frecuencia total se observa que los resultados más relevantes están en la categoría “si tiene una adecuada planificación empresarial y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, el cual conserva el mayor número de frecuencias (45,2 %) en esta parte se puede apreciar que mientras más empresas practiquen una adecuada planificación empresarial, más potencial exportador tendrá.

De igual modo, para la categoría “no tiene una adecuada planificación empresarial y no tiene potencial exportador”, conserva el

segundo mayor número de frecuencias (38,7 %), en esta parte se puede apreciar que mientras menos las empresas practiquen una adecuada planificación empresarial, menos potencial exportador tienen.

Figura 2

Relación entre la planificación empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco



Nota: Se describe las frecuencias de la tabla de contingencia sobre la relación entre la planificación empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Interpretación

En la Figura 2 se observa que los resultados más relevantes están en la categoría “si tiene una adecuada planificación empresarial y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, el cual

conserva el mayor número de frecuencias (45,2 %) en esta parte se puede apreciar que mientras más empresas practiquen una adecuada planificación empresarial, más potencial exportador tendrá.

De igual modo, para la categoría “no tiene una adecuada planificación empresarial y no tiene potencial exportador”, conserva el segundo mayor número de frecuencias (38,7 %), en esta parte se puede apreciar que mientras menos las empresas practiquen una adecuada planificación empresarial, menos potencial exportador tienen.

Resultados para la segunda hipótesis específica

Tabla 8

Relación entre la organización empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Relación entre organización empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.	Frecuencia	Potencial Exportador		Total	%	
		Si tiene potencial exportador	No tiene potencial exportador			
Si tiene una adecuada organización empresarial	13	41,9%	3	9,7 %	16	51,6 %
No tiene una adecuada organización empresarial	3	9,7%	12	38,7%	15	48,4%
Total	16	51,6%	15	48,4%	31	100,0%

Nota: Se describe las frecuencias y los porcentajes de la tabla de contingencia sobre la relación entre la organización empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 8 representa que del total de 31 empresas encuestadas:

Para la categoría “si tiene una adecuada organización empresarial y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 13 empresas que representa el 41,9%.

Para la categoría “Si tiene una adecuada organización empresarial y No tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco se observa que, el recuento observado es de 3 empresa que representa el 9,7 %.

Para la categoría “No tiene una adecuada organización empresarial y Si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 3 empresa y representa el 9,7%

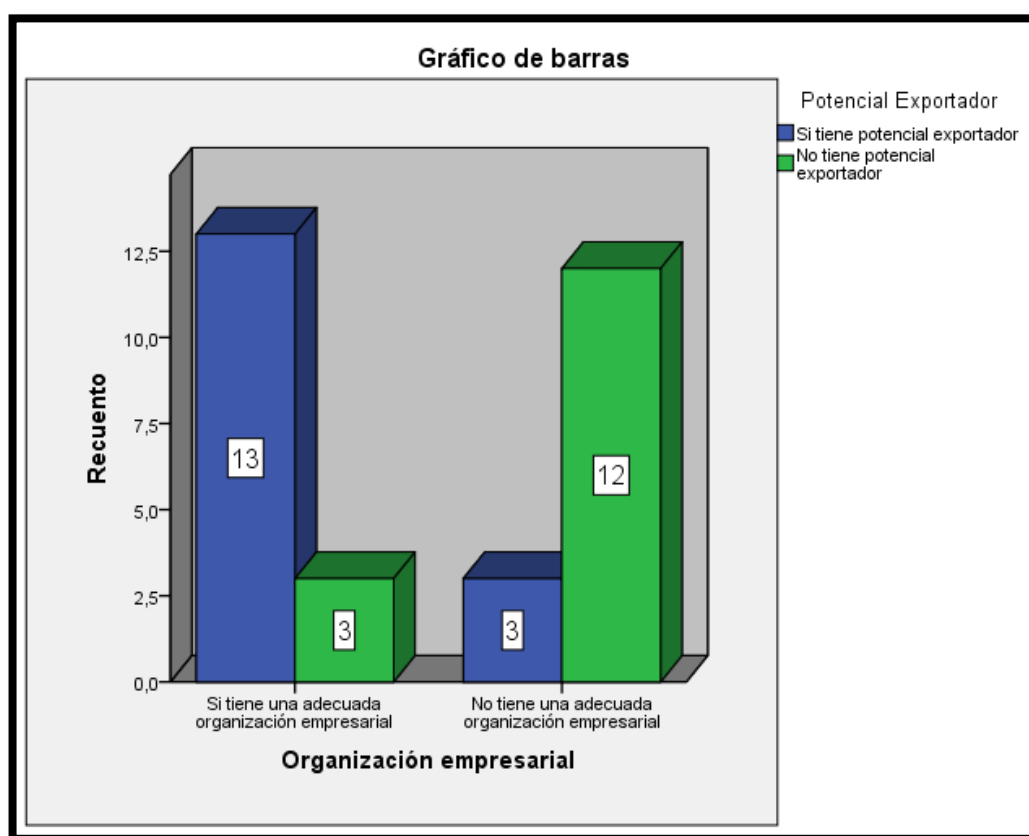
Para la categoría “No tiene una adecuada organización empresarial y No tiene potencial exportador en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 12 empresas y representa el 38,7%

En relación a la frecuencia total se observa que los resultados más relevantes están en la categoría, “si tiene una adecuada organización empresarial y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, el cual conserva el mayor número de frecuencias (41,9%). en esta parte se puede apreciar que mientras más empresas practiquen una adecuada organización empresarial, más potencial exportador tendrá.

De igual modo, para la categoría “no tiene una organización empresarial y no tiene potencial exportador”, conserva el segundo mayor número de frecuencias (38,7 %), en esta parte se puede apreciar que mientras menos las empresas practiquen una adecuada organización empresarial, menos potencial exportador tienen.

Figura 3

Relación entre la organización empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.



Nota: Se describe las frecuencias de la tabla de contingencia sobre la relación entre la organización empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Interpretación

En la Figura 3 se observa que los resultados más relevantes están en la categoría, “si tiene una adecuada organización empresarial y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, el cual conserva el mayor número de frecuencias (41,9%). en esta parte se puede apreciar que mientras más empresas practiquen una adecuada organización empresarial, más potencial exportador tendrá.

De igual modo, para la categoría “no tiene una organización empresarial y no tiene potencial exportador”, conserva el segundo mayor número de frecuencias (38,7 %), en esta parte se puede apreciar que mientras menos las empresas practiquen una adecuada organización empresarial, menos potencial exportador tienen.

Resultados para la tercera hipótesis específica

Tabla 9

Relación entre la dirección y el control; y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco

Relación entre la dirección y el control; y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.		Potencial Exportador						
		Si tiene potencial exportador	%	No tiene potencial exportador	%	Total	%	
Dirección y control empresarial	Si tiene una adecuada dirección y control empresarial	Frecuencia	13	41,9%	16	19,4%	19	61,3%
	No tiene una adecuada dirección y control empresarial	Frecuencia	3	9,7%	9	29,0%	12	38,7%
Total		Frecuencia	16	51,6%	15	48,4%	31	100,0%

Nota de Tabla: Se describe las frecuencias y los porcentajes de la tabla de contingencia sobre la relación entre la dirección y el control empresarial; y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Interpretación:

Los resultados de la Tabla 9 representa que del total de 31 empresas encuestadas:

Para la categoría “si tiene una adecuada dirección y control empresarial; y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 13 empresas que representa el 41,9%.

Para la categoría “si tiene una adecuada dirección y control empresarial; y No tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco se observa que, el recuento observado es de 16 empresa que representa el 19,4%

Para la categoría “No tiene una adecuada dirección y control empresarial; y Si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 3 empresa y representa el 9,7%

Para la categoría “No tiene una adecuada dirección y control empresarial y No tiene potencial exportador en las empresas comercializadoras de pisco, se observa que, el recuento observado es de 9 empresas y representa el 29,0%.

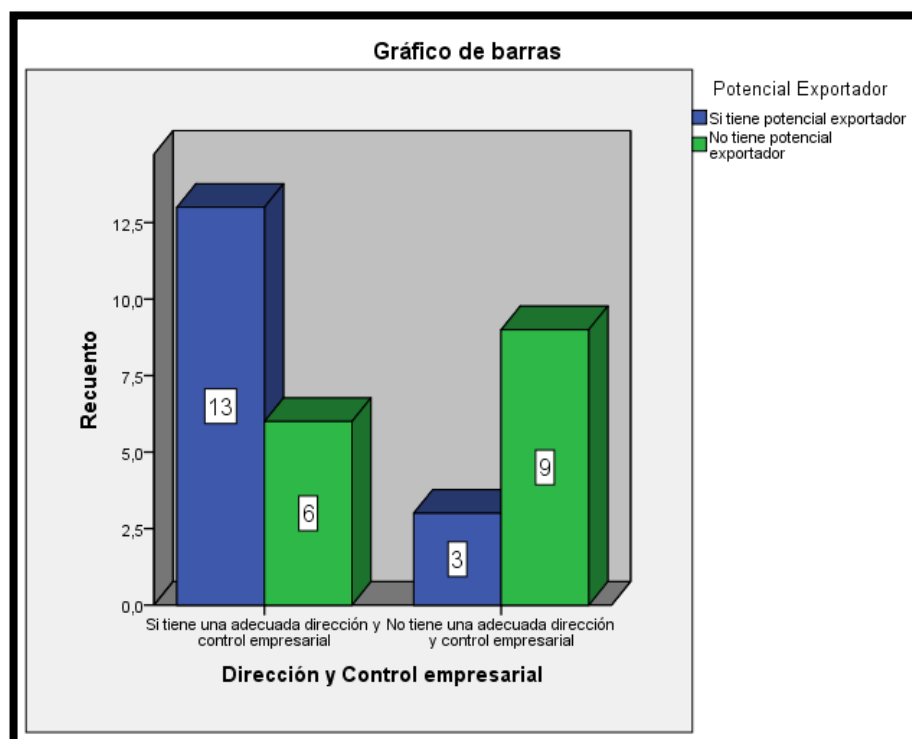
En relación a la frecuencia total se observa que los resultados más relevantes están en la categoría, “si tiene una adecuada dirección y control empresarial; y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, el cual conserva el mayor número de frecuencias (41,9%). en esta parte se puede apreciar que mientras más

empresas practiquen una adecuada dirección y control empresarial, más potencial exportador tendrá.

De igual modo, para la categoría “no tiene una adecuada dirección y control empresarial y no tiene potencial exportador en las empresas comercializadoras de pisco, conserva el segundo mayor número de frecuencias (29.0 %), en esta parte se puede apreciar que mientras menos las empresas practiquen una adecuada dirección y control empresarial, menos potencial exportador tienen.

Figura 4

Relación entre la dirección y control y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.



Nota: Se describe las frecuencias de la tabla de contingencia sobre la relación entre la dirección y control empresarial y su relación con el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco.

Interpretación

En la Figura 4 se observa que los resultados más relevantes están en la categoría, “si tiene una adecuada dirección y control empresarial; y si tiene potencial exportador” en las empresas comercializadoras de pisco, el cual conserva el mayor número de frecuencias (41,9%). en esta parte se puede apreciar que mientras más empresas practiquen una adecuada dirección y control empresarial, más potencial exportador tendrá.

De igual modo, para la categoría “no tiene una adecuada dirección y control empresarial y no tiene potencial exportador en las empresas comercializadoras de pisco, conserva el segundo mayor número de frecuencias (29.0 %), en esta parte se puede apreciar que mientras menos las empresas practiquen una adecuada dirección y control empresarial, menos potencial exportador tienen.

4.4 Prueba Estadística

Prueba Estadística para la Hipótesis General

Tabla 10

Prueba Estadística para la Hipótesis General

Prueba Estadística para la Hipótesis General	Valor	Grado de Libertad	Significancia de asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4.045	1	0.04
N de casos válidos	31		

Tabla: Debido a que las variables son cualitativas nominales, se utiliza la prueba Chi cuadrado de Pearson

Interpretación

En los resultados de la Tabla 10, se aprecia el Chi- cuadrado de Pearson con un 4.045, con un grado de libertad equivalente a 1 y un sig. asintótica (bilateral) equivalente a 0.04

Prueba estadística para la primera hipótesis específica

Tabla N° 11

Prueba Estadística para la primera hipótesis específica

Prueba Estadística para la primera hipótesis específica	Valor	Grado de Libertad	Significancia de asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14.23	1	0.000
N de casos válidos	31		

Nota de Tabla: Debido a que las variables son cualitativas nominales, se utiliza la prueba Chi cuadrado de Pearson

Interpretación

En los resultados de la Tabla N° 11, se aprecia el Chi- cuadrado de Pearson con un 14. 23 con un grado de libertad equivalente a 1 y un sig. asintótica (bilateral) equivalente a 0.00.

Prueba estadística para la segunda hipótesis específica

Tabla 12

Prueba Estadística para la Segunda Hipótesis Específica

Prueba Estadística para la Segunda Hipótesis Específica	Valor	Grado de Libertad	Significancia de asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,63	1	0.001
N de casos válidos	250		

Nota de Tabla: Debido a que las variables son cualitativas nominales, se utiliza la prueba Chi cuadrado de Pearson.

Interpretación

En los resultados de la Tabla 12, se aprecia el Chi- cuadrado de Pearson con un 11.63, con un grado de libertad equivalente a 1 y un sig. asintótica (bilateral) equivalente a 0.001

Prueba Estadística para la tercera hipótesis específica

Tabla 13

Prueba Estadística para la Tercera Hipótesis Específica

Prueba Estadística para la Tercera Hipótesis Específica	Valor	Grado de Libertad	de Significancia asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.052	1	0,018
N de casos válidos	31		

Nota: Debido a que las variables son cualitativas nominales, se utiliza la prueba Chi cuadrado de Pearson.

Interpretación:

En los resultados de la Tabla 13, se aprecia el Chi- cuadrado de Pearson con un 5,052 con un grado de libertad equivalente a 1 y un sig. asintótica (bilateral) equivalente a 0.018

4.5 Comprobación de Hipótesis

Planteamiento de Hipótesis General:

Ho: No existe una relación significativa entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

Ha: Existe una relación significativa entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

a) Nivel de Error:

$$\alpha=5\% =0.05$$

b) Prueba estadística

Chi cuadrado

c) Regla de decisión

Si Sig es ≤ 0.05 , entonces se Acepta Ha y se Rechaza Ho

d) Toma decisión y conclusión

El valor del chi- cuadrado calculado es de 4. 045 y el valor de p = 0.04, lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$, lo que implica aceptar Ha, es decir corroborar que existe una relación significativa entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021, con un nivel de confianza del 95 %, por lo tanto, se precede a aceptar la hipótesis general de la investigación planteada.

Se puede concluir que la variable independiente denominada gestión empresarial tiene una relación con la variable dependiente denominada potencial exportador.

Planteamiento de la Primera Hipótesis Específica:

Ho: No existe una relación significativa entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

Ha: Existe una relación significativa entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

a) Nivel de Error:

$$\alpha=5\% =0.05$$

b) Prueba estadística

Chi cuadrado

c) Regla de decisión

Si Sig es ≤ 0.05 , entonces se Acepta Ha y se Rechazar Ho

d) Toma decisión y conclusión

El valor del chi- cuadrado calculado es de 14.23, y el valor de $p = 0.00$, lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$, lo que implica aceptar Ha, es decir corroborar que existe una relación significativa entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021, con un nivel de confianza del 95 %, por lo tanto se precede a aceptar la hipótesis específica de la investigación planteada.

Se puede concluir que la variable potencial exportador, tiene una relación con la dimensión denominada planificación empresarial.

Planteamiento de segunda hipótesis específica:

Ho: No existe una relación significativa entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

Ha: Existe una relación significativa entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

a) Nivel de Error:

$$\alpha=5\% =0.05$$

b) Prueba estadística

Chi cuadrado

c) Regla de decisión

Si Sig es ≤ 0.05 , entonces se Acepta Ha y se Rechazar Ho

d) Toma decisión y conclusión

El valor del chi- cuadrado calculado es de 11.63 y el valor de $p = 0.001$, lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$, lo que implica aceptar Ha, es decir corroborar que existe una relación significativa entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021, con un nivel de confianza del 95 %, por lo tanto se precede a aceptar la hipótesis específica de la investigación planteada.

Se puede concluir que la variable potencial exportador tiene una relación con la dimensión denominada, organización empresarial.

Planteamiento de tercera hipótesis específica:

Ho: No existe una relación significativa entre la dirección y control empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

Ha: Existe una relación significativa entre la dirección y control empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

a) Nivel de Error:

$$\alpha=5\% =0.05$$

b) Prueba estadística

Chi cuadrado

c) Regla de decisión

Si Sig es ≤ 0.05 , entonces se Acepta Ha y se Rechazar Ho

d) Toma decisión y conclusión

El valor del chi- cuadrado calculado es de 5.052 y el valor de $p = 0.018$, lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$, lo que implica aceptar Ha, es decir corroborar que existe una relación significativa entre la dirección y control empresarial, y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021, con un nivel de confianza del 95 %, por

lo tanto se precede a aceptar la hipótesis específica de la investigación planteada.

Se puede concluir que la variable potencial exportador tiene una relación con la dimensión denominada, dirección y control empresarial.

Discusión de resultados.

De los resultados obtenidos en la presente investigación, en cuanto a la hipótesis general, se determinó la relación entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021. Esta hipótesis ha sido demostrada, obteniéndose un valor de $p = 0,04$ después de haberse aplicado los métodos estadísticos correspondientes, tomando los datos que se recopilaban del cuestionario aplicado a las empresas comercializadoras de pisco de la región de Tacna. Estos resultados son confirmados también desde una óptica basada en el marco teórico, en ese sentido, el Estado Peruano a través de Promperú fomenta el fortalecimiento de la gestión empresarial a nivel nacional de las empresas, con el fin, de que éstas, sean hacia el futuro, empresas exportadoras y competitivas en el extranjero, por ello Promperú (2015), hace referencia que, para evaluar el potencial exportador, se necesita analizar las características y potencialidades de la empresa, todo ello, radica en su adecuada gestión, para ello, es relevante conocer la planificación de la empresa, su metodología para crear una adecuada organización empresarial y finalmente la dirección y el control que la empresa aplica. Esta óptica también es confirmada por Víctor Mondragón (2017), el cual menciona que, la exportación requiere de una gestión empresarial óptima, en ese sentido, las micro y pequeñas

empresas (MYPES) del Perú necesitan un enfoque centrado en las exportaciones.

En relación a la primera hipótesis específica, las pruebas estadísticas confirman que, si existe una relación significativa entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021. En ese sentido, desde la óptica teórica, Paredes (2018) confirma que, la planificación empresarial robustece el potencial exportador de una empresa, debido a que ayuda a seleccionar el producto de la empresa para exportar, así como el país seleccionado como mercado objetivo. Por otro lado, según Sánchez (2013), la planificación empresarial, al buscar objetivos realistas y alcanzables tanto en el corto como en el largo plazo, requiere analizar cuál es la situación de la empresa e identificar las necesidades que tiene en la actualidad y aquellas que surgirán en el futuro, este análisis de la trayectoria de la empresa es de mucha utilidad para proyectar la empresa hacia un mercado internacional, por lo tanto, la planificación empresarial es un paso para robustecer el potencial exportador de una empresa.

En relación a la segunda hipótesis específica, las pruebas estadísticas confirman que, si existe una relación significativa entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021. En ese sentido, desde la óptica teórica, Sánchez (2013) confirma que, la organización de la empresa, son elementos que ayudan a que la empresa se transforme y adapte a los cambios en los mercados internacionales a medida que la empresa exportadora aumente su actividad hacia el exterior. Bajo esta propuesta, la organización empresarial, según Sánchez (2013) asegura el buen funcionamiento de la empresa, ya que ayuda a alcanzar los objetivos fijados en la empresa, mejora el uso de los medios de los que se

dispone y la comunicación entre los distintos empleados, aumenta la eficiencia y la productividad y disminuyendo los costes, todo ello, sostiene la posibilidad de internacionalización de la empresa.

En relación a la tercera hipótesis específica, las pruebas estadísticas confirman que, si existe una relación significativa entre la dirección y control empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021. En ese sentido, desde la óptica teórica, Amaru (2009) confirma que, es de vital importancia que los elementos que conforman la dirección y el control de la empresa, es decir, la comunicación, el liderazgo, la motivación y la supervisión sobre todo, estén alineados en la realidad del consumidor final, una empresa con adecuada transparencia en la comunicación, un adecuado liderazgo en la toma de decisiones y mejoras; y sobre todo bajo un sistema de supervisión en todo el proceso productivo hasta concretar la exportación, ayudan eficazmente a sostener el potencial exportador en una empresa.

CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo general, a través de las pruebas estadísticas correspondientes, se logró determinar la relación entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.
2. En relación al primer objetivo específico, a través de las pruebas estadísticas correspondientes, se logró determinar la relación entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna, en el año 2021.
3. En relación al segundo objetivo específico, a través de las pruebas estadísticas correspondientes, se logró determinar la relación entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.
4. En relación al tercer objetivo específico, a través de las pruebas estadísticas correspondientes, se logró determinar la relación entre la dirección empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.

RECOMENDACIONES

1. Dados los resultados obtenidos, se sugiere que las empresas dedicadas a la producción de pisco en Tacna, puedan fortalecer su propia gestión empresarial para tener como meta, convertirse en empresas exportadores con un potencial exportador sostenible en el tiempo, contribuyendo a su vez, a que el pisco producido en Tacna sea altamente competitivo a nivel nacional e internacionalmente.
2. En relación a los resultados, se sugiere a las empresas productoras de pisco a través de sus propietarios o gerentes puedan fortalecer la planificación que aplican en sus empresas para generar un potencial exportador de las mismas, contribuyendo a su vez a que las empresas sean concretas en una visión institucional clara, así como en su aplicación de programas de actividades basado en presupuestos reales.
3. En relación a los resultados, se sugiere a las empresas productoras de pisco a través de sus propietarios o gerentes puedan fortalecer la organización que aplican en sus empresas para generar un potencial exportador de las mismas, contribuyendo a su vez a que las empresas sean concretas en su organigrama, en la división del trabajo y con una jerarquía funcional para la empresa.
4. En relación a los resultados, se sugiere a las empresas productoras de pisco a través de sus propietarios o gerentes puedan fortalecer la dirección y control que aplican en sus empresas para generar un potencial exportador de las mismas, contribuyendo a su vez a que las empresas apliquen una adecuada comunicación y liderazgo, así como en la generación de motivación y supervisión constante en todo el proceso productivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADEX. (31 de Enero de 2020). Panorama del Pisco. *centro de investigacion estadistica* . Obtenido de <https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2020/01/EL-PANORAMA-DEL-PISCO-PERUANO-1.pdf>
- Alegre, Berne, & Galve. (2008). Fundamentos economicos de la empresa : perspectivas funcinales. Barcelona: Ariel Economia .
- Alfaro, B., & Lelis, J. (2012). Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970 - 2010. *Revista de la Maestría de la Facultad de Ciencias Económicas*, 2-4. Obtenido de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/154>
- ANDINA. (2017). *AGENCIA ANDINA*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-que-beneficios-genera-expansion-del-turismo-el-peru-767881.aspx>
- APORTUR. (16 de 08 de 2017). *Noticias de Aportur*. Obtenido de <http://apoturperu.org/noticias/>
- Ballou, H. (2004). Administracion de la cadena de suministros . Miami: AISEC Editorial.
- Barón, R. R. (2010). Emprendimiento y Cultura para la perdurabilidad empresarial . *Centro de Estudios Empresariales* , 34.
- Barrionuevo, M. L., Iborra, M. F., & Michelena, G. (2016). *24 Oportunidades: Un Análisis del Potencial Exportador de las Provincias de Argentina*.
- BCR. (2018). *Estadísticas de Tacna*. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/informacion-regional/arequipa/tacna.html>

- Benavides, C. (Mayo de 2012). CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD. *Servicio de publicaciones de la universidad de Malaga* , 269 - 271. Obtenido de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/5049/Tesis%20Doctoral%20de%20Carlos%20Guillermo%20Benavides%20Chic%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Bescos, Pierre, Dobler, Philippe, & Mendoza. (1997). Control de la gestion y la administracion . *Montchrestien* , 133.
- Bitner. (1990). Evaluating Service Encounters. *Journal of Marketing*.
- BOGOTA, C. D. (2008). *BIBLIOTECA BOGOTA*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11520/3138>
- Busenitez, Gomez, & Spencer. (2000). Country Institutional profiles : Interlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of managment journal* .
- Caldas, Reyes, & Heras. (2009). Empresa e iniciativa emprendedora . Madrid: Editex .
- Cano, M. (2010). *Estrategias y Plan de Internacionalizacion* . Creative Commons. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/componente67017%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/componente67017%20(2).pdf)
- Castilla, A. (2005). La gestion empresarial en el siglo XXI. Buenos Aires : FISEC .
- Catellano, J. G. (2010). La asociatividad como fenómeno evolutivo, análisis de casos colombianos. *EAN* , 100-111.
- Cely Acevedo, J. M., Miranda Velera, R. d., & Toscano Mejia, J. J. (2019). *La Gestión Empresarial, Un Enfoque del Siglo XX desde las Teorías Administrativas Científica y Funcional*. Medellín.

- CEPAL. (2010). *Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social* .
Obtenido de Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social
- Chang, L., & Sun, K. (2007). Exploring the correspondence between total quality.
Total Quality Excellence, 807-822.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*.
Ciudad de Mexico: Elsevier Editora.
- Chiavenato, I. (2011). *El capital humano de las organizaciones* . Mexico : McGraw
- Hill.
- Comfandi, V. (2014). *Buenas practicas en responsabilidad empresarial* . Sistema de
Gestion de responsabilidad social .
- Cooperacion Union Europea - Perú. (2008). *La organizacion, Produccion y
Comercializacion* . 341.
- Crespo, M. (2005). *Administracion y organizaciones. Su desarrollo evolutivo y las
propuestas para el nuevo siglo*, 67-97.
- Cronin, & Taylor. (1992). Measuring service quality : A re examination and
extension. *journal of marketing*, 56 , 55- 68.
- Daft, R. (2005). *Administracion social. Thomson paraninfo - Mexico* , 56.
- Dominguez, & Fernandez. (2010). *La empresa y su entorno*. Madrid: Editex.
- Edwards, D. (1991). *Quality, Productivity and Competitive Position*. Los Angeles.
- EL PERUANO . (2017). *DIARIO EL PERUANO* . Obtenido de Sobre la Ley 30641 LEY
QUE FOMENTA LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS Y EL TURISMO:
[https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-fomenta-la-
exportacion-de-servicios-y-el-turismo-ley-n-30641-1555415-1/](https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-fomenta-la-exportacion-de-servicios-y-el-turismo-ley-n-30641-1555415-1/)

- Estallo, G. (2007). *Concepto de la empresa , Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid : ESIC.
- Fadda, G. (Mayo de 2013). *El Nuevo mundo de las Exportaciones : Los Servicios*. *PROGRAMA DE CÁTEDRAS DE LA OMC | FLACSO, XVIII*, 11-12. Obtenido de https://flacso.org.ar/wp-content/uploads/2014/10/El-nuevo-mundo-de-las-exportaciones-FLA_OMC_17.pdf
- Fernandez, B., & Castro, D. (2003). *Gestion Empresarial Cientifica*. Coruña Netbilio.
- Fernandez, M. (2005). *Introduccion a la gestion empresarial . Valencia : Universidad politecnico Valencia .*
- Garrido, I. (2017). *El Modelo Mintzberg, una organizacion estructurada en la empresa*. *Mg Hill*, 35.
- Garza, J., Zavala, M., & Lopez, L. (2016). *Competencias del emprendedor y su impacto en el desempeño organizacional*. *Gestion Social*, 33 -56.
- GESTIÓN. (21 de Noviembre de 2019). *Mincetur: Exportación de servicios en Perú crecerá por lo menos 10% en el 2018*. *ECONOMÍA*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/mincetur-exportacion-servicios-peru-crecera-10-2018-153154-noticia/>
- Gomes de Castro. (2002). *Cadena productiva: marco conceptual*. *SCIELO*.
- Gonzales, I. (2017). *PromPerú*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=17006F14-0094-4CAC-8821-34A77772F7CB.PDF>
- Guatemala, H. S. (2015). *Guía para la formación por competencias para redes empresariales*.

- Guevara Flores, A. (2015). *Procesamiento de Aceituna*. Tesis Pre grado, Universidad Nacional Agraria La Molina, Facultad de Industrias Alimentarias, Lima. Obtenido de <http://www.lamolina.edu.pe/postgrado/pmdas/cursos/dpactl/lecturas/Separata%20procesamiento%20de%20la%20aceituna.pdf>
- Gustafsson, A. (Octubre de 2005). The Effects of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, and Triggers on Customer Retention. Obtenido de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/GustafssonJohnsonRoosJM.pdf>
- Gutierrez, G. (2003). El Pisco, Apuntes para la defensa internacional de la denominacion de origen peruano. *Fondo editorial del congreso del Peru*.
- Hidalgo, L. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Centro de investigacion de la Universidad catolica de santiago de Guayaquil*, 56.
- Hill, C. (2007). *Negocios Internacionales - Competencia en el Mercado Global*. Universidad de Washington. Obtenido de https://www.academia.edu/37014305/Negocios_internacionales_Charles_Hill_8va_ed
- Indecopi. (2015). Guia practica de la denominacion de origen del pisco. *Denominacion de origen del Peru*.
- INEGI. (2011). *Sistema de Cuentas Nacionales de Mexico* . Mexico Informa . Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pibact/2013/metodologias/METODOLOGIA_CBYSB2013.pdf
- INEGI. (Julio de 2015). México ¿cómo vamos? II, 8. Obtenido de https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184

- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2008). *Definición de empresa*. Recuperado el 11 de 2020, de Definición de empresa: <https://definicion.de/empresa/>
- Junco, S., & Velandia, A. (Diciembre de 2018). Inteligencia de negocios en el comportamiento de la exportación de servicios profesionales colombianos. *Pensamiento y Acción*, 19-30. Obtenido de https://revistas.uptc.edu.co/index.php/pensamiento_accion/article/view/8757
- Kotey, B. (2005). Goal management practices and performance of family. *SMEs*, 3-24.
- Kotler, & Armstrong. (1998). *Fundamentos de mercadotecnia*. Mexico : Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Garcia, J., & Flores, J. (2011). *Marketing Turístico*. Person . Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- Krumwiede, & Charles. (2006). Finding the right mix. *Estrategic Finance*, 37 .
- La Asociación de Exportadores - ADEX. (2019). *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/adex-exportacion-de-pisco-crecio-21-entre-enero-y-agosto-de-este-ano-noticia/>
- Lamine, K., & Lakhal, L. (2018). Impact of Sigma practices on companys performance . *Internacional Journal of Quality*, 35.
- Lopez, A., Niembro, A., & Ramos, D. (Setiembre de 2014). La competitividad de América Latina en el comercio de servicios basados en el conocimiento. *Revista de la CEPAL*, 23-41. doi:10.18356/3730c21c-es

- Martinez, P. (2002). Administracion, ciencia, tecnica y tecnologia. *Contaduria y Administracion*, 27 -35.
- Mattos, C. S. (2009). Tipos de exportacion dentro del proceso de internacionalización. *Actualidad Empresarial*.
- Mendez, C. (Julio de 2019). Estrategias de marketing de servicios hoteleros para el segmento de turistas extranjeros de habla inglesa de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*, 3-6. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/12600>
- Meng, Tepanon, & Uysal. (2008). Turistas del Desarrollo Económico de Colombia .
- Michael Porter. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*.
- Millan, L., Aviño, M., & Astor, N. (2001). Economia y organizacion de empresas constructoras. Valencia : Universidad Politecnico de Valencia.
- MINAGRI. (26 de 11 de 2019). *MINAGRI*. Recuperado el 11 de 2020, de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/471867/Plan_Nacional_de_Cultivos_2019_2020b.pdf
- Mincetur . (2007). Informe Final sobre la Ficha tecnica de la denominacion de origen del Pisco. *INFORME DE EJECUCION DEL PLAN OPERATIVO 2006 – 2007*.
- MINCETUR. (08 de Junio de 2015). *RESOLUCIÓN MINISTERIALNº 150-2015-PCM*. Obtenido de <https://elperuano.pe/normaselperuano/2015/06/09/1248181-2.html>

Mincetur. (2020). *La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo - PROMPERU*. Obtenido de Infotrade: <http://infotrade.promperu.gob.pe/>

Minervini, N. (2015). *Ingeniería de la Exportación*. Madrid: FC Editorial.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). Plan Estratégico Nacional Exportador - PENX 2025. Lima, Lima, Perú.

Ministerio de la Producción . (2019). Produccion y Distribucion de Pisco en el Peru. *Produce*.

Montero, S., Farfan, O., & Samaniego, M. (2017). Estudio de la competitividad del sector de servicios Turísticos en Guayaquil, período 2015-2016. 6-9. doi: <https://doi.org/10.31876/re.v1i7.36>

MTPE. (2005). *Plan de Negocio* . Obtenido de <https://zenempresarial.files.wordpress.com/2009/12/manual-de-plan-de-negocios.pdf>

OCER. (2015). Plan regional del Exportador de Tacna 2015 al 2025. *Mincetur*.

Oliveros, D., & Martinez, G. (2017). Efecto de las TIC sobre la gestión de las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco de Bucaramanga Santander, Colombia. *Revista EAN*, 83. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20654574002/html/index.html>

OMC. (2020). Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/gatt_s/gatt_s.htm

OMC. (2020). *Finalidad y Conceptos del Comercio de Servicios* . Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/cbt_course_s/c1s3p1_s.htm

- Ortiz, A. (2011). Analisis financiero de la empresa o estructura financiera. Madrid : Cengage.
- Oviedo, G. (Mayo de 2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la Teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales* , 3-4. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2004000200010
- Padilla, R. (2008). Contabilidad administrativa . *Mc Graw Hill Interamericana*, 4.
- Paez, G. (06 de 06 de 2020). *Economipedia.com*.
- Paredes, D. (2018). Plan de exportador para empresas. *Prom Peru*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=3367A38B-75FA-419A-B7F7-1D01AFA8A0FB.PDF>
- Peiró, J., & Martinez, V. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. 30.
- Philip Kotler. (2001). Dirección de Mercadotecnia. *ESAN*. Obtenido de <https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>
- Porter, M. (1990). *La ventaja Competitiva de las naciones*. Argentina: CECSA.
- Porter, M. (Enero de 2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. (R. R0801E, Ed.) *Harvard Bussiness Review*. Obtenido de https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas_-_michael_porter-libre.pdf
- Promperú. (2008). *SIICEX*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/5pdf2014Sep22.pdf>
- PromPerú. (2012). ¿Como elaborar un plan de Negocio Exportador? *Programa Planex*.

- Promperú. (2012). Plan de Exportacion propuesto por Promperú. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=3367A38B-75FA-419A-B7F7-1D01AFA8A0FB.PDF>
- Quecan, Q. (2014). Gestion del talento humano, como promotor del desarrollo organizacional. Nueva Granada : Bachelors Thesis.
- Quiroz, E. M. (2011). La importancia de la inteligencia comercial en los agronegocios. *Conexión ESAN*.
- Restrepo, M. (2002). Las teorías administrativas y su aplicación en el Xerox de Colombia. *Revista Innovar* , 100-103.
- Rivas, T. (2007). Mapa de las teorías de la organización : una orientación para la empresa. *Gaceta Ideas Concyteg*, 35-67.
- Rosales, R. (1997). La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes. En R. Rosales, *La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes*.
- Saez, V., Garcia, J., & Palao. (2016). Teoría General del Entorno Empresarial. Obtenido de <http://dit.upm.es/~fsaez/intl/capitulos/2%20Teor%EDa%20general%20del%20entorno.pdf>
- Sanchez, J. (2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html#:~:text=La%20ventaja%20comparativa%20es%20la,relativamente%20menos%20recursos%20que%20otro.&text=En%20otras%20palabras%2C%20los%20pa%C3%ADses,respecto%20al%20resto%20del%20mundo>.
- Silva, R. d. (2002). Teoría de la burocracia y teoría de la administración. *Thomson*, 158 - 186.

- Tellez, V., & Alcantara, N. (2009). Formas organizacionales, perfiles gerenciales y satisfaccion laboral. *Un estudio descriptivo de Pymes en Leon Guanajuato*, 45-67.
- Valencia, R. (2002). Administracion de pequeños y medianas empresas. Mexico : Thomson.
- Veiga, C. (2013). Control de gestion empresarial. *Esic Estudios*, 51.
- Wilsoft. (12 de Enero de 2018). *La competitividad empresarial*. Obtenido de <http://www.wilsoft-la.com/la-competitividad-empresarial/>
- Zuñiga, V. (2000). De las virtudes laborales a las competencias clave - Montevideo. *Boletin tecnico Interamericano de Montevideo*, 67.

APÉNDICE N °01: MATRIZ DE CONSISTENCIA.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES E DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Interrogante Principal</p> <p>¿Cuál es la relación entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación significativa entre la gestión empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Variable Independiente (X) <i>Gestión Empresarial</i></p> <p>Variable Dependiente(Y) <i>Potencial Exportador</i></p>	<p>Tipo de Investigación -Básico</p> <p>Diseño de la Investigación -No Experimental Correlacional.</p> <p>Ámbito de Estudio Empresas productoras de pisco</p> <p>Población y Muestra 31 empresas</p> <p>Técnicas de Recolección de datos Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p>
<p>Interrogantes Específicos</p> <p>a). ¿Cuál es la relación entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna?</p> <p>b) ¿Cuál es la relación entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna?</p> <p>c) ¿Cuál es la relación entre la dirección y control empresarial; y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna?</p>	<p>Objetivo Específicos</p> <p>a) Determinar la relación entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna, en el año 2021.</p> <p>b). Determinar la relación entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.</p> <p>c). Determinar la relación entre la dirección y control empresarial; y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>a). Existe una relación significativa entre la planificación empresarial y el potencial exportador las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.</p> <p>b). Existe una relación significativa entre la organización empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.</p> <p>c). Existe una relación significativa entre la dirección y control; empresarial y el potencial exportador de las empresas comercializadoras de pisco de la región Tacna en el año 2021.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>X1. Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación empresarial - Organización empresarial - Dirección y Control empresarial <p>Y1. Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión administrativa -Gestión productiva y logística -Gestión de mercados internacionales y logística internacional -Capacidad financiera 	

APÉNDICE N° 02: INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Cuestionario para las empresas productoras de pisco de Tacna

ENCUESTA								
<p>ESTIMADO ENCUESTADO:</p> <p>El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada: “LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON EL POTENCIAL EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE PISCO DE LA REGIÓN TACNA. 2021”.</p> <p>Se aplicará este instrumento dirigido a las empresas productoras de pisco de Tacna</p>								
INSTRUCCIONES								
<p>Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, pero deberá elegir SOLO UNA.</p> <p>Para la gestión empresarial</p> <p>Cada opción tiene un número, encierre el número correspondiente a la opción elegida, de la siguiente forma:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="padding: 5px;">SI</td> <td style="padding: 5px;">NO</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">1</td> <td style="padding: 5px;">②</td> </tr> </table> <p>Para Potencial exportador</p> <p>Cada opción tiene un número, encierre el número correspondiente a la opción elegida, de la siguiente forma:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="padding: 5px;">SI</td> <td style="padding: 5px;">NO</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">1</td> <td style="padding: 5px;">②</td> </tr> </table> <p>La información es de carácter confidencial y reservado; ya que los resultados serán manejados solo para la investigación.</p> <p style="text-align: right;">MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</p>	SI	NO	1	②	SI	NO	1	②
SI	NO							
1	②							
SI	NO							
1	②							

VARIABLE INDEPENDIENTE

	Gestión Empresarial	SI	No
	Planificación empresarial		
1	¿En la empresa se establece una visión institucional clara hacia donde se desea concretar ?	1	2
2	¿En la empresa se establece un programa de actividades coherentes y concretos?	1	2
3	¿En la empresa se establecen presupuestos claros, ordenados y útiles?	1	2
	Organización empresarial		
4	¿En la empresa se presenta un organigrama claro?	1	2
5	¿En la empresa se establece una clara división de trabajo?	1	2
6	¿En la empresa se establece jerarquía en los puestos de trabajo?	1	2
	Dirección y Control empresaria		
7	¿En la empresa existe una adecuada comunicación en todos los niveles jerárquicos?	1	2
8	¿En la empresa existe un adecuado liderazgo?	1	2
9	¿En la empresa existen momentos de motivación?	1	2
10	¿En la empresa existe un proceso de supervisión constante en todos los procesos?	1	2

VARIABLE DEPENDIENTE

.	Potencial Exportador	SI	No
Nº	Gestión administrativa		
1	¿La empresa tiene la capacidad organizar a todo su equipo de trabajo para cumplir las metas?	1	2
2	¿La empresa tiene una misión y visión institucional?	1	2
3	¿La empresa tiene un organigrama?	1	2
4	¿La empresa trabaja con planificaciones estratégicas mensuales o anuales?	1	2
5	¿La empresa trabaja con objetivos factibles?	1	2
	Gestión productiva y logística		
6	¿La empresa tiene contabilizada su producción?	1	2
7	¿La empresa tiene conocimiento de su superficie de siembra?	1	2
8	¿La empresa realiza una evaluación de rendimiento por hectárea?		
9	¿La empresa tiene un control de calidad?	1	2
10	¿La empresa tiene un programa de capacitación para el personal respecto a higiene y manipulación de producto?	1	2
11	¿La empresa tiene la capacidad de aumentar la producción?	1	2
	Gestión de mercados internacionales y logística internacional		
12	¿La empresa tiene conocimiento sobre el mercado hacia dónde exportará?	1	2
13	¿La empresa ha realizado un estudio de mercado?		
14	¿La empresa tiene accesibilidad y contactos para concretar una venta en el extranjero?	1	2
15	¿La empresa tiene en consideración los Incoterms para exportar?	1	2
16	¿La empresa tiene certificados de exportación y de calidad (inocuidad)?	1	2
	Capacidad Financiera		
17	¿La empresa tiene en conocimiento sus estados financieros?	1	2
18	¿La empresa tiene acceso al financiamiento y crédito bancario?	1	2

19	¿La empresa tiene una planificación de presupuesto para poder exportar?	1	2
20	¿La empresa conoce los riesgos internacionales	1	2
21	¿La empresa conoce los costos de transporte, de producto y la utilidad?	1	2

Elaboración Propia

APÉNDICE N° 03: EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PISCO EN LA REGIÓN DE TACNA.

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CONTACTO
1	Agroindustrias Cuneo S.R.L.T.D.A.	Av. A.B. Leguía Nro. 1580 Tacna - Tacna - Tacna	agrocuneo@gmail.com; 25lsilvia@gmail.com
2	Agroindustrias Santa Elena E.I.R.L.	Av. Zela N°1168 distrito pocollay	rodrigofloresgiron@gmail.com
3	Bodega Tacna S.A.C	Cal. Tacna Nro. 1130	cerroblanco2@yahoo.es; marujitavargasdesosa@gmail.com
4	Agroindustrias Yugo S.AC.	Av. Los Ángeles kilómetro 09 anexo piedra blanca	enologo_1@hotmail.com; gerencia@bodegaspirt.com
5	Vitivinícola Vino don Miguel E.I.R.L.	Pago Sobraya s/n - Pocollay	m.ayca@sobraya.pe; ventas@sobraya.pe
6	Agropecuaria E Industrias Fafio S.A.	Carretera Costanera Nro. S/N Sector Magollo	administracion@fincamaravilla.com.pe; fchoquecotac@gmail.com; maryori_s17@hotmail.com
7	Yanina del Carmen Sumarán Suárez E.I.R.L.	AV. HERMANOS REYNOSO S/N NRO. (Pocollay)	sumaransuarez@gmail.com
8	Viña de Mis Viejos Sociedad Anonima Cerrada - Viñamiv	Mza. a Lote. 07 Pago Capanique (Av el Roble Final de Basadre y Forero)	Viñamiv@gmail.com
9	Marquez Cariñoso	Calle Cajamarca N°1010	m.isabeltorres.b@gmail.com; torresberriosm@gmail.com; elmarquescarinoso.tacna@gmail.com
10	Bodega de Vinos y Pisco El Alamo	Av. Celestino Vargas, Tacna 23000	elalamo@gmail.com
11	Finca maravilla SAC	Panamericana Sur, Sector Magollo S/N, altura del lateral 15, Tacna	fmaravilla@gmail.com
12	BodegaPiscosyVinoSpirit	Av. Los Angeles, Tacna 23000	piscovinospirit@gmail.com
13	Vinos Y Piscos Ayca	Calle Gral. Vizquerra 105, Tacna 23001	aycapiscos@gmail.com
14	San Isidro Labrador S.A.C.	Av. Vigil 519	aranam1@hotmail.com
15	Vinos y Piscos Castillos	Av. Los Angeles 98	castillospivi@hotmail.com

16	Bodega Arturito de Calana	Av. Francisco De Zela 1168	arturocalana@gmail.com
17	Bodega Doña Vilma	Av. Patricio Melendez 286	927 035 604
18	Bodega Viñas de Marie del Valle	Av. Capanique UC-36	marievalle@gmail.com
19	Bodega y Viñedo el Charro	Carretera Costanera Nro. S/N Sector Magollo	bodegacharro@gmail.com
20	Viñedo Santa Rita	Av. Celestino Vargas 578	santarita@gmail.com
21	Viñedo Mirave	Av. Celestino Vargas 791	miravetacna@gmail.com
22	Fundo Vallecito	Noreste del Santuario del Señor de Locumbra.	vallecitolocumba@gmail.com
23	Vitivinícola Agroindustria Ortiz EIRL	Calle, L Flores Martorell, Tacna 23003	ortizvinoypisco@gmail.com
24	Vinos y Piscos Franco	Av. Capanique UC-15	917 133 813
25	Bodega el Borgoñal	Avenida Celestino Vargas 1820.	952 995 540
26	Bodega Capanique	Av. Celestino Vargas 1129	capaniquepiscoyvino@gmail.com
27	Bodega el Señor de las Bebidas	Avenida Jorge Basadre Grohmann 560.	+51999886359
28	Vino y Pisco Montoya	Gustavo Pinto s/n Alto de la Alianza.	montoya@hotmail.com
29	Bodega Quinta Tito	Av. capanique uc-16	956 267 191
30	Bodega Casita de Coco	Pasaje Talledo N° 45 - Pocollay	ahlucia_13@hotmail.com
31	Bodega el Valle	Pachia s/n	delvalle@gmail.com

APÉNDICE N° 04: INFORME DE OPINION DE EXPERTOS SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

PRIMER JUEZ EXPERTO

Tacna, 16 de enero de 2023

Señor(a)

GEENADY ROMERO TINEO

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo(a) cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedores de su trayectoria académica y profesional, molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis para optar el grado de Magister en Administración y Dirección de Empresas, por la Escuela de Post Grado de la Universidad Privada de Tacna.

El instrumento tiene como objetivo medir la variable Gestión Empresarial y Potencial Exportador con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicitamos marcar con una X el grado de evaluación a los indicadores para los ítems del instrumento, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable, considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.


Agradecemos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,



Jean Carlo Magallanes Ramos

DNI: 45232990

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02	


INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Geenady Romero Tineo
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Profesión: Economista
- 1.4. Institución donde labora: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- 1.5. Cargo que desempeña: Director de la Dirección de Facilitación de Comercio Exterior
- 1.6 Denominación del Instrumento: Encuesta
- 1.7. Autor del instrumento: Jean Carlo Magallanes Ramos
- 1.8 Programa de postgrado: Maestría en Administración y Dirección de Empresas

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					x
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					x
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					x
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					x
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					x
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					x
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 30

3.2. Opinión: FAVORABLE x DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: _____

Tacna, 16 de enero del 2023



Geenady Romero Tineo

DNI: 20285724

SEGUNDO JUEZ EXPERTO

Tacna, 17 de enero de 2023

Señor(a)

MAYRON WILBERT PONCE DE LEÓN SIERRA

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo(a) cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedores de su trayectoria académica y profesional, molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis para optar el grado de Magister en Administración y Dirección de Empresas, por la Escuela de Post Grado de la Universidad Privada de Tacna.

El instrumento tiene como objetivo medir la variable Gestión empresarial y potencial exportador con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicitamos marcar con una X el grado de evaluación a los indicadores para los ítems del instrumento, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable, considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.


Agradecemos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,



Jean Carlo Magallanes Ramos

DNI: 45232990

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015


INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Mayron Wilbert Ponce de León Sierra
 1.2. **Grado Académico:** Magíster en Dirección de Empresas
 1.3. **Profesión:** Administrador de negocios internacionales
 1.4. **Institución donde labora:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, Universidad Privada del norte y Consultora Marketing Perú
 1.5. **Cargo que desempeña:** Analista de datos, Docente Universitario a tiempo completo y Gerente Comercial
 1.6. **Denominación del Instrumento:** Encuesta
 1.7. **Autor del instrumento:** Jean Carlo Magallanes Ramos
 1.8. **Programa de postgrado:** Maestría en Administración y Dirección de Empresas

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					x
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					x
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					x
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					x
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					x
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					x
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 30

3.2. Opinión: FAVORABLE x DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: Ninguna

Tacna, 17 de enero del 2023



MAYRÓN W. PONCE DE LEÓN SIERRA
DR. (a). MBA. LIC. EN ADM. DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES.
CORLAD LIMA N° 031129

Mayron Wilbert Ponce de León Sierra

TERCER JUEZ EXPERTO

Tacna, 18 de enero de 2023

Señor(a)

CAROL PAMELA FLORES BERNAL

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo(a) cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedores de su trayectoria académica y profesional, molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis para optar el grado de Magister en Administración y Dirección de Empresas, por la Escuela de Post Grado de la Universidad Privada de Tacna.

El instrumento tiene como objetivo medir la variable Gestión Empresarial y Potencial Exportador; con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicitamos marcar con una X el grado de evaluación a los indicadores para los ítems del instrumento, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable, considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.


Agradecemos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,



Jean Carlo Magallanes Ramos

DNI: 45232990

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): FLORES BERNAL CAROL PAMELA
- 1.2. Grado Académico: MAGISTER EN ADMINISTRACION ESTRATÉGICA DE EMPRESAS
- 1.3. Profesión: ECONOMISTA
- 1.4. Institución donde labora: MINCETUR
- 1.5. Cargo que desempeña: DIRECTORA ENCARGADA DE ZONAS ECONÓMICAS ESPECIALES
- 1.6 Denominación del Instrumento: Encuesta
- 1.7. Autor del instrumento: Jean Carlo Magallanes Ramos
- 1.8 Programa de postgrado: Maestría en Administración y Dirección de Empresas

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					x
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					x
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					x
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					x
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					x
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					x
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				

APÉNDICE N° 05: INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA.

Cuestionario Complementario

Para complementar la investigación y fortalecer la relevancia de la misma, se ha elaborado esta encuesta complementaria.

Marce con una X

¿Cuál de las siguientes dimensiones, su empresa le da más importancia?

Planificación empresarial	Organización empresarial	Dirección y Control

Para desarrollar

¿Describa cómo gestiona su empresa?

Marce con una X

¿Cuál de las siguientes dimensiones, su empresa le da más importancia?

Gestión administrativa	Gestión productiva y logística	Gestión de mercados internacionales y logística internacional	Capacidad Financiera

Para desarrollar

¿Describa cómo maneja el potencial exportador de su empresa?

Respuestas de la encuesta complementaria:

Las respuestas son visualizadas de las 31 empresas en la siguiente tabla.

Pregunta	¿Cuál de las siguientes dimensiones, su empresa le da más importancia?
Planificación empresarial	15 empresas
Organización empresarial	10 empresas
Dirección y Control	6 empresas

Respecto a la pregunta a desarrollar: Describa cómo gestiona su empresa

Las respuestas de las empresas se agrupan de la siguiente manera: 15 de ellas, dan cobertura a la planificación empresarial, dando importancia a la programación de actividades, debido que a través de ella se organizan a corto, mediano y largo plazo, esta programación es útil según ellas para establecer el presupuesto para toda la cadena productiva, pago de personal, costos de exportación y pago de servicios complementarios

Se ha hallado que también, 10 empresas, dan cobertura a la organización empresarial, dando importancia a la proyección y aplicación de su propio organizando, esto facilita una clara división del trabajo y la correcta participación de la jerarquía en sus empresas, en ese sentido, las empresas acentúan en qué estos elementos con personal capacitado ayudan fuertemente en los procesos productivos, y más aún, cuando se busca trabajar para consumidores extranjeros a través de una exportación

Se ha hallado que también, en menor medida, 6 empresas, dan cobertura a la dirección y el control empresarial dando importancia a la proyección y aplicación, todas ellas confirman que la supervisión y la motivación dentro del proceso productivo son de mucha necesidad, de manera notoria la supervisión en el producto final que es llevado al consumidor nacional o extranjero, de ser una exportación.

Las respuestas son visualizadas de las 31 empresas en la siguiente tabla

Pregunta	¿Cuál de las siguientes dimensiones, su empresa le da más importancia?
Gestión administrativa	10 empresas
Gestión productiva y logística	7 empresas
Gestión de mercados internacionales y logística internacional	9 empresas

Capacidad Financiera	5 empresas
----------------------	------------

Respecto a la pregunta: ¿Describa cómo maneja su potencial exportador en su empresa?

Las respuestas de las empresas se agrupan de la siguiente manera: 11 de ellas, dan cobertura a la gestión administrativa, dando importancia al organigrama de la empresa y la planificación estratégica periódica, las empresas indican que estos elementos fortalecen y facilitan los procesos productivos de una manera ordenada dentro de la empresa, los cuales, ayudan en toda la gestión relacionada a la exportación de las mismas.

Se ha hallado que también, 7 empresas, dan cobertura a la gestión productiva y logística, dando importancia al conocimiento de la superficie de siembra, así como la evaluación de rendimiento por hectárea, estos elementos, afirman las empresas que favorecen a proyectar la cantidad de producto que pueden ofrecer, en otras palabras, les favorece para conocer su propia oferta exportable.

Se ha hallado que también, 9 empresas, dan cobertura a la gestión de mercados internacionales y logística internacional, dando importancia a la aplicación de un estudio de mercado, así como la empresa tiene accesibilidad y contactos para concretar una venta en el extranjero, para las empresas, estos tres elementos favorecen fuertemente el potencial exportador.

Se ha hallado que también, en menor medida, 5 empresas, dan cobertura a la capacidad financiera, dando importancia a la planificación de presupuesto para poder exportar y el conocimiento sobre los costos de transporte, de producto y la utilidad obtenida, estos elementos para las empresas son medios para fortalecer el potencial exportador.