



Universidad Nacional
Federico Villarreal

Vicerrectorado de
INVESTIGACION

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POS GRADO

**“PRODUCTIVIDAD PARA LA MEJORA CONTINUA Y
COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO
GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA, ANÁLISIS Y PROPUESTA
ACTUAL”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

ESPINOZA ACOSTA DAVID CÉSAR

ASESOR:

DR. GUARDIA HUAMANÍ EFRAÍN JAIME

JURADO:

DR. HERNANDEZ CELIS DOMINGO

DR. AMBROSIO REYES JORGE LUIS

DR. NOVOA URIBE CARLOS ALBERTO

LIMA –PERU

2018

DEDICATORIA:

A Jehová; a mis adorables padres, mi esposa, hijos, hermanos y mi suegra;

Por el apoyo permanente:

En mi desarrollo personal y profesional.

AGRADECIMIENTO:

Mi especial agradecimiento para los distinguidos miembros del Jurado:

DR. JORGE LUIS AMBROSIO REYES

DR. DOMINGO HERNANDEZ CELIS

DR . CARLOS ALBERTO NOVOA URIBE

Por su criterio objetivo en la evaluación de este trabajo de investigación.

Asimismo; mi agradecimiento para mi asesor:

DR. EFRAÍN JAIME GUARDIA HUAMANÍ

Por las sugerencias recibidas para el mejoramiento de este trabajo.

A mis padres por sus enseñanzas y perseverancia:

Don **DAVID ESPINOZA HUAMAN** y doña **OLGA ACOSTA BARBOSA**

A mi esposa por su apoyo incondicional e hijos:

Doña **CRISTINA OCHOA MEJIA, DIEGO, KAREN Y RICARDO**

Muchas gracias para todos.

INDICE

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCION	8
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.1.1. ANTECEDENTES NACIONALES.....	10
1.1.2. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	12
1.2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACION.....	19
1.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	19
1.2.2. ESTRUCTURACIÓN DEL PROBLEMA.....	25
1.3. OBJETIVOS.....	26
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	26
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	26
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.....	27
1.4.1. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	27
1.4.2. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
1.5. ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	27
1.5.1. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN	27
1.5.2. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
1.6. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
1.6.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL.....	28
1.6.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL.....	29
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	30
2.1 TEORÍAS UNIVERSALES VINCULADAS CON EL ESTUDIO	30
2.1.1. TEORÍA DE LA ECONOMÍA.....	30
2.1.2. TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN.....	30
2.1.3. TEORÍA GENERAL DE LAS FINANZAS.....	32
2.1.4. TEORÍA GENERAL DEL MARKETING.....	34
2.2 BASES TEÓRICAS ESPECIALIZADAS SOBRE EL TEMA.....	35
2.2.1. PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL.....	35
2.2.2. MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.....	40
2.2.3. EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA.....	47
2.3 MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.3.1. CONCEPTOS DE PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL.....	51
2.4 HIPÓTESIS.....	68
2.4.1. HIPÓTESIS PRINCIPAL.....	68
2.4.2. HIPÓTESIS SECUNDARIAS.....	68
CAPÍTULO III: MÉTODO	69
3.1 TIPO DE INDAGACIÓN.....	69
3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	69
3.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	69
3.4. DISEÑO DE LA INDAGACIÓN.....	70
3.5 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS	70
3.6. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	71
3.7 POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	73

3.8 MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	73
3.9 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	73
3.9.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	73
3.9.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	73
3.10 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS.....	74
3.11. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	74
CAPITULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	75
4.1 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS	75
4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....	77
CAPITULO V: DISCUSIÓN.....	97
5.1. DEBATE DE LOS RESULTADOS.....	97
5.2. CONCLUSIONES.....	98
5.3 RECOMENDACIONES.....	99
5.4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	101
ANEXOS:.....	103
ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA	104
ANEXO N° 2: INSTRUMENTO: ENCUESTA	105

RESUMEN

Al conocer la falta de mejora continua y de competitividad en las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, nos propusimos efectuar el estudio que titule **“PRODUCTIVIDAD PARA LA MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA, ANÁLISIS Y PROPUESTA ACTUAL”**.

La cuestión la consigné interrogación orientada a determinar ¿Cómo influye la productividad en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana? Para enmendar las falencias propuse como hipótesis que: La productividad influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.

La productividad se concreta en el mejor aprovechamiento de los recursos empresariales, es decir en la obtención de más productos por cada producto o insumo utilizado. Dicha productividad se orienta a lograr una mejora permanente en los recursos, actividades, productos, servicios, en todo; y también busca que las empresas puedan imponerse a las demás por calidad en sus bienes y servicios.

La consecuencia que debe realizarse es que el 86% de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la productividad empresarial está dada por, el buen manejo de los medios que emplea la empresa para alcanzar sus objetivos, respecto a la cantidad de mercancías elaboradas por las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.

Palabras clave: Productividad empresarial; mejora continua empresarial; competitividad empresarial y empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

ABSTRACT

When knowing the lack of continuous improvement and competitiveness in the companies dedicated to the manufacture of fabrics in Gamarra, La Victoria district, we proposed to carry out the study that entitled "**PRODUCTIVITY FOR THE CONTINUOUS IMPROVEMENT AND COMETITIVITY OF THE TEXTILE COMPANIES OF EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITAN, ANALYSIS AND CURRENT PROPOSAL**".

The issue consigné interrogation aimed at determining How does productivity influence the continuous improvement and competitiveness of textile companies Emporio Gamarra Metropolitan Lima? To correct the shortcomings, I proposed as a hypothesis that: Productivity has a statistically significant influence on the continuous improvement and competitiveness of companies dedicated to the manufacture of fabrics in Gamarra, La Victoria district.

Productivity is concrete in the best use of business resources, that is, in obtaining more products for each product or input used. This productivity is oriented to achieve a permanent improvement in resources, activities, products, services, in everything; and also seeks that companies can be imposed on others for quality in their goods and services.

The consequence that must be highlighted is that 86% of those questioned agreed with the fact that, the business productivity is given by, the good management of the means used by the company to achieve its objectives, with respect to the quantity of merchandise elaborated by the companies. companies dedicated to the manufacture of fabrics in Gamarra, La Victoria district.

Keywords: Business productivity; business continuous improvement; business competitiveness and textile companies of the Emporium Gamarra of Metropolitan Lima.

INTRODUCCIÓN

En el sector de Gamarra, distrito de la Victoria se concentra la industria textil y de moda del país. Lo que conduce a que en ese ámbito funcionen instituciones dedicadas al diseño y elaboración de vestuarios y de telas, con alta demanda por confeccionistas nacionales e internacionales.

Atendiendo a la gran reputación de este centro comercial, se podría presumir que su funcionamiento no tiene inconvenientes pero, la realidad es otra existen problemas referidos a la falta de mejora continua y competitividad los cuales se abordan en el estudio denominado:

“PRODUCTIVIDAD PARA LA MEJORA CONTINUA Y COMETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA, ANÁLISIS Y PROPUESTA ACTUAL”, presentado formalmente

en cinco capítulos, estructurados a partir del problema, el contexto teórico en el que se fundamenta las soluciones, el modelo dentro del cual se efectuó el estudio y los resultados conseguidos y, en un acápite independiente los soportes del estudio.

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Delimitación espacial:

Esta investigación se desplegó en las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria

Delimitación temporal:

Este análisis se ha extendido desde el 2016 hasta ahora.

Delimitación social:

Las personas que se involucraron en este estudio fueron: los propietarios, socios, accionistas, directivos, funcionarios y trabajadores de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.

Delimitación teórica:

Este estudio se sustentará en los conocimientos acerca de:

Productividad, mejora continua y competitividad institucional.

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1. ANTECEDENTES NACIONALES

Los antecedentes son los siguientes:

El objetivo de Alva y Juárez (2014) para realizar su investigación fue el de determinar el vínculo que existe entre: gusto que el empleado tiene por su labor y por el entorno que le rodea; con respecto a la producción y recursos invertidos, en una de las principales empresas dedicadas a la cría y comercialización de aves Chimú Agropecuaria S.A.

Las variables de estudio fueron, la satisfacción laboral que es el resultado de factores tanto internos como externos y la productividad que se traduce en la eficiencia relacionada con el buen desempeño de los colaboradores. Entre los resultados más relevantes se considera que existe un nivel medio de satisfacción de los colaboradores y un nivel de productividad traducida en el desempeño laboral que es regular. Se identificó que los colaboradores de la empresa laboran los días feriados siendo compensado con un día de descanso la cual genera una desmotivación ya que el colaborador prefiere que se le pague. Asimismo corresponde a gerencia, analizar y evaluar continuamente. Se recomienda efectuar mediciones de satisfacción laboral periódicamente para mantener información actualizada de la misma y se propone la comunicación asertiva como estrategia para mejorar la satisfacción de los colaboradores.

Es estudio permitió establecer que el nexo que existe entre as variables es evidente, por cuanto existe un nivel medio de satisfacción laboral, lo cual influye en un nivel medio de productividad; con lo cual queda demostrada la hipótesis. La empresa no otorga incentivos ni capacitación; así como también la empresa no proporciona los recursos necesarios para lograr una mayor productividad.

Existe un nivel medio de satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Chimú Agropecuaria S.A quienes consideran que no son reconocidos por su desempeño, que el relacionamiento con sus jefes no es el más adecuado; la empresa solo los capacita de manera limitada para realizar su trabajo y existe insatisfacción respecto a sus remuneraciones en relación a las responsabilidades encomendadas.

Existe un nivel medio de productividad, por cuanto no existe una clara orientación a los resultados, el nivel de oportunidad en la entrega de recursos no es la más adecuada, y el entrenamiento del personal es insuficiente.

Las estrategias para mejorar la satisfacción laboral, comprenden incentivos económicos y no económicos, talleres de integración para mejorar el relacionamiento entre los jefes y colaboradores, capacitación para potencializar las habilidades de los colaboradores, comunicación interna de 360. (pp. Pássim).

En la indagación de Gómez (2015) se abordó el entusiasmo de los empleados en la ejecución de sus funciones y con el ambiente, en las instituciones bancarias en la capital del país, concretamente en la zona mercantil, evaluándose con fundamento en el gusto con que desempeñan sus funciones los funcionarios, atendiendo al área en la que han sido asignados y su promedio de vida, calificación que demostró que son discrepantes:

En cuanto a las funciones que deben cumplir el gusto varía entre los que están directamente relacionados con la administración y los ejecutivos, siendo más evidente cuando se trata de medirlos atendiendo al sexo de las personas que los ocupan. Reportando el mayor agrado los empleados administrativos y luego va descendiendo hasta llegar al empleado de menor nivel.

El rendimiento en el trabajo puede ser medido des tres maneras: desde la ampliación o reducción de los productos en relación con la actividad requerida para elaborarlo; por la ampliación o reducción de los elementos que concurren en su elaboración, tales como: la labor empleada, los recursos, etc.

Agrega también que “productividad marginal, también conocida como "producto marginal" del insumo, es "el producto adicional que se fabrica con una unidad adicional de ese insumo mientras que los otros insumos permanecen constantes". La Ley de los rendimientos decrecientes tiene un rol fundamental en la productividad al factor, pues indica que la productividad marginal de cada factor disminuye a medida que más unidades de éste se agregan al proceso de producción (dejando el resto de los factores productivos en una cantidad constante). De ésta manera un exceso de la cantidad óptima de un factor productivo puede resultar incluso en un decrecimiento de la productividad total”. (pp. Pássim).

1.1.2. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Vásquez (2016) en su Tesis: Propuesta para incrementar la productividad en empresas del área metropolitana en función del clima organizacional. Indica que:

México posee una gran variedad de recursos naturales, potencial de energía eólica, energía hidroeléctrica, geotérmica, minera, petroquímica, etc. Sin embargo, México sigue siendo un país poco productivo. México tiene el nivel más bajo de productividad laboral entre 34 países de la OCDE. Los mexicanos trabajan en promedio 2250 horas al año, muy por encima del promedio de la organización, de solo 1748 horas; es decir que trabajamos 502 horas más.

La baja productividad está ligada a cuestiones de índole sistémica, como la educación, cuyos programas no han estado enfocados a las necesidades que requiere el país y la formación académica es escasa en los niveles superiores. Además de que existe una gran desinformación en la demanda de fuerza de trabajo que es necesaria en las empresas. Aunado a esto, las políticas públicas siguen enfocándose en rubros que no contribuyen al bienestar social, lo que ocasiona el aumento de la economía informal, e impacta a la productividad.

Existiendo condiciones que de manera macroeconómica no son tan fáciles de cambiar en el corto plazo, la presente investigación tiene como objetivo coadyuvar al mejoramiento de la productividad dentro de las empresas en función del clima organizacional. Es decir, que a pesar de que nuestra baja productividad nacional tiene que ver con cuestiones de funcionamiento del Estado, existe de igual manera una constante que impacta directamente en la productividad laboral, esa constante es el clima organizacional.

El clima imperante dentro de las empresas en el área metropolitana ha sido decisivo en la baja productividad de las empresas. Cuestiones como la percepción que tienen los trabajadores de su lugar de trabajo, las largas horas laboradas, el burn out, el liderazgo autocrático y paternalista cultural que ha existido, la falta de motivación, la ausencia de programas de desarrollo, etc., han mermado de igual forma la productividad de los trabajadores.

Por lo cual, la presente investigación pretende brindar lineamientos para que en las empresas del área metropolitana de México se mejoren los climas organizacionales, para contribuir al mejoramiento de la productividad de las mismas y del propio país. La importancia de sentirse cómodo y a gusto en el lugar de trabajo es una de las principales razones para ser más productivos.

La propuesta de esta investigación, está basada en un diagnóstico de clima con algunos trabajadores del área metropolitana y las tendencias mundiales sobre las políticas que se están impulsando en las empresas más exitosas en cuanto al mejoramiento de sus climas organizacionales. Finalmente lo que se requiere, es mejorar la percepción de los líderes al momento de gestionar los recursos humanos para poder adaptarse a los cambios globales y aumentar la productividad laboral.

Vásquez (2016) en su Tesis: Propuesta para incrementar la productividad en empresas del área metropolitana en función del clima organizacional. Indica que:

La presente investigación ha culminado de manera positiva. Hemos recorrido un análisis de lo que pasa productivamente en nuestro país, dándonos cuenta de que a pesar de que somos los mexicanos muy trabajadores, no hemos podido aumentar la productividad en muchas empresas debido al desconocimiento, en muchos casos, de la importancia que tiene el clima organizacional. Se estableció en un primer momento que la productividad depende directamente del clima organizacional como una de las principales causas de nuestra baja productividad y hemos confirmado que en efecto, la percepción que tenemos de nuestro ambiente laboral nos afecta anímicamente, ya que somos seres emocionales y no podemos negar nuestra condición humana.

Diversas investigaciones que estudiamos llevadas a cabo en otros países, confirman que el clima organizacional ejerce influencia directa en la productividad dentro de las empresas, por lo que nos enfocamos a realizar un estudio en algunos trabajadores que laboran en el área metropolitana de México. Los hallazgos encontrados en dicho estudio, registran que la percepción de dichos trabajadores está influenciada culturalmente por el ánimo de respeto al trabajo en sí mismo, en la buena disposición que tenemos los mexicanos para ser buenos compañeros y trabajar en equipo; en no ver el vaso medio vacío sino medio lleno, ya que existe una fuerte determinación a ver las cosas de manera positiva aún a pesar de que los resultados indican que en México se trabaja más de 40 horas por semana. Existe también mucha determinación a sentir que se contribuye al éxito de las empresas aunque no siempre esto sea reconocido. Los trabajadores expresaron mayoritariamente que viven bajo estrés y que no existe una acción motivante para desempeñarse por parte de las empresas, sin embargo están dispuestos a contribuir a la empresa haciendo tiempo extra sin que les sea pagado por

esto, lo que demuestra la seriedad y el compromiso ante el trabajo, lo que se comprueba en la motivación que tienen los trabajadores no siendo únicamente de índole económica. Lo que garantiza el propósito de la autorrealización, lo que es verdaderamente importante, porque si la motivación fuera solamente económica, las organizaciones tendrían trabajadores poco comprometidos con el trabajo.

Vásquez (2016) en su Tesis: Propuesta para incrementar la productividad en empresas del área metropolitana en función del clima organizacional. Indica que:

La verdadera problemática está en el desempeño del liderazgo, porque los trabajadores perciben que existe una apatía de parte de los líderes por querer mejorar el clima organizacional y que éstos no explican claramente los motivos de sus decisiones y mucho menos toman en cuenta la opinión de los empleados en la toma de éstas, lo que genera desconcierto en los trabajadores porque muchas veces no saben el porqué de su trabajo o a lo que contribuyen. Los hallazgos de la última pregunta de las encuestas expresan en su mayoría que existe un mayor descontento en las organizaciones del área metropolitana en cuanto al liderazgo impartido en ellas, al igual que la excesiva carga de trabajo, los que afectan negativamente a la percepción del clima laboral.

Una vez más, si la visión y cultura organizacionales de la empresa no está ligada con los objetivos del trabajador, difícilmente se generará un verdadero compromiso por parte de la plantilla laboral. Aún a pesar de esto, los jefes siguen consiguiendo el apoyo por parte de los trabajadores en favor de las empresas. La retroalimentación positiva sigue siendo un faltante en las empresas mexicanas, porque se sigue prefiriendo dar una crítica destructiva en vez de una positiva, lo que genera desánimo en los trabajadores porque si el trabajo no es reconocido o poco valorado, ya no hay mucha motivación para realizarlo eficientemente. Hay que recordar que es mejor decir: ¿Qué has aprendido hoy? en vez de ¿Qué has conseguido hoy? Necesitamos

más líderes con inteligencia emocional, más preparados para entender las emociones humanas y las necesidades de su gente.

Vásquez (2016) en su Tesis: Propuesta para incrementar la productividad en empresas del área metropolitana en función del clima organizacional. Indica que:

El trabajo no siempre tiene que ser serio para que sea productivo. Existen muchas investigaciones neurológicas que nos explican el por qué muchas veces no logramos ser productivos si trabajamos hasta llegar al burn out. Los conceptos de sentido del humor y diversión aplicados al trabajo han sido objeto de muchas investigaciones. Estudios científicos especializados en neurología y psicología siguen aportando información acerca de cómo reacciona nuestro cerebro y cómo nos hace sentir sin que nosotros podamos hacer nada al respecto.

Nuestra masa gris es susceptible de experimentar lo mismo que otra persona simplemente con la mera observación y el procesamiento de imágenes, como se demuestra en la reciente investigación coordinada por el doctor Neil Harrison de la Universidad de Sussex, en Reino Unido. En ella, un grupo de personas vieron diferentes videos de actores que colocaban sus manos sobre fuentes de mucho frío. La temperatura corporal del espectador bajaba, al instante, unos grados. ¿Magia? No exactamente. “Hay una fase inicial de la empatía que se denomina contagio emocional; y que, en muchos casos, se produce de forma automática e inconsciente. Se manifiesta cuando imitamos, por ejemplo, las expresiones faciales, la voz, las posturas y los movimientos de otra persona. Es como si nos sincronizáramos emocionalmente con ese individuo”, afirma Pablo Fernández-Berrocal, catedrático de Psicología de la Universidad de Málaga y fundador del Laboratorio de Emociones de dicha institución.

Vásquez (2016) en su Tesis: Propuesta para incrementar la productividad en empresas del área metropolitana en función del clima organizacional. Indica que:

"De hecho, y de forma innata, el ser humano imita lo que hacen los demás: sonrío si los otros sueltan carcajadas, se entristece si los demás lloran, aprende reproduciendo lo que dicen y hacen quienes le rodean". Las culpables de esta especie de efecto dominó emocional son las famosas neuronas espejo, descubiertas por los científicos Lacoboni y Rizzolatti, primero en los monos y después en los humanos. (Morales García). Entonces, ¿se podría decir que las emociones son irremediabilmente contagiosas? "No al cien por ciento. Pero sí existe un lenguaje inconsciente que se comunica y se mimetiza. El cerebro detecta un estímulo en el mundo que nos rodea; en el caso de los humanos, a través de la cara, donde aparecen al menos las seis expresiones emocionales básicas o universales (alegría, ira, sorpresa, miedo, asco y tristeza). Esto es detectado por nuestro cerebro emocional, que reacciona acorde a ello", explica el propio catedrático de Fisiología Humana en la Universidad Complutense de Madrid, Francisco Mora. En efecto, copiamos las sonrisas.

La alegría puede ser un bien laboral. Han sido muchas las investigaciones en las que se ha demostrado "el contagio" inconsciente de la alegría. Una de las más recientes fue la que coordinó el científico Guillaume Dezechache para la Escuela de Neurociencias de París, en la que se descubrió que la alegría no solo funcionaba en una relación de tú a tú, sino que esa transmisión inconsciente también se produce de una persona a otra a través de un intermediario. Que la alegría corra como la pólvora supone que un individuo jocoso pueda, por sí solo, contribuir a un buen ambiente de trabajo en la oficina. En ocasiones, basta un mayor positivismo en nuestra conducta para potenciar la estima de alguien, y en otras, incluso, para sacar lo mejor del carácter ajeno por muy oculto que parezca. Se descubrió que la generosidad de unos pocos en el ambiente

laboral, conseguía irradiar a nivel general. Para los científicos, la conclusión fue clara:
lo bueno también resulta tremendamente inspirador para otros.

1.2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

El problema ha sido identificado en la falta de mejora continua y también falta de competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

1.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Se ha determinado los siguientes síntomas:

- a) Según información de la Coordinadora de Gamarra al mes de noviembre 2016, se ha determinado que las empresas del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana, en el marco de la mejora continua, pese a algunos avances sin embargo le faltaría más creatividad e innovación, especialmente para sobreponerse ante la arremetida de importaciones de textiles chinos a granel.
- b) Según la información de la Coordinadora de Gamarra al mes de Noviembre 2016, se ha determinado que las empresas del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana, en el marco de la competitividad, pese a que sus propietarios, socios, accionistas, directivos, funcionarios y trabajadores dan todo por sus empresas, sin embargo no han podido imponerse en la generación de valor al cliente a los grandes supermercados de Lima Metropolitana, junto a esto está la gran cantidad de ambulantes en la zona, inseguridad en la zona, falta de limpieza, falta de servicios higiénicos y otros que no apoyan al Emporio y lo peor es la avalancha importadora de la China que se detalla más adelante.
- c) Se ha determinado la falta de una mayor innovación en los procesos y procedimientos institucionales que permitan entrar en mejora continua
- d) Se ha determinado la necesidad de una mayor gestión de la calidad en el marco de la International Organization for Standardization (ISO) para la institución. No hay ninguna empresa que tenga ISO de la familia 9000 referente a la calidad.

- e) Por lo demás se tiene un inadecuado grado de racionalización de los recursos para facilitar la mejora continua. Según la Memoria anual 2015 de la Coordinadora de Gamarra, en promedio un 34% de los recursos humanos, materiales y financieros no están racionalizados adecuadamente y además no se obtiene un nivel aceptable de beneficio de los mismos.
- f) Se tiene un inadecuado grado de logro de metas y objetivos institucionales. Según la Memoria anual del 2015 de la Coordinadora de Gamarra, en promedio solo se logró el 70% de las metas y el 82% de los objetivos establecidos en sus planes. Todo lo cual ha afectado la mejora continua y competitividad.
- g) Asimismo en base a la Memoria anual del 2015 de la Coordinadora de Gamarra, se ha determinado un grado deficiente de calidad de atención a los clientes, por la falta de implementación de un sistema de gestión de la calidad que permita optimizar los recursos y los servicios.
- h) También se ha observado deficiencia en la aplicación de procedimientos administrativos, lo que no ayuda en la mejora continua ni competitividad de las empresas.
- i) También se ha determinado un bajo nivel de competitividad en relación con la calidad de los bienes, la prestación de servicios y la atención al cliente, según información de la Coordinadora de Gamarra.

En el mismo marco, el problema de la competitividad en las empresas del Emporio Gamarra, es originado en gran parte por las importaciones de textiles proveniente de la China. Dichas prendas entran al país en grandes cantidades, según la Coordinadora de Gamarra un 20% por los canales formales y el resto en forma de contrabando, lo cual es de conocimiento del sistema, sin embargo es poco lo que se hace para reducirlas. Las importaciones chinas

formales o informales provienen de la producción en una economía de escala, con materiales de baja calidad, mano de obra barata y costos indirectos igualmente reducidos; además tienen el dumping del Estado Chino y para complementar ingresan subvaluadas cuando lo hacen por canales formales. Todas estas transacciones vienen generando zozobra en las empresas gamarrinas por cuanto tenemos que en el país es muy cara la formalización; existen sobrecostos laborales; los materiales igualmente tienen costos altos e igualmente los costos indirectos, como los materiales indirectos, mano de obra indirecta y otros costos indirectos tienen un alto sobrecosto para las empresas.

En microeconomía, se entiende por economía de escala las ventajas que, en términos de costos, obtiene las empresas chinas gracias a la expansión. Existen factores que hacen que el costo medio de un producto por unidad caiga a medida que la escala de la producción aumenta. Frente a la economía de escala de las empresas chinas, en el Emporio Gamarra estamos frente a la deseconomía de escala es decir todo lo contrario, poca producción, baja tecnología, altos costos, etc.

En economía, el dumping se refiere a la práctica de vender a precios inferiores al costo, esto es lo que hacen las empresas chinas, según información del Ministerio de Comercio Exterior y también de la coordinadora del Emporio Gamarra. El dumping generalmente se utiliza sólo en el contexto de las leyes del comercio internacional en donde se define como la práctica en donde para nuestro caso las empresas chinas establece un precio inferior para los bienes exportados que para los costos de producción que tienen las empresas desde el país a donde se importan esos bienes, sacando de competencia a las empresas del Emporio Gamarra y otras de Lima y del país. Según la Organización Mundial de Comercio (OMC) el dumping es condenable (pero no está prohibido).

La textilera china al tener costos de economía de escala y al aplicar el dumping, han reducido enormemente las ventas de las empresas del Emporio Gamarra, lo cual afecta la recuperación de los costos, los niveles de rentabilidad, liquidez.

Según el Diario La República (05 de julio del 2015):

El emporio comercial de Gamarra, en el distrito limeño de La Victoria, es uno de los puntos de mayor producción textil del Perú, por ello se ha convertido en un referente de la industria nacional. No obstante, los confeccionistas no encontraron mejor manera de reducir sus costos de producción que utilizar tela importada de China, que es mucho más barata. Por ello ha disminuido la cantidad de prendas elaboradas con algodón peruano (de altísima calidad pero también de alto precio) y ha puesto en el mercado menos ropa 100% nacional.

Susana Saldaña, empresaria de Gamarra, señaló que la cantidad de tela importada de China que se usa para la confección varía según el tipo de prenda. Por ejemplo, para los polares (que están de moda en invierno) se utiliza el 100% de material chino, pero para el resto de la industria se usa el 60% de tela china frente al 40% de tela nacional.

Justificó que esta realidad obedece a la necesidad de ofrecer mejores precios a los compradores que a diario abarrotan las calles de Gamarra.

"Una casaca confeccionada con tela china puede venderse a S/. 25 y ya tendríamos un margen de ganancia, sin embargo, si se utilizara materia prima peruana, tan solo el precio de producción sería S/. 25, por eso los empresarios textiles tenemos la necesidad de reducir los costos de telas e hilos y aquí entra a tallar la tela china, que ingresa a nuestro país subvaluada y puede venderse a precios realmente reducidos", dijo.

Un vendedor de Gamarra contó a La República que una vez a la semana, a partir de las 11 de la noche, más de 15 contenedores ingresan al emporio comercial por el jirón América trayendo fardos de tela china; y desde setiembre, con miras a la campaña navideña, la frecuencia de llegada de los contenedores será mayor (casi a diario). El comerciante, que prefirió mantenerse en el anonimato, aseguró que de toda la tela china que llega hay gran parte que es formal, pues emiten recibo por ventas, pero también hay tela que llega de contrabando, mucho más barata aún.

Saldaña reconoció que la subvaluación de las telas chinas afecta a todos los integrantes de la cadena textil. "Todos nos vemos afectados. En el 2013 se perdieron 100 mil puestos de trabajo y para el 2014 estimamos que se perderán 30 mil más. También los productores algodoneros se ven seriamente afectados, pues cada vez se les compra menos", indicó.

Al respecto, Félix Sihuas, presidente de la Central de Gremios de Algodón Tanguis, aseveró que el cultivo de algodón se redujo 70% en el 2013, debido a la caída de las compras.

"Pensamos cerrar el 2014 en 15 mil hectáreas, mucho menos de las 35 mil a las que solíamos llegar en años anteriores, lo cual se debe a que hay una competencia desigual con la materia prima que llega de otros países, sobre todo de China, y el gobierno favorece esto firmando tratados (TLC) que les exonera de impuestos y demás", dijo.

En tanto, José Ignacio Llosa, presidente del Comité Textil de la Sociedad Nacional de Industrias, aceptó que existe una competencia desigual en favor de las importaciones chinas, pero afirmó que los algodoneros no han dejado de producir

por esta razón, sino porque la mayoría ha migrado a otros cultivos de mayor rentabilidad.

Agregó que así como los productos chinos tienen facilidades para ingresar al Perú, también los nuestros las tienen en el país asiático, gracias al TLC con China, por lo que no se podrá imponer un arancel a la tela china.

Se incautan tres toneladas de ropa china usada y de contrabando. Dentro del lote incautado de ropa china en la Garita de Control de Ancón hay casacas, camisas manga larga, poleras, chompas y conjuntos de tela polar para niños y adultos, que se pretendían comercializar en mercados informales de la capital como el Mercado Central y los centros comerciales de la Avenida Grau.

Representantes de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas (SUNAT) informaron que el cargamento (cuyo valor asciende a S/. 500 mil) contenía ocho mil prendas de vestir y que el chofer de la unidad no presentó ningún documento ni comprobante de pago (guía de remisión) que justifique la propiedad del lote de ropa y menos su posible comercialización.

1.2.2. ESTRUCTURACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.2.1. PROBLEMA PRINCIPAL:

¿Cómo influye la productividad en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?

1.2.2.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS:

- 1) ¿Cómo intervienen los procesos empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?
- 2) ¿Cómo se infieren los recursos empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?
- 3) ¿Cómo interceden los medios empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?
- 4) ¿Cómo influye la tecnología empresarial en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?
- 5) ¿Cómo se infieren los resultados empresariales en la mejora continua y competitividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la influencia de la productividad en la mejora continua y competitividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Establecer la intervención de los procesos empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 2) Determinar la inferencia de los recursos empresariales en la mejora continua y competitividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.
- 3) Determinar el modo como interceden los medios empresariales en la mejora continua y competitividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.
- 4) Establecer la influencia de la tecnología empresarial en la creación e innovación de recursos, actividades y procesos internos así como en el posicionamiento en el mercado de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.
- 5) Determinar la inferencia de los resultados empresariales en la mejora continua y competitividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

1.4.1. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Este estudio se justificará totalmente, por cuanto frente al problema de la mejora continua y la competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana; mediante la productividad empresarial.

1.4.2. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de la investigación estará dada por el tratamiento de las teorías de la productividad, mejora continua y competitividad empresarial; aunque la mayor importancia es la contribución a la solución de la problemática identificada. Asimismo la importancia se da porque facilitara la solución de los inconvenientes en las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.

1.5. ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene alcances directos e indirectos.

- 1) Este trabajo alcanza directamente a las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 2) Este trabajo alcanza indirectamente a otras empresas textiles Lima Metropolitana.

1.5.2. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Toda investigación está limitada a sus variables, dimensión espacial y dimensión temporal.

En este caso se cumple esta limitación de la siguiente manera:

- 1) Variable independiente o solución del problema: Productividad empresarial
- 2) Variable dependiente o problema: Mejora continua y competitividad empresarial

3) Dimensión espacial: Empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

4) Dimensión espacial: Del año 2013 hasta la actualidad.

1.6. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
La productividad empresarial se refiere al mejor aprovechamiento de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos por cada unidad de bienes o servicios producidos.	La primera está constituida por la inventiva y transformación en los elementos que generan valor en la producción y los métodos empleados y, la competitividad se refiere a la imposición de unas empresas sobre otras por la calidad de sus bienes y servicios.

1.6.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
<p>La productividad se operacionaliza mediante la aplicación de los procesos empresariales, teniendo en cuenta los recursos empresariales; utilizando medios empresariales, explotando al máximo la tecnología empresarial existente hasta obtener los mejor resultados empresariales que asegure la mejora continua y competitividad empresarial.</p>	<p>La mejora continua y competitividad empresarial se operacionaliza teniendo en cuenta la economía empresarial, haciendo las cosas con eficiencia, buscando lograr las metas y objetivos, hasta tener calidad total en bienes y servicios y culminar con la generación de valor en el cliente de las empresas.</p>

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 TEORÍAS UNIVERSALES VINCULADAS CON EL ESTUDIO

2.1.1. TEORÍA DE LA ECONOMÍA

Sullivan, Wicks y Luxhoj (2004). En el marco de la teoría general de la economía se tiene lo siguiente, en cuanto a:

¿Qué estudia la ciencia económica?

La respuesta a este interrogante no ha sido uniforme, por esta razón existen múltiples opiniones en torno al concepto de economía. Uno de los sectores entre los que se puede considerar a Lange la contextualiza a partir de los métodos universales fabricación y comercialización de productos entorno dentro del cual manifiesta que la economía política o social es el análisis de las normas establecidas en la comunidad que rigen estos aspectos para saciar las carencias que se presentan en ella. Comparte este criterio P. Wonnacott al considerarla como el examen de la manera como las personas consiguen los elementos necesarios para su supervivencia y confort.

Otro de los puntos de vista es el que la define a partir de las carencias en este grupo se encuentra P. Samuelson, quien expone que es la investigación de la forma como la comunidad emplean los exiguos medios para fabricar productos y repartirlos entre ellos.

2.1.2 TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN

En la teoría de Jones (2008), se tiene que tener en cuenta que:

“El cambio organizacional es el proceso por medio del cual las organizaciones pasan de su estado actual a algún estado futuro deseado para aumentar su eficacia. El objetivo del cambio organizacional planeado es encontrar nuevas y mejores maneras de utilizar sus recursos y capacidades para aumentar la capacidad de crear valor y

mejorar los rendimientos de sus partes interesadas. Es posible que una organización en declive necesite reestructurar sus recursos para mejorar su adaptación al ambiente. Por ejemplo, IBM y General Motors vieron cómo la demanda de sus productos disminuía en la década de 1990 y buscaron nuevas maneras de utilizar sus recursos para mejorar su desempeño y captar clientes. Por otro lado, a veces incluso una organización próspera tiene que cambiar la manera en que utiliza sus recursos para desarrollar nuevos productos o encontrar nuevos mercados para los ya existentes. Por ejemplo, Wal-Mart, Target, Blockbuster Video y Toys. Us han cambiado de manera agresiva para expandir su abanico de operaciones y abrir nuevas tiendas, aprovechando así la popularidad de sus productos. En la última década, más de la mitad de las empresas de la lista de Fortune 500 han experimentado importantes cambios organizacionales con el fin de aumentar su capacidad de crear valor. Por lo general el cambio organizacional planeado se dirige a aumentar la eficacia en uno o más de cuatro niveles diferentes: recursos humanos, recursos funcionales, capacidades tecnológicas y capacidades organizacionales.

Por su parte, “Recursos humanos: Los recursos humanos son los activos más importantes de una organización. Al final, las competencias distintivas de una empresa radican en las habilidades y capacidades de sus empleados. Debido a que son estas habilidades y capacidades las que dan a las organizaciones su ventaja competitiva, éstas deben monitorear continuamente sus estructuras para encontrar la manera más efectiva de motivar y organizar sus recursos humanos a fin de que adquieran y utilicen sus habilidades. Los esfuerzos habituales de cambio dirigidos a los recursos humanos incluyen (1) nuevas inversiones en actividades de capacitación y desarrollo para que los empleados adquieran otras habilidades y capacidades, (2) la socialización de los empleados en la cultura organizacional para que aprendan las nuevas rutinas de las que

dependerá el desempeño organizacional; (3) el cambio de las normas y valores organizacionales para motivar a una fuerza de trabajo multicultural y diversa; (4) el examen continuo de la manera en que operan los sistemas de promoción y recompensa en una fuerza de trabajo diversa y (5) el cambio de la composición del equipo de altos directivos para mejorar el aprendizaje organizacional y la toma de decisiones”. (pp. 269-275)

2.1.3. TEORÍA GENERAL DE LAS FINANZAS

Según Durbán (2008), entre los diversos temas que trata la teoría general de las finanzas se tiene que:

“La empresa podemos definirla desde el punto de vista de la fenomenología económica como una sucesión en el tiempo de proyectos de inversión y de financiación. Una empresa nace para hacer frente a una demanda insatisfecha. Para satisfacer esa demanda se necesitan realizar inversiones en bienes de equipo, naves industriales, activos circulantes, etc., pero a su vez dichas inversiones no pueden llevarse a cabo si no se disponen de recursos financieros. En otras palabras, la condición imprescindible para la creación de una empresa reside en la existencia de una demanda insatisfecha de un bien o un servicio. El empresario, una vez detectado este hecho, puede que intente cubrir la citada demanda; para ello, necesitará unos elementos productivos que se reflejarán en el activo de su futuro Balance. Asimismo, la adquisición de los anteriores elementos requerirá ciertos recursos financieros que se recogerán en el pasivo empresarial. Son estas dos partes del balance las que determinarán el contenido de las finanzas, y las que trataremos a continuación”.

Por su parte “La estructura económica o activo empresarial está compuesta por el conjunto de inversiones que ha realizado la empresa, mientras que la estructura

financiera o pasivo empresarial mostrará cómo se han financiado esas inversiones. Son, pues, dos caras de la misma moneda, la primera muestra en dónde hemos colocado el dinero, mientras que la segunda muestra de dónde lo hemos obtenido. Son muchos los puntos de vista desde los cuales podemos clasificar a los diferentes tipos de activos de la empresa, es decir, clasificar las inversiones. Así, podemos utilizar el tiempo, la naturaleza del activo, la función que realiza el activo, etc. Una primera clasificación se basa en su relación con la actividad fundamental de la empresa; así, podemos hablar de activos funcionales o activos ligados a la actividad fundamental, para distinguirlos de los que no lo están, denominados extrafuncionales. Nuestra atención se centrará en los activos funcionales. Con respecto al tiempo, es decir, considerando el tiempo que estarán en la empresa los activos, distinguiremos entre activos a corto plazo y activos a largo plazo; siendo el año la duración que delimita ambos tipos de activo. Con respecto a la naturaleza de los elementos que componen el activo, podemos clasificarlos en tesorería, clientes, activos financieros, activos materiales, activos ficticios, etc. Una clasificación útil es la que divide a los activos en circulantes y fijos. Entre los activos circulantes se encuentran, entre otros, los stocks de materias primas, productos en curso y terminados, los clientes, o una posible tesorería de seguridad; entre los activos fijos se encuentran los productivos, las inversiones financieras a largo plazo, activos inmateriales (licencias, patentes, etc.). Son los activos circulantes los que permiten el funcionamiento de los denominados fijos, concretamente permiten el funcionamiento de los activos productivos. Nótese que existe una cierta relación entre el tiempo que estarán los activos en la empresa”.

(pp. 4-8).

2.1.4. TEORÍA GENERAL DEL MARKETING

Para Kotler y Armstrong (2012), en relación con la teoría general del marketing, se debe considerar que:

Para el mercadeo los consumidores son esenciales dado que éste contempla dos acciones concretas: de un lado conquistar consumidores ofreciéndoles una calidad superior y aumentar y conservar los presentes complaciendo sus gustos o deseos. Debido a ello las grandes empresas se han expandido en varios países con el compromiso de cumplir las promesas realizadas a sus clientes a través de su slogan:

Wal-Mart se ha convertido en el detallista más grande del mundo, y en la compañía más grande del mundo, gracias a que cumple su promesa, “¡Siempre precios bajos, siempre!” En los parques temáticos de Disney, “imaginadores” hacen maravillas en su ofrecimiento de “hacer realidad un sueño hoy”. Dell es líder de la industria de computadoras personales porque frecuentemente cumple su promesa de “ser directo”. Dell facilita a sus clientes el diseño personalizado de sus computadoras y las entrega con rapidez en su puerta o escritorio. Éstas y otras empresas altamente exitosas saben que si cuidan a sus clientes, obtendrán un segmento del mercado y buenas utilidades.

Esta forma de propaganda no es exclusiva de las empresas que persiguen utilidades, instituciones sin ánimo de lucro también la están empleando por ejemplo, los ministerios, las alcaldías, etc. El mercadeo en la actualidad se ha implementado de manera imperceptible para los consumidores a través de las propagandas de los diferentes productos.

2.2 BASES TEÓRICAS ESPECIALIZADAS SOBRE EL TEMA

2.2.1. PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

Según Orozco (2016), al respecto se tiene que:

“Un sistema productivo es definido como una “actividad económica” de la empresa, cuyo propósito es la obtención de uno o más “productos o servicios” (según el tipo de empresa y su producción), para satisfacer las necesidades de los consumidores, es decir, a quienes pueda interesar la adquisición de dicho bien o servicio. La producción se lleva a cabo a través de la ejecución de un conjunto de operaciones integradas en proceso. Por este motivo a la dirección de la producción se la denomina en muchas ocasiones, dirección de operaciones; es corriente referirse a las operaciones como a la actividad propia de la producción.

La Productividad es la relación entre los productos logrados y los insumos que fueron utilizados o los factores de la producción que intervinieron.

El índice de productividad expresa el buen aprovechamiento de todos y cada uno de los factores de la producción, los críticos e importantes, en un periodo definido.

$$\text{Productividad} = \text{Producción} / \text{Recursos Empleados}$$

En las organizaciones manufactureras existen los siguientes significados de productividad: eficiencia, calidad, cantidad, la relación calidad/cantidad, el alcance de objetivos, se puede hacer mejor y valor agregado.

En términos estratégicos, la productividad consiste en producir por encima del promedio y en satisfacer plenamente a los consumidores utilizando de la mejor manera posible todos los recursos disponibles.

Se suele pensar que los trabajadores poseen información que es potencialmente valiosa para la empresa y que ellos usualmente hacen sugerencias que podrían incrementar la productividad o reducir los costos, sin embargo, esta información sólo es útil si es

transmitida a la dirección de la empresa; para que esto ocurra, los trabajadores deberían estar en contacto más íntimo con la organización y así la comunicación llevaría a un crecimiento en la productividad.

El Factor de Productividad Total es un indicador general de que tan bien una organización emplea todos sus recursos como mano de obra, capital, materiales y energía para crear todos sus productos y servicios.

El problema más grande con el factor de productividad total es que todos los ingredientes deben expresarse en los mismos términos (es difícil sumar horas de mano de obra al número de unidades de una materia prima en forma significativa).

El factor de productividad total también da algunas ideas sobre la forma en que se pueden cambiar las cosas para mejorar la productividad. En consecuencia, la mayoría de la organización encuentra más útil calcular una razón de productividad parcial. Esa razón usa solo una categoría de recurso". (23-30)

Según Arana (2014)

Las empresas peruanas tienen la imperiosa necesidad de obtener una producción cada vez mayor y con una eficiencia relevante como vía de solución a su situación actual y la comercialización de sus productos con el extranjero, debiendo alcanzar un buen posicionamiento en el mercado.

La empresa Crepier, no solo produce para sus propias tiendas, sino también para tiendas por departamentos, supermercados y tiendas especializadas en todo el territorio peruano. La empresa ya presentaba demanda a nivel nacional e internacional, es por ello que sus volúmenes de producción y el nivel de calidad de sus productos debían aumentar para poder satisfacer a sus clientes potenciales.

Según Arana (2014)

El origen de la oportunidad de mejora (problema) surge como consecuencia de la falta de control y estandarización de los métodos de trabajo en el área de producción, bajo nivel de calidad de productos y bajo índice de productividad. El nivel de demanda se proyecta hacia el constante crecimiento debido a la amplia cartera de clientes; en consecuencia la empresa se vio obligada a incrementar el nivel de producción.

Dada esta oportunidad de mejora en la empresa en estudio, se analizaron diferentes metodologías de mejora, y se llegó a la conclusión de aplicar un ciclo de mejora continua como la metodología PHVA, que se concreta a través de la implementación de métodos de trabajo y dispersión de elementos productivos los cuales deben ir evolucionando para alcanzar los propósitos.

Según Arana (2014)

La metodología PHVA a diferencia de otras metodologías permite fijar nuevos estándares de forma constante, el ciclo PHVA es esencial para que los estándares corrientes se estabilicen, lo cual posibilita a los gerentes estar en constante reto por buscar nuevas alternativas de mejoramiento, como objetivo general se presenta: Implementar herramientas de mejora para aumentar la productividad en el área de producción de carteras, y como objetivos específicos: Evaluación de Productividad en la empresa en estudio; implementar las mejoras propuestas al área; evaluar el costo beneficio de la implementación del proyecto.

Según Arana (2014)

Según el autor Roger G. Schroeder, la productividad es usualmente comprendida como el vínculo que existe entre los artículos fabricados y los factores que ayudaron a su fabricación. Otro de los significados se refiere a los productos creados y las horas

requeridas para su elaboración, en cuanto su relación es inversamente proporcional, a mayor tiempo menor es la productividad y a menor ésta resulta mayor.

Para Roger G. Schroeder “Es la relación que existe entre los insumos y los productos de un sistema productivo, a menudo es conveniente medir esta relación como el cociente de la producción entre los insumos. ‘Mayor producción, mismos insumos, la productividad mejora’ o también se tiene que ‘Menor número de insumos para la misma producción, la productividad mejora’”.

El principal motivo para estudiar la productividad en la empresa es encontrar las causas que la deterioran y, una vez conocidas, establecer las bases para incrementarlas. Roberto García Criollo señala que la productividad está dada por el nivel utilidad que se obtiene al emplear los recursos para alcanzar los propósitos preestablecidos. En este caso, el objetivo es la fabricación de artículos a un menor costo, a través del empleo eficiente de los recursos primarios de la producción: materiales, hombres y máquinas, elementos sobre los cuales la acción del ingeniero industrial debe enfocar sus esfuerzos para aumentar los índices de la productividad actual y, en esa forma, reducir los costos de producción. Si partimos de que los índices de productividad se pueden determinar a través de la relación producto-insumo, teóricamente existen tres formas de incrementarlos: 1. Aumentar el producto y mantener el mismo insumo. 2. Reducir el insumo y mantener el mismo producto. 3. Aumentar el producto y reducir el insumo simultánea y proporcionalmente.

Según Arana (2014)

Según el autor Roberto García Criollo la productividad no es una medida de la producción ni de la cantidad que se ha fabricado, sino de la eficiencia con que se han mezclado y empleado los bienes para alcanzar los propósitos previamente

determinados. Por tanto, la productividad puede ser medida según el punto de vista: 1° = Producción / Insumos. 2° = Resultados Logrados / Recursos empleados.

La empresa se considera como un sistema abierto y la clave de su éxito depende de la mejora constante de su gestión productiva. Sus beneficios se ven afectados por cuatro factores básicos: el precio de venta de los productos, el costo de los insumos, la cantidad de los productos vendidos y la cantidad de productos que se tienen del total de insumos utilizados: Los tres primeros dependen de tres factores externos, mientras que el último depende de la empresa.

Según Arana (2014)

El desempeño de una empresa debe ser analizado en función de sus objetivos que esta se plantea y de los aspectos principales que contribuyen a la consecución tales como ser rentable, producir con calidad, tener alta rentabilidad y la satisfacción material y psicológica de la comunidad que la conforma.

La capacidad que posee la empresa para transformar las entradas en salidas determina su productividad. Esta es el cociente que se establece entre la cantidad de bienes o servicios (producto) y la capacidad de recursos gastados (insumos), es una filosofía, una concepción del quehacer productivo, un principio guía que debe ser tenido en cuenta, es un concepto multifacético (por los factores que la condicionan) y estratificable; es la capacidad de producir, es el producto de una actividad y los insumos requeridos para producirlos, es un estado de ánimo que busca la superación constante. Es un principio que rige las relaciones entre los seres humanos y la naturaleza, el cual debe hacerse efectivo y correctamente para producir la raza humana y mejorar la sociedad como un todo

2.2.2. MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

2.2.2.1. MEJORA CONTINUA EMPRESARIAL

Para Vargas y Aldana (2015):

“La mejora continua empresarial está orientada a crear e innovar recursos, actividades y procesos. En ese contexto debe ser política de las empresas mejorar continuamente los procesos internos contando para ello con personal calificado y comprometido con la mejora continua así como tecnología que permita asegurar la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad. En ese contexto, la mejora continua debe ser el objetivo permanente de la organización. Para ello se utiliza un ciclo PDCA, el cual se basa en el principio de mejora continua de la gestión de la calidad. Ésta es una de las bases que inspiran la filosofía de la gestión excelente. Mejora mañana lo que puedas mejorar hoy, pero mejora todos los días. La base del modelo de mejora continua es la autoevaluación (control permanente). En ella detectamos puntos fuertes, que hay que tratar de mantener y áreas de mejora, cuyo objetivo deberá ser un proyecto de mejora. El ciclo PDCA de mejora continua se basa en los siguientes apartados: 1) Plan (planificar): Organización lógica del trabajo; Identificación del problema y planificación; Observaciones y análisis; Establecimiento de objetivos a alcanzar; Establecimiento de indicadores de control. 2) Do (hacer): Correcta realización de las tareas planificadas; Preparación exhaustiva y sistemática de lo previsto; Aplicación controlada del plan; Verificación de la aplicación. 3) Check (comprobar): Comprobación de los logros obtenidos; Verificación de los resultados de las acciones realizadas; Comparación con los objetivos. 4) Adjust (ajustar): Posibilidad de aprovechar y extender aprendizajes y experiencias adquiridas en otros casos; Analizar

los datos obtenidos; Proponer alternativa de mejora; Estandarización y consolidación; Preparación de la siguiente etapa del plan”.

Agrega que “Es un hecho que la excelencia ha de alcanzarse mediante un proceso de mejora continua. Mejora, en todos los campos, de las capacidades del personal, eficiencia de los recursos, de las relaciones con el público, entre los miembros de la organización, con la sociedad y cuanto se le ocurra a la organización, que pueda mejorarse en dicha organización, y que se traduzca en una mejora de la calidad del producto o servicio que prestamos. Alcanzar los mejores resultados, no es labor de un día. Es un proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos. Han de cumplirse los objetivos de la organización, y prepararse para los próximos retos. Lo deseable es mejorar un poco día a día, y tomarlo como hábito, y no dejar las cosas tal como están, teniendo altibajos. Lo peor es un rendimiento irregular. Con estas últimas situaciones, no se pueden predecir los resultados de la organización, porque los datos e información, no son fiables ni homogéneos. Cuando se detecta un problema, la respuesta y solución, ha de ser inmediata.

2.2.2.2. COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Para Gonzales (2014) sobre competitividad empresarial se tiene que:

La gestión implica un sinnúmero de requerimientos que necesita cumplir la empresa para lograr sus objetivos organizacionales. Aunque la gestión a simple vista parece sencilla y que cualquier persona puede hacer una correcta gestión, en el mundo real de la empresa sucede todo lo contrario, se necesita una persona (gestor) que esté completamente capacitado y sepa hacer correctamente su trabajo. De allí que la presente investigación resalta la gestión como factor determinante para que la empresa sea competitiva y tenga un posicionamiento destacado en el mercado.

La competitividad es uno de los conceptos más asiduamente estudiados y al mismo tiempo más controvertidos en ámbitos de investigación académica, empresariales, gubernamentales y medios de difusión. Como señaló Hall, “la competitividad despierta un interés floreciente en grupos variopintos: los políticos pretenden mejorarla, los legisladores debaten sobre ella, los editores publican sobre ella, los consultores viven de implantarla, y los economistas intentan explicarla y medirla.”

Si bien para Arriaga, Conde y Estrada, el término competitividad nació ligado al ámbito microeconómico de la empresa, muy frecuentemente se utiliza no referido a la realidad empresarial, sino al comportamiento comparado de una economía nacional en su conjunto, o de sus industrias y sectores.

Para Gonzales (2014) sobre competitividad empresarial se tiene que:

Para Fernández, este hecho es debido a que “mejorar el conocimiento sobre el comportamiento de las empresas nunca ha sido prioridad de los economistas”. La consecuencia directa es que cuando se han tenido que identificar las bases de la

competitividad, se ha dirigido la atención hacia niveles superiores, como los países y regiones, o las industrias.

La competitividad puede ser entendida como la facultad de la compañía para desplegar y conservar prerrogativas que al ser comprada con otra posibiliten alcanzar un lugar preponderante en el mercado. Esas prerrogativas hacen relación a aquel elemento, receta, método, tecnología, etc. que a diferencia de las otras posee una compañía y que contribuye a aumentar sus utilidades.

Para Gonzales (2014) sobre competitividad empresarial se tiene que:

La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y el aumento de precios en los diferentes Estados, el carácter novedoso, la reputación de la empresa fabricante.

Por su parte AECA - Asociación Española de Contabilidad y Administración- define competitividad como la posibilidad de la institución para conseguir y conservar metodológicamente las prerrogativas que la diferencian de las demás y que la ubican en un nivel destacado en el contexto colectivo y mercantil.

Para Gonzales (2014) sobre competitividad empresarial se tiene que:

La Organización para la Competitividad y Desarrollo Económico (OECD) la define como el grado en que bajo condiciones de libre mercado, un país puede producir bienes y servicios, que superen el examen de la competencia internacional, y que permite mantener el crecimiento sostenido de la renta nacional.

Afirmaba Porter, que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Para hablar de competitividad, continúa Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor

añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.

Para Gonzales (2014) sobre competitividad empresarial se tiene que:

Según Galán y Vecino. Es posible apreciar cierto consenso entre los investigadores al señalar que la competitividad de la empresa está determinada por tres tipos de factores o fuentes: los relativos al país donde la empresa se ubica (efecto país o efecto territorio), los derivados del sector al que pertenece (efecto sector o efecto industria) y los que tienen su origen en la propia empresa.

De acuerdo a lo que menciona Martínez, dentro de su artículo, “Un Modelo Causal de Competitividad Empresarial, demostrando la validación de la competitividad por medio de los recursos internos de la empresa para lograr una ventaja competitiva, dando mayor validez a mi modelo propuesto para hacer eficiente los recursos y alcanzar las metas de la Empresa.

En concepto de Porter la posibilidad de que las empresas rivalicen en el mercado no es autónoma en ella influyen situaciones del ámbito en el que se encuentra ubicada y las acciones que desarrolla la misma entidad. Pero, al final es decisión de la misma explotar esas coyunturas para establecer un ambiente favorable para su ingreso al mercado extranjero.

En la investigación Caresani (2010) se aborda la competitividad empresarial:

Aclara el investigador que el aspecto fundamental que evaluó fue el de la modificación o creación de artículos por parte de las pequeñas y medianas empresas así como su inclusión en el mercado, concibiéndolo como un procedimiento dialectico.

Considera que, además de las ventajas que el sistema económico del país le brinda a las industrias, ha logrado identificar acciones que coadyuvaron para que algunas compañías alcanzaran una mejor posición en el mercado. Entre estas desatacó:

Las que pusieron énfasis en la creación de productos novedosos y a partir del direccionamiento que dieron a esta estrategia logró identificar que: las que la implementaron parcialmente solo lograron influir en los compradores locales mientras que, las que la implementaron a todo nivel, lograron impactar a nivel internacional.

Esta realidad, en opinión de Lall es admisible en las pequeñas y medianas empresas por cuanto, los sistemas de producción orientados a la fabricación dirigidos a compradores nacionales se encaminan a mejorar el empleo de los elementos involucrados en la fabricación y la explotación de los que han establecido, a diferencia de los que se dirigen a los consumidores internacionales se preocupan por disminuir los costes, aumentar la condición del producto, abrir nuevos medios para introducirlos al mercado, etc.

Para Caresani (2010) la competitividad empresarial, tal como lo manifiestan Milesi y Aggio. Para las pequeñas y medianas empresas el ingreso a la comercialización internacional de sus productos, les impone la obligación de implementar modificaciones en cuanto a la creación de productos o modificar los existentes que abarcan las técnicas empleadas, desarrollar y crear nuevas técnicas.

De la implementación de medidas para modificar los productos, depende el acceso a compradores de países con diferentes grados de progreso.

La rivalidad empresarial nacional depende de la dimensión del área de la industria a la que pertenece, de su progreso, su multiplicidad y las acciones del Estado para regular su actividad. En cambio la efectuada hacia el exterior es más diversificada y depende más de los adelantos técnicos.

De esta manera resulta importante avanzar en el estudio de la dinámica de innovación de las PyMEs industriales argentinas, con el fin de conocer si llevar a cabo conductas

de innovación que se enfoquen no solamente en la adquisición de conocimiento incorporado a bienes de capital o en forma de licencias, patentes, know how, determinan un impacto en las firmas superior a las que sólo se concentran en estas actividades innovativas. Para ello se propone luego de reconocer las particularidades que asumen los procesos de innovación en PyMEs y el enfoque teórico que sustenta la comprensión y relevancia que estos procesos tienen para las empresas, una taxonomía de conductas de innovación que considere tanto los aspectos complementarios como excluyentes a la adquisición de maquinaria y equipo y su impacto en el desempeño competitivo de la firma y en última instancia en su desarrollo organizacional.

2.2.3. EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA

Para Gonzales (2014) sobre las empresas se tiene que:

Las micro y pequeñas empresas (MYPES), sobre todo las pequeñas, tienen una gran importancia para el crecimiento económico y la generación de fuentes de empleo productivo, con múltiples beneficios para la economía local, la eficiencia colectiva del tejido empresarial y la sociedad en general, como se ha demostrado ampliamente en estudios conducidos en todo el mundo.

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

Reconociendo las restricciones de recursos para el apoyo a las MYPES en las economías en desarrollo, en años recientes ha surgido un interés creciente por entender qué factores son críticos para fomentar su competitividad.

Es así que la gestión empresarial juega un rol muy importante, pues de su eficiencia, producto de la dirección, habilidades y estrategias que utilice, dependerá la obtención de buenos resultados. De allí que uno de los aspectos fundamentales en las empresas es la gestión empresarial porque busca, a través de las personas, mejorar la

productividad y la competitividad de las empresas o negocios. Además, contar con las herramientas de gestión adecuadas será uno de los factores clave para alcanzar los objetivos de éxito.

Para Gonzales (2014) sobre las empresas se tiene que:

En resumen, los problemas que se han podido observar es que los micros y pequeños empresarios del sector textil en el distrito de La Victoria, afrontan una serie de dificultades relacionada con la falta de experiencia en competencia técnica y competencia gerencial. Así también, la existencia de la informalidad de las empresas, ya que no están acogidas a la ley, lo que significa que se desempeñan al margen de ella; o no están contempladas en la práctica, es decir que, si bien estas personas operan dentro del ámbito de la ley, ésta no se aplica o no se cumple; o por la falta de conocimiento en los incentivos al régimen de las MYPE, en el acceso a las fuentes de financiamiento que ofrecen las entidades financieras. Si bien es cierto las MYPES son parte de la fortaleza productiva del país, se han podido observar una serie de errores, originado muchas veces por una mala gestión en el negocio.

Para Gonzales (2014) sobre las empresas se tiene que:

A lo anterior se debe sumar, a los factores que perjudica el progreso de las pequeñas y medianas empresas consiste en no se toman en cuenta las contingencias de las institución o de su contexto socioeconómico por la falta de una planeación, organización, dirección, coordinación y control de los recursos de la empresa, lo cual están contempladas en la Ley n° 28015 y que en más de una oportunidad le hacen caso omiso, trayendo consigo una serie de dificultades que no permite que la empresa siga en marcha correctamente.

Para Gonzales (2014) sobre las empresas se tiene que:

En el análisis y estudio de nuestras variables se puede observar la relación que guarda la gestión empresarial y competitividad de las MYPES, debido a que para ser competitivos se debe realizar una correcta gestión empresarial la cual abarca una serie de actividades que deben seguir los microempresarios, los mismos que se encuentran mencionados en la Ley.

La gestión empresarial permite que los microempresarios puedan darle un valor agregado a su negocio mediante una correcta planificación, un control de su gestión, brindándole también herramientas de crecimiento y fomento del negocio como son la exportación, acceso al financiamiento, asociatividad empresarial que les permite ser más competitivo en el mercado del sector textil del Emporio de Gamarra en el distrito de La Victoria donde desarrollan sus actividades; así también fomentar la formalización de los microempresarios mediante los beneficios que otorga el Estado mediante la Ley mencionada, que muchas veces no son captadas en su totalidad por los dueños del negocio y perdiendo la oportunidad de expandirse y crecer formalmente. Así mismo la competitividad juega un rol muy importante dentro de la gestión ya que es una forma de evaluación de como se está llevando a cabo el negocio, si es competitivo en el mercado puede concluir que está realizando una correcta gestión empresarial debido a que puede hacer uso de todos los beneficios otorgados por la Ley que lo hacen competitivo frente a los negocios del mismo rubro.

Para Gonzales (2014) sobre las empresas se tiene que:

Culminados y analizados los resultados del trabajo de campo, se llegó a las siguientes conclusiones: El mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial. La gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento

empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero. Un gran número de empresas no cuenta con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la Ley. La mayoría de las empresas no cuenta con una apropiada política empresarial, imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras.

Para Gonzales (2014) sobre las empresas se tiene que:

Al concluir el presente trabajo se arriban a las siguientes recomendaciones: Hacer uso de la tecnología, logística y todos los factores de gestión empresarial con la finalidad de formalizarse y ser competitivas en el mercado del sector textil del Emporio de Gamarra ubicado en el distrito de La Victoria. Elaborar un buen planeamiento empresarial con la finalidad de tener de manera clara y definida sus metas y objetivos, lo que va a permitir crecer aprovechando las oportunidades del mercado, como la exportación de sus productos a los países cercanos como Brasil, Ecuador, Argentina y Colombia. Contar con una sólida organización empresarial de tal manera que puedan alcanzar su potencial de crecimiento, siendo una de las acciones más importantes a realizar la asociación con otras empresas aprovechando los beneficios otorgados por la Ley. Los microempresarios deben adoptar adecuadas políticas crediticias, de inversión, financieras o de precios, lo que les permitirá acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras y así aprovechar los beneficios otorgados por la Ley

Según Caresani (2010) sobre las empresas se tiene que: La adopción de adelantos y metodos en los procedimientos de fabricación y en las mercancías, apareja un valor yuxtapuesto fundamentado en su exclusividad.

Dentro de este contexto, el examen del comportamiento dirigido a incorporar nuevos productos, a mejorar lo existentes, a crear otra calidad, etc., en las pequeñas y medianas empresas técnicas se debe al hecho de adquirir mayores posibilidades para rivalizar con otras en el mercado y en la posibilidad de acceder a avances científicos.

Con fundamento en datos obtenidos en los países Suramericanos en la década del noventa del siglo pasado, las políticas innovadoras implementadas no fueron fruto de un acuerdo sino, por el contrario, por iniciativa propia aunque, si se debe reconocer que se orientaron por Manual de Oslo y el cuestionario de la primera Encuesta Comunitaria de Innovación (Community Innovation Survey) –CIS-.

2.3 MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. CONCEPTOS DE PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL

PROCESOS EMPRESARIALES:

Para Koontz, Weihrich y Cannice (2012):

Las funciones gerenciales proporcionan una estructura útil para organizar el conocimiento administrativo. Todas las nuevas ideas, los nuevos descubrimientos de investigación o técnicas puedan colocarse con facilidad en las clasificaciones de planear, organizar, integrar personal, dirigir o controlar.

Planear: Planear incluye elegir misiones y objetivos, y las acciones para lograrlos; requiere decidir, es decir, elegir proyectos de acciones futuras entre alternativas. Como se verá, hay varios tipos de planes: entre los que se destacan aquellos que se implementan para lograr las metas y otras encaminados a una acción concreta, como ordenar un tornillo especial de acero inoxidable para un instrumento, o contratar y capacitar trabajadores para una línea de ensamblaje. Un plan verdadero no existe hasta que se tome una decisión, se puede presentar un programa en el que se presentan todas

las estrategias en el uso de los recursos pero, no se realiza hasta que la gestión no tome tal determinación.

Organizar: Las personas que trabajan juntas en grupos para alcanzar una meta deben tener funciones que desempeñar, tal como los papeles que los actores desempeñan en una obra, ya sea que ellos mismos las desarrollen, sean accidentales o fortuitas, o definidas y estructuradas por alguien que quiere asegurarse de que contribuyan de manera específica al esfuerzo del grupo.

El concepto de función supone que lo que las personas hacen tiene un propósito u objetivo definido: saben de qué manera se ajusta su objetivo de trabajo al esfuerzo del grupo y tienen la autoridad, las herramientas y la información necesarias para realizar la tarea. Esto puede verse en algo tan simple como el esfuerzo de un grupo para instalar el campamento en una expedición de pesca; todos podrían hacer lo que quisieran, pero seguro que la actividad sería más efectiva y se harían todas las tareas si se asigna una o dos personas a reunir leña para la fogata, otras a conseguir agua, una más a encender el fuego, varias a cocinar, etcétera.

Organizar, es uno de los elementos de la dirección de una entidad mediante la cual se asigna el íntegro de las tareas que deben cumplir los empleados y funcionarios para alcanzar sus ideales.

El propósito de una estructura organizacional es ayudar a crear un ambiente para el desarrollo humano, por lo que es una herramienta administrativa y no un fin en sí; aunque la estructura define las tareas a realizar, las funciones así establecidas también deben diseñarse con base en las habilidades y motivaciones de las personas disponibles. Diseñar una estructura organizacional efectiva no es una tarea gerencial sencilla; para hacer que las estructuras se ajusten a las situaciones se enfrentan muchos

problemas, incluidos el de definir los tipos de trabajos que deben realizarse y el de encontrar a las personas que los hagan.

Integrar el personal: Integrar el personal requiere cubrir y mantener cubiertos los puestos de la estructura organizacional. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo; inventariar a las personas disponibles y reclutar, seleccionar, colocar, promover, evaluar y planear sus carreras; compensar y capacitar o, de otra forma, desarrollar candidatos u ocupantes actuales de puestos para que las tareas puedan cumplirse con efectividad y eficiencia. Este tema se tratará en la cuarta parte.

Dirigir: Dirigir es influir en las personas para que contribuyan a las metas organizacional y de grupo; asimismo, tiene que ver sobre todo con el aspecto interpersonal de administrar. Todos los gerentes coinciden en que la mayoría de sus principales problemas surgen de las personas, sus deseos y actitudes, así como de su comportamiento individual y en grupo, y en que los gerentes efectivos también requieren ser líderes efectivos.

Controlar: debe entenderse como la acción dirigida a evaluar y modificar de ser necesario, que el cumplimiento de sus de las funciones por parte de los empleados y de las acciones por parte de la dirección estén acordes con los programas, de manera que, esta herramienta coadyuve con éstos.

Las actividades de control casi siempre se relacionan con la medición del logro. Algunos de los medios de control, como el presupuesto de gastos, los registros de inspección y el registro de horas de trabajo perdidas, son bastante conocidos; cada uno de estos índices muestra si los planes funcionan, y si las desviaciones persisten deben tomarse medidas correctivas, por supuesto que éstas deben llevarse a cabo por personas de la organización pero, ¿qué debe corregirse? Nada puede hacerse, por

ejemplo, para reducir los sobrantes o comprar según las especificaciones, o gestionar las devoluciones de ventas, a menos que alguien sepa quién es el responsable de esas funciones”. (pp. 30-33).

RECURSOS EMPRESARIALES:

Para Koontz, Weihrich y Cannice (2012):

“Los recursos empresariales están referidos a los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos; los cuales deben tener las mejores condiciones, la cantidad y calidad necesarias y además agruparse en las actividades según las funciones de una empresa (departamentalización por funciones de la empresa o funcional) refleja lo que ésta hace típicamente. Dado que todas las compañías crean algo útil y deseado por otros, sus funciones básicas son producir (crear utilidad o agregar utilidad a un producto o servicio), vender (encontrar usuarios, pacientes, clientes, estudiantes o miembros que estén de acuerdo en aceptar el producto o servicio a un precio o costo) y financiar (reunir y cobrar, ahorrar y gastar eficazmente los fondos); por tanto, resulta lógico agrupar sus actividades en departamentos como el de ingeniería, producción, ventas (o marketing) y finanzas. A menudo estas áreas funcionales no aparecen en el organigrama. Primero, porque no existe una terminología generalmente aceptada: una empresa manufacturera puede utilizar los términos producción, ventas y finanzas; mientras que un mayorista se interesa por las actividades de compra, venta y finanzas; una ferrocarrilera, por operaciones, tráfico y finanzas. Una segunda razón por la que los términos varían es que a menudo las actividades básicas difieren en importancia: los hospitales no tienen departamentos de ventas y las iglesias no tienen los de producción; lo que no significa que dichas actividades no se realicen, sino que no están especializadas, o bien que su tramo es más estrecho, por lo que se integran con otras actividades. Un tercer motivo para que los departamentos de ventas, producción

o finanzas no aparezcan en muchos organigramas es que intencionalmente se hayan elegido otros métodos de departamentalización, es decir, puede que los responsables de la empresa decidieran organizarse sobre la base de productos, clientes, territorios o canales de marketing (la forma en que los bienes o servicios llegan al usuario).

La departamentalización funcional es el sistema que más se emplea para organizar actividades y está presente —al menos en algún nivel— en la estructura organizacional de casi cualquier empresa. Las características de las funciones de ventas, producción y finanzas son tan ampliamente reconocidas y entendidas que no sólo representan la base de la organización departamental, sino que también —y muy a menudo— la departamentalización al más alto nivel. La coordinación de actividades entre departamentos puede lograrse mediante reglas y procedimientos, varios aspectos de la planeación (como metas y presupuestos), la jerarquía organizacional, las relaciones interpersonales y, en ocasiones, los departamentos de enlace; un departamento de este tipo puede utilizarse para tratar el diseño o los problemas de modificación entre ingeniería y manufactura”. (pp. 218-220).

MEDIOS EMPRESARIALES:

Para Koontz, Weihrich y Cannice (2012):

“Aun cuando son muchos los medios que utiliza una empresa, estos pueden ser tangibles e intangibles. Dentro de este último aparece la influencia del líder en la cultura de la organización. Los gerentes, en especial los de más elevado cargo, son quienes crean el clima de la empresa: sus valores influyen en la dirección de la misma. Aun cuando el término valor se utiliza de maneras distintas, un valor puede definirse como la creencia relativamente permanente sobre lo que es o no apropiado, y orienta las acciones y el comportamiento de los empleados en el cumplimiento de las metas de la organización. Los valores pueden considerarse una forma de ideología que permea

las decisiones cotidianas. En muchas compañías exitosas los líderes corporativos, impulsados por los valores, desempeñan la función de modelos, establecen los estándares de desempeño, motivan a los empleados, hacen especial a la compañía y son un símbolo para el ambiente externo. Fue Edwin Land, el fundador de Polaroid, quien creó un ambiente organizacional favorable para la investigación e innovación; Jim Treybig de Tandem, en Silicon Valley, cerca de San Francisco, insistió en que cada persona es un ser humano que merece ser tratada en consecuencia; William Cooper Procter, de Procter & Gamble, operó la compañía con el lema: “Haz lo correcto”; fue Theodore Vail de AT&T quien atendió las necesidades de los clientes al dar importancia al servicio; Woolard, director ejecutivo de DuPont, inició el programa “Adopte un cliente”, en el que se alienta a los trabajadores a visitar a sus clientes una vez al mes para atender sus necesidades y preocupaciones. La cultura de la organización creada por los líderes corporativos puede conducir a que las funciones gerenciales se desarrollen de maneras muy distintas. El liderazgo es el mejor medio para concretar la mejora continua y competitividad empresarial”. (pp. 265- 266).

TECNOLOGÍA EMPRESARIAL:

Para Varela, R. (2008):

“Para todos es conocida la velocidad a la cual la ciencia y la tecnología se han venido desarrollando. Sam Hill indica que, en 1997, la lista de las 10 invenciones más importantes estaba compuesta por electricidad, microprocesadores, computadores, ADN, teléfono, automóvil, Internet, televisión, refrigeración y avión. En nuevas listas de áreas de desarrollo tecnológico se incluyen: ciencias de los materiales, computadores orgánicos, tecnología de reconocimiento, tecnología láser, realidad virtual, óptica, genómica, fotónica, inteligencia artificial, nanotecnologías, polimerización, clonación, biometría, máquina de visión, encriptación, oceanografía,

robótica, biónica, bioquímica, microtecnología, celdas de combustible, farmacología, nutrición, epidemiología, medicina, ergonomía, satélites, metalurgia, telemetría, microprocesadores, tecnología inalámbrica, manejo de información, ingeniería biomédica, terapia hormonal, telecomunicaciones, manipulación de microorganismos, trabajo con células madres, digitalización, sistemas de información geográfica, etcétera. Y, claro, nadie alcanza a tener el conocimiento básico sobre el significado y alcance de todas estas áreas. Pero es en ellas donde estarán las “gacelas” del futuro, donde las nuevas empresas con altísimo valor agregado aparecerán; y será el manejo de este conocimiento el que dará surgimiento a las nuevas potencias”.

Asimismo se debe tener en cuenta que “En 1995, la oficina de patentes de los Estados Unidos otorgaba 100.000 reconocimientos; y en el 2000, llegó a 150.000. Sólo nueve países generan más de 50 patentes/año/millón de habitantes. Ningún país latinoamericano se encuentra entre ellos. Según el reporte de competitividad global del Foro Económico Mundial 2002-2003,²⁶ el número de patentes de utilidad registradas, por millón de habitantes, en el 2001 era de 314 en Estados Unidos, 260 en Japón, 1,4 en la Argentina, 1,1 en Venezuela, 0,8 en México, 0,6 en Brasil, 0,3 en Colombia y 0,1 en Perú”.

Por otro lado, “mientras Suecia gasta casi el 4% de su producto interno bruto (PIB) en investigación y desarrollo (I&D), los países latinoamericanos estamos por debajo del 1%. En el caso colombiano, la inversión en ciencia y tecnología –según Colciencias–²⁷ fue del 0,53% para los años 2004 y 2005. Aquí está una de nuestras grandes debilidades: al no dedicar grandes inversiones a la formación avanzada en ciencia y tecnología, al no disponer de centros de investigación y desarrollo, al no asignar dineros para investigación, al no estimular adecuadamente los procesos investigativos, nos hemos quedado muy atrás. El tema de la propiedad intelectual ha sido uno de los

más debatidos en los acuerdos de libre comercio; pero estos acuerdos no resuelven el problema de base, que es la urgente necesidad de hacer desarrollos propios que nos permitan competir en un mundo de productos más pequeños, más livianos, más integrados, más amigables, más productivos, etcétera. Aquí, de nuevo, las transformaciones en los sistemas educativos y la importancia que se le dé a la gestión tecnológica en todas las organizaciones son factores claves de desarrollo”. (pp. 43-46).

RESULTADOS EMPRESARIALES:

Para Varela, R. (2008):

“Toda empresa apunta a tener mejores resultados. Pero los mismos no necesariamente son financieros, si no también económicos, sociales y de otro tipo. Aunque para obtener dichos resultados se tiene que pasar un proceso e ir avanzando por etapas hasta concretar el crecimiento pleno. En ese sentido, los objetivos de crecimiento encuentran barreras como las siguientes: competencia con empresas muy bien posicionadas, falta de estrategias; falta de capacidad interna bien sea técnica, administrativa, financiera o humana; falta de liquidez; falta de tecnología; clima económico inadecuado; tasas de interés altas y dificultades de acceso al crédito; falta de capital fresco, bien sea de los socios originales o de nuevos socios; reglamentaciones estatales; falta de sistemas de información y de decisión; falta de diversificación del portafolio de productos; falta de dinámica del mercado local; falta de mano de obra calificada; falta de materias primas; falta de liderazgo empresarial. El papel del grupo empresarial es lograr identificar las barreras que afectan la empresa en particular y encontrar formas de vencerlas”.

Estrategias genéricas para el crecimiento:

“1. Desarrollar mercados y productos. Si se trabaja en el mercado actual, con los productos actuales, se tiene un crecimiento lento pero de bajo riesgo y el potencial es muy limitado. Si se trabaja en un nuevo mercado con los productos actuales, se puede

lograr una mayor velocidad de crecimiento, manteniendo el nivel de riesgo, pero el potencial dependerá de la aceptación del producto y del tamaño del nuevo mercado. Si se trata de introducir nuevos productos en el mercado actual, el crecimiento puede ser rápido, pero el riesgo es más alto y, por lo general, se requieren inversiones significativas. El potencial es limitado y depende de la aceptación del nuevo producto. Si se trata de trabajar nuevos productos en nuevos mercados, el riesgo es muy alto y el potencial de crecimiento también lo es; todo ello acompañado de una inversión alta. Esta estrategia de diversificación permite distribuir el riesgo, ampliar mercados, utilizar capacidad o recursos disponibles, crear sinergias ante los productos, balancear fenómenos estacionales, contrarrestar obsolescencia, etcétera”.

“2. Adquirir licencias para elaborar productos y/o hacer alianzas con otros distribuidores. Esta estrategia de elaborar un producto de otra empresa permite crecimiento rápido con bajo nivel de riesgo y con inversión moderada. Tiene la ventaja de que no hay necesidad de invertir y esperar resultados de los procesos de investigación y desarrollo y se trabaja con un producto/servicio posicionado ya en el mercado. La estrategia de venderle a otro productor el derecho de vender nuestro producto/servicio es una acción de muy bajo riesgo, de muy baja inversión y que puede proveer un crecimiento significativo. Hay que tener cuidado, al usar esta estrategia, de que el otorgante de la licencia no afecte mis propios mercados”.

“3. Franquicias. Esta estrategia, que ha tenido una gran recepción a escala mundial, implica la autorización a otra persona o empresa para el establecimiento de una instalación que produce y vende productos y servicios bajo los mismos lineamientos de mi organización. Por tanto, transfiero el producto/servicio, la tecnología, la marca, la imagen, el know-how, las estrategias, los esquemas administrativos, etcétera. Es un mecanismo de crecimiento rápido para el dueño del concepto (franquiciador); no le

exige inversión, pues la inversión la hace el franquiciado, no hay mayores riesgos y puede generar mucho potencial de crecimiento. Por lo general, cubre mercados geográficos diferentes”.

“4. Alianzas estratégicas y joint ventures. Las joint ventures ocurren cuando dos o más firmas deciden tener una nueva compañía que es propiedad de ambas. Las alianzas estratégicas son acuerdos, formales o informales, que dos empresas realizan para enfrentar una situación particular. Este tipo de actividades tiene, en general, riesgos bajos y potencial de crecimiento alto; pero puede requerir inversiones significativas. Son necesarias para reforzar fortalezas y compensar debilidades”.

“5. Adquisiciones y fusiones. La adquisición ocurre cuando la firma A absorbe a la firma B, pero todo continúa operando bajo la firma A. La fusión ocurre cuando la firma A absorbe a la B pero operan como la firma C. Ésta es una estrategia de alto riesgo, con un gran potencial, de rápida respuesta, pero de alto nivel de inversión.

“Racionalización. Esta estrategia implica un análisis detallado de las actividades, líneas, productos, mercados que no son rentables, y la eliminación de ellos. Muchas veces implica reducciones de personal pero crecimiento en utilidades y en rentabilidad. Es de bajo riesgo, produce efectos rápidos, su potencial es limitado y las inversiones son bajas”.

“Al analizar cualquiera de estas estrategias, es necesario mirar su factibilidad, su aceptabilidad y su conveniencia, entendidas como la existencia de recursos, la disposición de los grupos que intervienen para seguir las y la posibilidad de lograr los resultados buscados. La literatura técnica administrativa está llena de teorías, modelos y escuelas que buscan explicar por qué unas empresas logran crecer y otras no lo hacen e, incluso, algunas fracasan. Todas ellas involucran la consideración de factores internos y externos. Julien, en su libro *Las pymes: balance y perspectivas*, hace un análisis detallado de

muchas de ellas y Franco plantea una revisión bibliográfica detallada y actualizada sobre este tema. Estos dos elementos pueden ser útiles para quienes deseen investigar con profundidad este tema. Timmons indica que, en general, los procesos de crecimiento de las empresas no son tan lineales y que, en general, no siguen mucho a los modelos, pues con frecuencia se presentan, según él, procesos de interrupciones, caídas, ascensos, brincos, resbalones, etcétera. Por último, explica que Ed Mar caracteriza las etapas como wonder, blunder, thunder, plunder y asunder. Wonder. Es el primer período, donde todo es maravilloso, donde hay posibilidad de éxito y dudas de fracaso. Blunder. Es el segundo período donde las decisiones críticas aparecen, o se da la falla o el abandono y se reconoce que se cometió un disparate, o se sigue creciendo y se reconoce que se acertó. Thunder. Es el tercer período en el cual la empresa se fortalece, genera flujo para el empresario, todo suena bien y la empresa consolida su posición de ganadora y hace ruido con su éxito. Plunder. Es la época del ordeño, en la cual el empresario y su familia perciben y disfrutan el éxito empresarial. Asunder. Es la etapa de transición generacional, en la cual la generación de sucesores toma la empresa y la lanza a un nuevo escenario de crecimiento o, de pronto, se toma la decisión de retiro y la empresa se vende o se liquida”. (pp. 494-498).

2.3.1. CONCEPTOS DE MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

ECONOMÍA EMPRESARIAL

Para Terry (2014):

“La economía empresarial consiste en gastar menos y más provechosamente; esto es posible analizando las distintas ofertas de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos; estos deben ser al menor costo posible. Las empresas deben contratar a los trabajadores más adecuados y solo los necesarios para no incurrir en mayores costos. Los materiales, como materias primas e insumos, estos deben ser en cantidad y calidad adecuados para no afectar los costos generales de la empresa, y así sucesivamente tiene que obtenerse los menores costos y el mayor beneficio posible de los mismos. Aun cuando esto no es fácil, pero haciendo el esfuerzo necesario se puede lograr. Incluso modernamente se mide la capacidad de la gerencia por la reducción de costos que lleve a cabo en cada día de su gestión.”. (pp. 101-103).

EFICIENCIA EMPRESARIAL

Según Stoner (2014):

“La eficiencia empresarial es hacer las actividades empresariales de la mejor manera, buscando lograr los mejores productos, mejores servicios, buscando generar valor en los clientes. La eficiencia empresarial va de la mano con el economía empresarial y también con le efectividad empresarial; por cuanto con menores costos y mayores beneficios se busca lograr que todo se obtenga con eficiencia. La eficiencia sin el logro de las metas y objetivos no tiene sentido. En este marco todo tiene que estar ligado, relacionado.

La eficiencia empresarial se enmarca con la racionalización de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos. En buena cuenta en utilizar lo exactamente necesario para las actividades empresariales, ni más ni menos, lo exacto para no despilfarrar nada, ni tampoco afectar la calidad de los bienes y servicios que se prestan”. (pp. 408-412).

EFFECTIVIDAD EMPRESARIAL

Según Sallenave (2014):

“La efectividad empresarial no es otra cosa que un atributo que logran las empresas en razón de su buena economía, de su eficiencia, de su calidad, de su productividad.

La efectividad empresarial es lograr los resultados que las empresas han predeterminado.

Los resultados se plasman en metas y objetivos empresariales y estos a su vez se relacionan con las ventas, los costos, los gastos, con todo lo que lleva a cabo las empresas.

Para lograr las metas y objetivos todo tiene que encaminarse de la mejor manera, de modo que los recursos sean bien utilizados y terminen dando los resultados que las empresas necesitan para permanecer en el mercado y obtener la rentabilidad más adecuada para los fines de dichas empresas”. (pp. 520-521).

Según Salirrosas (2014):

“La efectividad empresarial es factible de lograr mediante una adecuada planeación de los recursos, las actividades, los procesos y procedimientos empresariales.

La efectividad empresarial tiene mucho que ver con la dirección empresarial, es decir con el liderazgo, con la toma de decisiones empresariales.

La efectividad empresarial es factible con la adecuada coordinación de todos los elementos empresariales para encaminarlos al logro de las metas y objetivos

empresariales.

La efectividad empresarial es posible con un buen control interno y externo en los recursos y actividades empresariales. Asimismo con el control previo, simultáneo y posterior de los recursos y actividades empresariales. ”. (pp. 378-380).

CALIDAD TOTAL:

Varela (2008):

La calidad referida a un producto, se entiende como aquel que ha sido fabricado de manera inmejorable, en cuanto a los empleados se concreta en el apropiado ejercicio de sus funciones. Este apelativo, se asigna y/o se logra como conciencia de haber sometido el producto o servicio a una cadena de experimentos sobre las cuales se avala esta condición.

Una conceptualización más práctica se estructura en torno a la funcionalidad del artículo, por ende indica si funciona o no.

En el ámbito del marketing se dirige a publicitar los métodos que permitieron su fabricación.

Para las empresas que elaboran productos a mano se entiende como: la calidad de sus materias primas, la calificación de los artesanos, etc. lo que trae aparejado un mayor valor, lo cual lo hace accesible solo a determinada clase social. Otro factor que influye en la calidad es el buen nombre o reputación que tiene el producto o empresa que los fabrica en los compradores.

GENERACIÓN DE VALOR:

Paras Brujó (2014) y Eoi (28 de mayo del 2013) en la Generación de valor en la empresa; indican que:

“Una empresa, como sociedad de capital, es una maquinaria cuyo objeto es la generación de valor: la inversión de los recursos económicos, aportados por la propiedad de la sociedad, permite generar nueva riqueza (valor), en el caso más general, gracias al trabajo de sus empleados. La razón primera para la inversión de recursos es esa generación adicional de riqueza que se espera conseguir. En estas

condiciones, parece claro que el objetivo de cualquier directivo de una empresa debe ser la generación de valor para el accionista.

La forma más fácil de medir esa generación de valor es, desde luego, en términos económicos. El capital, abstracción de este valor, es la medida del éxito en la gestión empresarial y los beneficios económicos la mejor representación.

Para algunos, sin embargo, de esta forma se están ignorando otras formas de valor que no necesariamente generan un beneficio económico. En términos de sostenibilidad, el valor debería incluir, al menos, una componente medioambiental y una componente social; hay quién incluye, también, como valor para el accionista, aspectos intangibles como su propia autorealización. En el intento de gestionar estos intangibles se encuentra la base de la responsabilidad social corporativa tan de moda últimamente en las empresas.

Independientemente de la naturaleza de algunos de estos intangibles, el creciente interés por el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa pone de manifiesto un posible problema en la aplicación pura y simple del paradigma de la generación de valor para el accionista, medido exclusivamente en términos de los beneficios y dividendos que se generan y reparten: se trata de la disyuntiva entre el bien propio y el bien común. Y es que, en ocasiones (o con bastante frecuencia), maximizar los beneficios individuales supone una estrategia en la que, finalmente, todos pierden.

Más allá de demonizar el capitalismo, su versión más tradicional presupone que la competencia es la generadora de avance, en todos los sentidos, por la vía de que los individuos, en el afán de conseguir el máximo beneficio individual, innovan y encuentran nuevas formas de afrontar los problemas. La supervivencia del individuo más adaptado permite una suerte de selección natural motor del progreso.

Tradicionalmente se suele poner como ejemplo de este modelo a la sociedad norteamericana y se hace referencia a su innegable éxito en muchos aspectos. No obstante, esta teoría de que del maximizar el bien individual se deduce, en último lugar el progreso social se ha puesto en entredicho, o, al menos el que sea la forma más eficiente de conseguirlo.

La razón para ello es que, en ocasiones, maximizar el bien común está en contradicción con maximizar el de los individuos, como se pone de manifiesto en el famoso dilema del prisionero. Además, para algunos, el hecho de que el hombre sea un animal social es la prueba evidente de este argumento: la selección natural nos ha hecho sociales, nos ha hecho buscar el bien común de nuestro entorno, en ocasiones, a costa del nuestro propio, y esa actitud es, posiblemente, una de las mayores y mejores adaptaciones para sobrevivir. La solidaridad, entendida en un sentido amplio, es una forma de progreso, probablemente superior a la maximización de los intereses individuales.

Y, para muestra, quizá sea interesante recordar la historia reciente de la telefonía móvil. La primera generación de telefonía móvil (1G) surgió en Estados Unidos y tuvo un desarrollo importante, aunque fragmentado ya que cada fabricante disponía de su propia tecnología, generalmente incompatible. Se aplicó el paradigma de que los actores compitiesen para desarrollar el mejor producto y tener mayores beneficios. Sin embargo, el sistema no creció ni se desarrolló tal y como podría haberse predicho. Por otro lado, en Europa, se desarrolla un nuevo sistema de telefonía móvil (que se convertirá en GSM ó 2G) con una premisa diferente: ha de ser compatible a lo largo de todos los países europeos. De hecho, el acrónimo, que en un principio podría ser pretencioso, significa Global System for Mobile communications. El desarrollo del GSM se llevó a cabo por empresas competidoras naturales que, sin embargo,

sometieron sus intereses particulares a un objetivo común. El resultado fue una de las pocas ocasiones en las que Estados Unidos ha estado, en los últimos tiempos, tecnológicamente por detrás y, efectivamente, el GSM se convirtió en un sistema global.

La generación de valor para el accionista debe ser, sin duda, el objetivo de cualquier directivo, sin embargo, el mayor riesgo está en considerar este valor en términos demasiado locales, llevando a una suerte de egoísmo de maximización de los beneficios económicos individuales. Es cierto que lo que no se puede medir es difícil de mejorar y, también es cierto que el beneficio individual es el elemento más fácil de medir, no obstante, cuando tu única herramienta es un martillo, todo te parecen clavos... Es necesario incorporar otras medidas de valor que incluyan el beneficio global, medioambiental y social (sostenible) y, también, por qué no, personal del accionista". (Varela, pp. 35-43).

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS PRINCIPAL

La productividad influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

2.4.2. HIPÓTESIS SECUNDARIAS

- 1) Los procesos empresariales intervienen en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 2) Los recursos empresariales se infieren en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 3) Los medios empresariales interceden en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 4) La tecnología empresarial influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 5) Los resultados empresariales se infieren en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.

CAPÍTULO III:

MÉTODO

3.1 TIPO DE INDAGACIÓN

- 1) Por su tipo esta investigación es de tipo aplicada.
- 2) Es de tipo aplicada porque se busca considerar a la productividad empresarial para aplicarlo en la solución de la deficiente mejora continua empresarial.
- 3) También se busca aplicar la productividad empresarial en la competitividad de las empresas.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

- 1) El estudio es descriptivo, toda vez que se detallan: la productividad empresarial, la mejora continua y competitividad de las empresas
- 2) Explicativo, en la medida que se demuestra la manera como la productividad empresarial incide en la mejora continua de las entidades.
- 3) También es de tipo explicativo porque explica la forma como la productividad empresarial facilita la competitividad de las empresas.
- 4) También es de tipo correlacional, por cuanto se enmarca en la causa-efecto; es decir la productividad empresarial como causa y la mejora continua y competitividad como efecto en las empresas.

3.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este trabajo se aplicaron varios métodos, siendo los más importantes los siguientes:

- 1) **Descriptivo.** Este método ha permitido detallar todos los aspectos relacionados con las variables e indicadores de la investigación desarrollada.

- 2) **Inductivo.** Este método ha permitido tomar la información partiendo de lo particular a lo general, pero siempre sobre las variables e indicadores del trabajo realizado.
Con este método tiene sentido inferir los resultados de la muestra en la población.
- 3) **Deductivo.** Con este método, al contrario del anterior, se ha tratado todos los eventos partiendo de lo general a lo particular.
- 4) **Estadístico.** Este método ha permitido tratar los resultados obtenidos y aplicar la correspondiente contrastación de los mismos y determinar la validez total.

3.4. DISEÑO DE LA INDAGACIÓN

- 1) Se ejecutó el no experimental por cuanto, no se requirió la comprobación real de los hechos, se aceptaron como tales los supuestos del investigador.
- 2) El diseño no experimental se concreta en no manipular los resultados obtenidos de la productividad empresarial y la mejora continua y competitividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria
- 3) Los hechos observados sobre la productividad empresarial y la mejora continua y competitividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria; se mantienen tal cual tal como se dan en el aspecto natural.

3.5 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Este procedimiento se ha adelantado teniendo como base los resultados de las preguntas del instrumento, dichos resultados son ingresados al software estadístico y sobre el mismo determinamos la correlación y regresión correspondientes, todo lo cual permite contrastar la hipótesis de la investigación.

3.6. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

VARIABLES E INDICADORES DE LA INVESTIGACION:

VARIABLES	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE X. PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	X.1. Procesos empresariales
	X.2. Recursos empresariales
	X.3. Medios empresariales
	X.4. Tecnología empresarial
	X ₅ . Resultados empresariales
VARIABLE DEPENDIENTE Y. MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Y.1. Economía empresarial
	Y.2. Eficiencia empresarial
	Y.3. Efectividad empresarial
	Y.4. Calidad total
	Y.4. Generación de valor en el cliente
DIMENSIÓN ESPACIAL: Z. EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA	

Fuente: Modelo de investigación realizada

**OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES, INDICADORES E ÍNDICES DE
LA INVESTIGACION:**

VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES	Nº DE ITEM	RELACIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE X. PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	X.1. Procesos empresariales	Grado de los procesos empresariales	2	X- Y- Z X.1., Y, Z X.2. , Y., Z X.3., Y., Z X.4., Y., Z X.5., Y., Z
	X.2. Recursos empresariales	Grado de los recursos empresariales	2	
	X.3. Medios empresariales	Grado de los medios empresariales	2	
	X.4. Tecnología empresarial	Grado de la tecnología empresarial	2	
	X.5. Resultados empresariales	Grado de los resultados empresariales	2	
VARIABLE DEPENDIENTE Y. MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Y.1. Economía empresarial	Grado de economía empresarial	2	
	Y.2. Eficiencia empresarial	Grado de eficiencia empresarial	2	
	Y.3. Efectividad empresarial	Grado de efectividad empresarial	2	
	Y.4. Calidad total	Grado de calidad total	2	
	Y.4. Generación de valor en el cliente	Grado de generación de valor en el cliente	2	
DIMENSIÓN ESPACIAL: Z. EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA				

Fuente: Modelo de investigación realizada.

3.7 POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Para la población se tomó en cuenta a 136 representantes las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria

3.8 MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la muestra se tuvo en cuenta a 100 personas representantes de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria

3.9 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.9.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los datos se obtuvieron a través de:

- 1) **Encuestas.**- Resuelta por los representantes las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria considerados en la muestra, con el propósito de enterarnos a cerca de sus opiniones sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 2) **Toma de información.**- Se aplicó para tomar información sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 3) **Análisis documental.**- Se utilizó para evaluar la información sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.

3.9.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Para recoger los datos no servimos de:

- 1) **Cuestionarios.**- Estos documentos han contenido las preguntas sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 2) **Fichas bibliográficas.**- Se utilizaron para tomar anotaciones sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 3) **Guías de análisis documental.**- Se utilizaron para analizar los datos sobre las variables e indicadores considerados en el estudio.

3.10 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Para ordenar los datos que empleamos en el estudio nos valimos de:

- 1) **Sistematización y codificación.**- Empleada con el objeto de agrupar la información sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 2) **Registro manual.**- Se aplicó para tratar las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 3) **Proceso computarizado con Excel.**-Se aplicó para procesar los datos sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 4) **Proceso computarizado con SPSS.**-Se utilizó para procesar los datos sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.

3.11. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Se usaron:

- 1) **Análisis documental.**- Posibilitó analizar la información sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 2) **Indagación.**- Esta técnica facilitó indagar toda la información sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 3) **Conciliación de datos.**- Esta técnica permitió comparar la información sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.
- 4) **Tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes.**- Esta técnica permitió organizar la información sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.

Comprensión de gráficos.- Esta técnica permitió comprender la información sobre las variables e indicadores de la investigación realizada.

CAPITULO IV:

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para este efecto se debe, en primer lugar incoar:

Hipótesis nula:

H0: La productividad **NO** influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

Hipótesis Alternativa:

H1: La productividad influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

TABLA DE ESTADÍSTICOS:

ESTADÍSTICOS		PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
Muestra	Válidos	100	100
	Perdidos	000	000
Media		86.10%	86.62%
Desviación típica.		3.57%	3.42%

Fuente: Encuesta realizada

TABLA DE CORRELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES:

VARIABLES DE LA INVESTIGACION	INDICADORES ESTADÍSTICOS	PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL	Correlación de Pearson	100%	86.15%
	Sig. (bilateral)		3.37%
	Muestra	100	100
MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Correlación de Pearson	86.15%	100%
	Sig. (bilateral)	3.37%	
	Muestra	100	100

Fuente: Encuesta realizada

TABLA DE REGRESION DE LA INVESTIGACION:

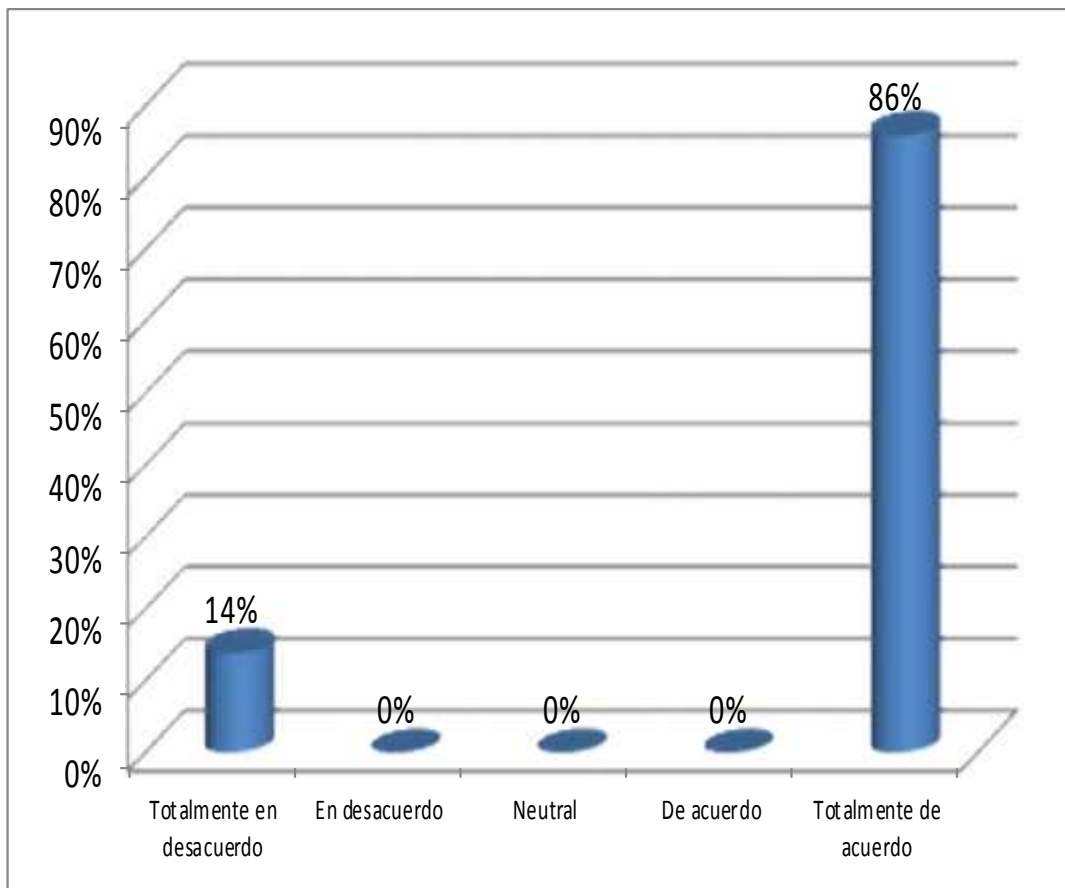
Modelo	Coefficiente de Correlación (R)	Coefficiente de Determinación Lineal (R²)	Coefficiente de correlación lineal corregido (R² Corregido)	Error típ. de la estimación
1	86.15%	83.22%	78.70%	2.85%

Fuente: Encuesta realizada

4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Figura 1:

La productividad empresarial está dada por, el buen manejo de los medios que emplea la empresa para alcanzar sus objetivos, respecto a la cantidad de mercancías elaboradas.



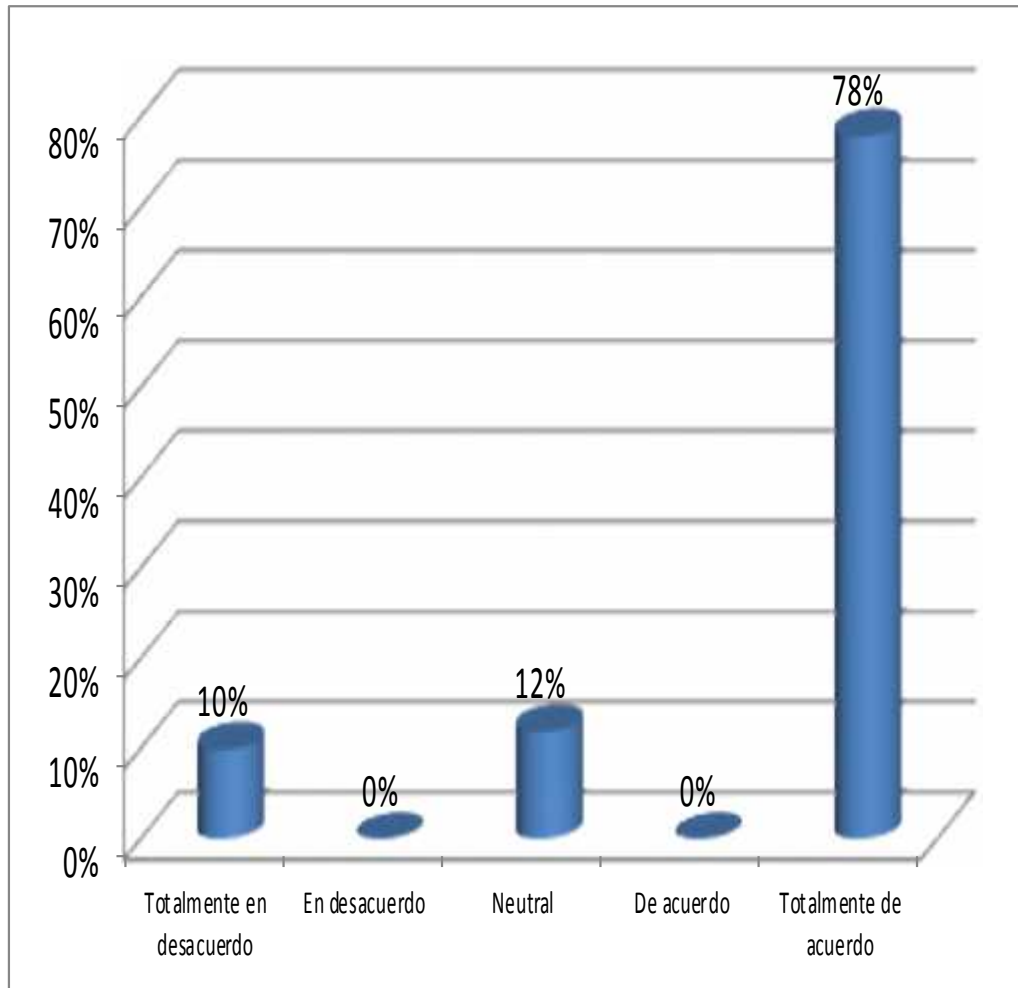
Fuente: Encuesta realizada

RAZONAMIENTO:

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 86% de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la productividad empresarial está dada por, el buen manejo de los medios que emplea la empresa para alcanzar sus objetivos, respecto a la cantidad de mercancías elaboradas por las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 2:

Los procesos empresariales comprenden las actividades que llevan a cabo las empresas.

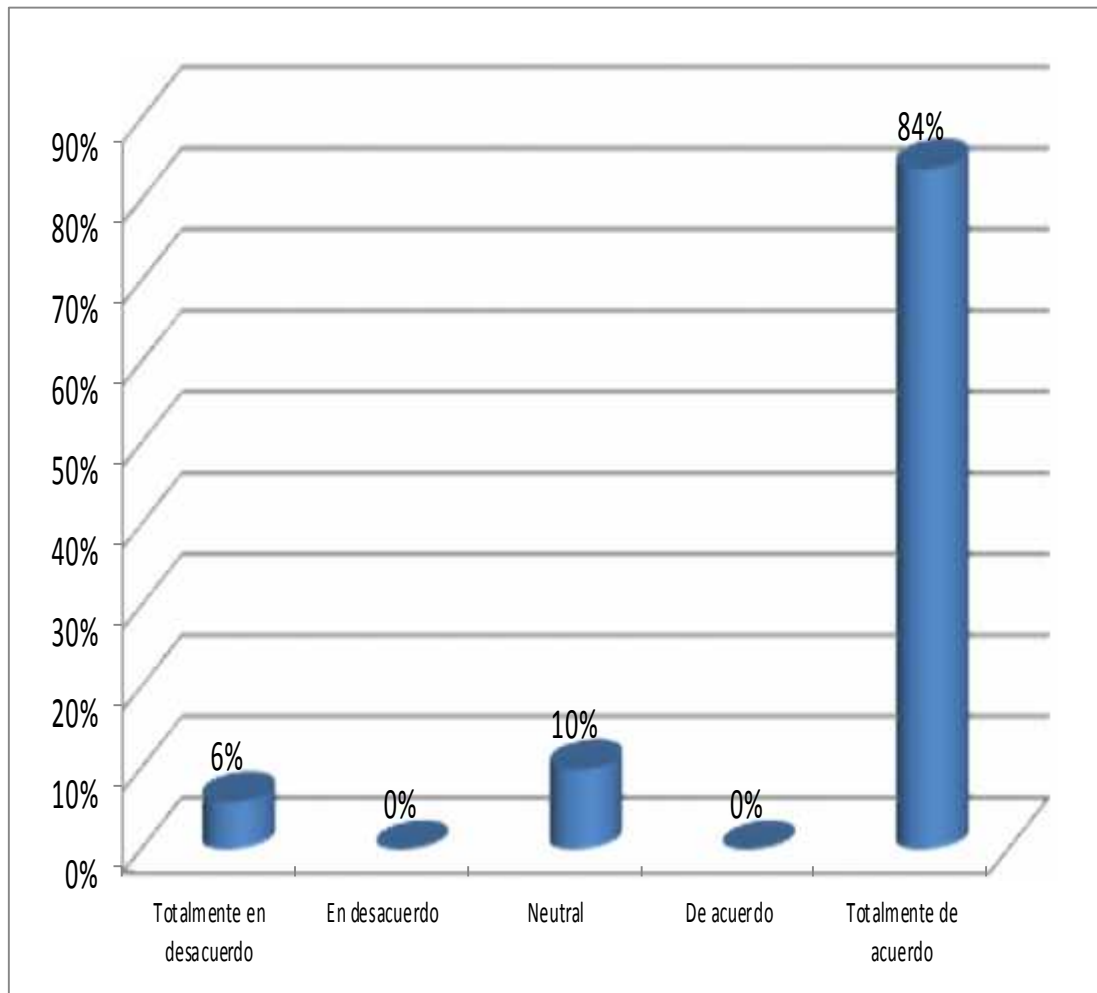


RAZONAMIENTO:

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 78% de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, los procesos empresariales comprenden las actividades que llevan a cabo las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 3:

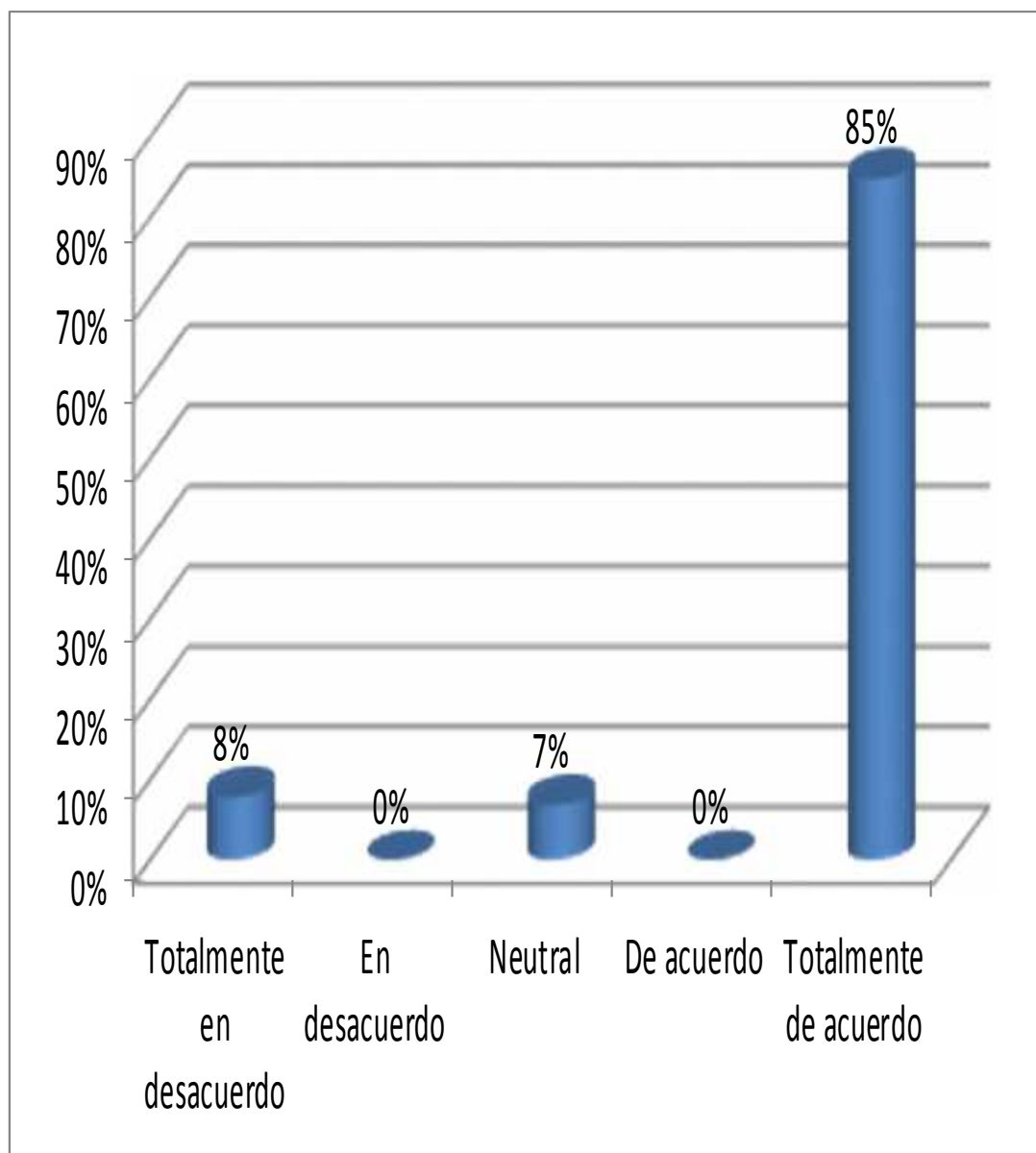
Los procesos comprenden varias etapas y deben ser dinámicos y estar mejorando continuamente.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 84 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, los procesos comprenden varias etapas y deben ser dinámicos y estar mejorando continuamente en las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 4:

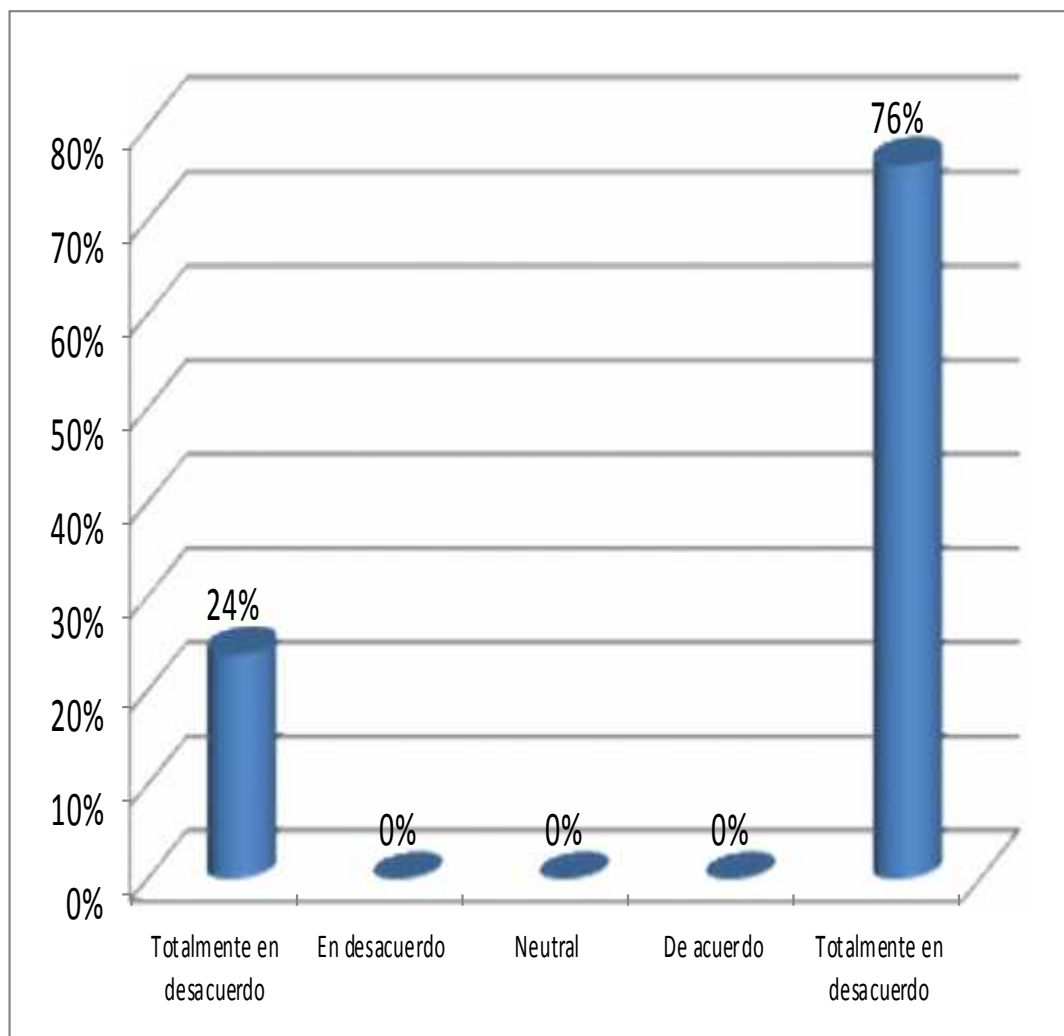
Los recursos industriales pueden ser humanos, materiales, financieros y científicos.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 85 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, los recursos industriales en las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, pueden ser humanos, materiales, financieros y científicos, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 5:

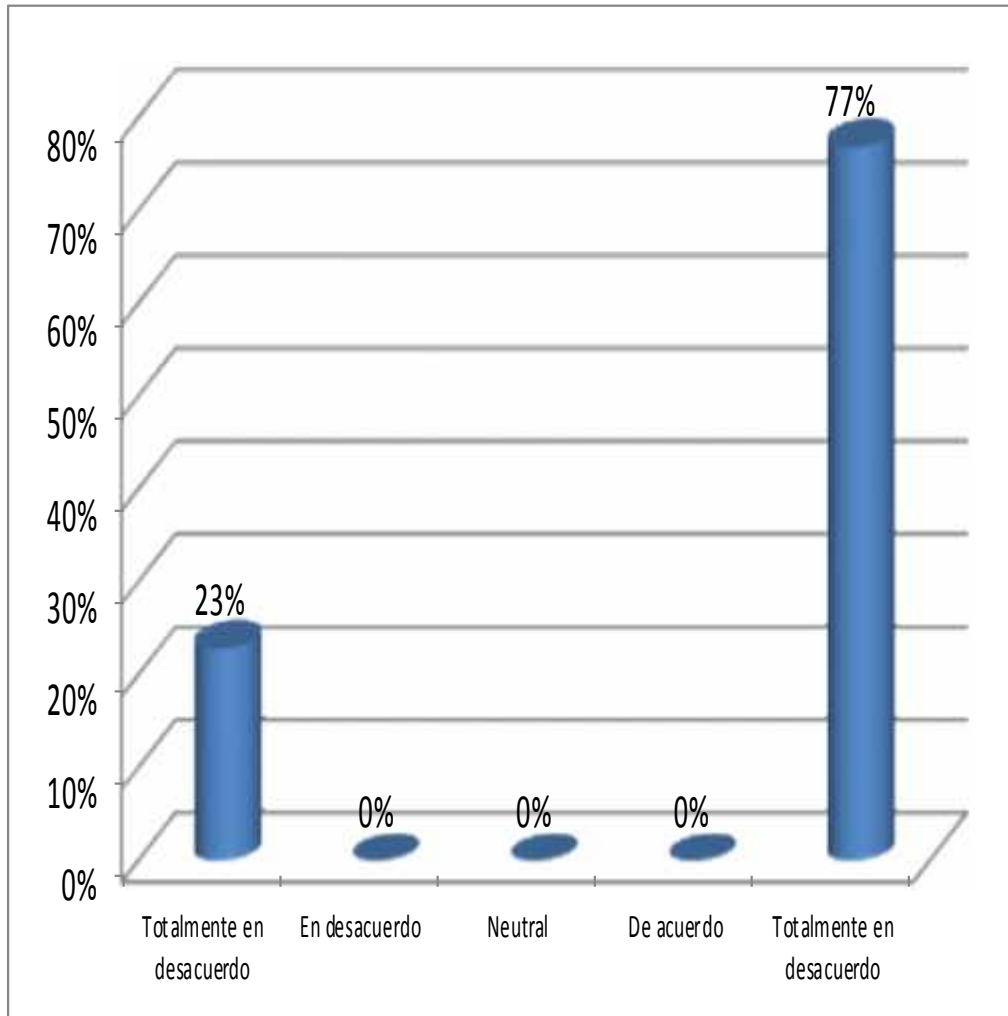
Los medios utilizados por la empresa para alcanzar sus objetivos tienen que estar reinventándose y modificándose permanentemente para facilitar la mejora continua.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 76 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, los medios utilizados por en las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, para alcanzar sus objetivos tienen que estar reinventándose y modificándose permanentemente para facilitar la mejora continua, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 6:

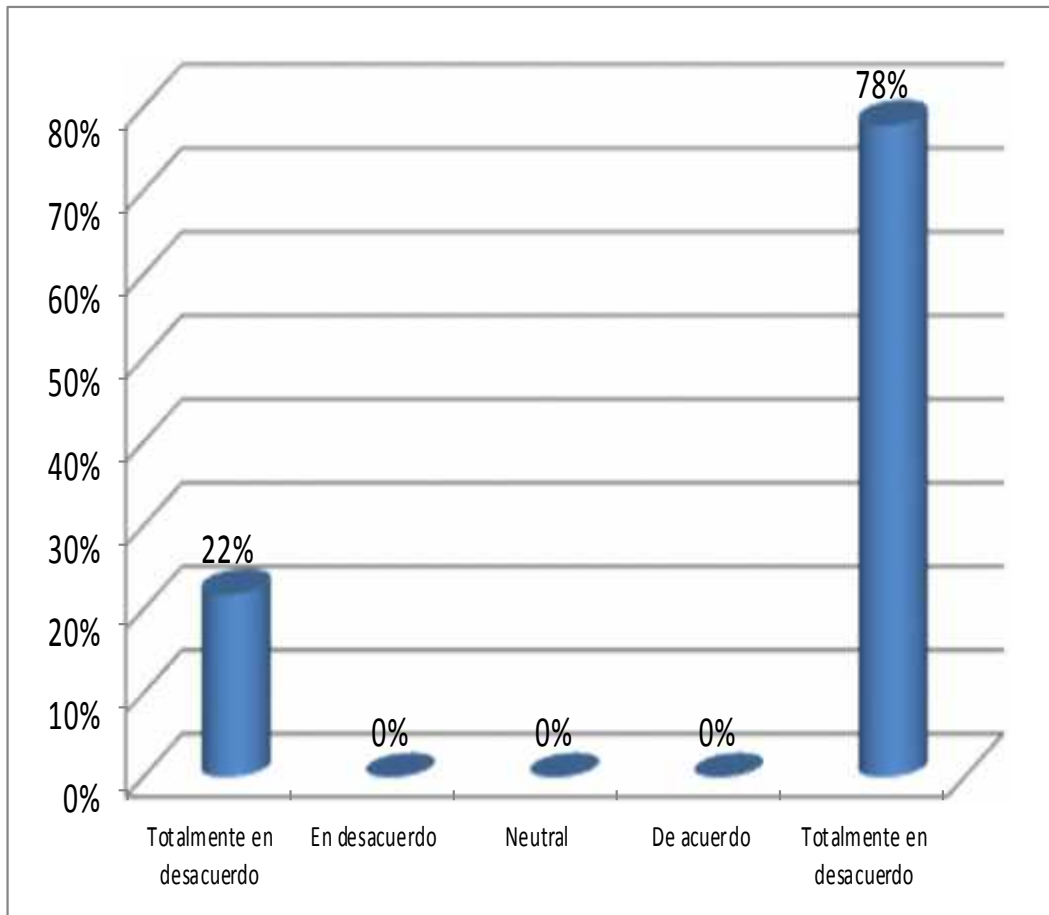
Los medios utilizados por la empresa para alcanzar sus objetivos junto con los procedimientos y las técnicas ayudan a lograr la productividad.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 77 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, los medios utilizados por la empresa para alcanzar sus objetivos, junto con los procedimientos y las técnicas ayudan a lograr la productividad en las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, con lo cual se avala el estudio cumplido

Figura 7:

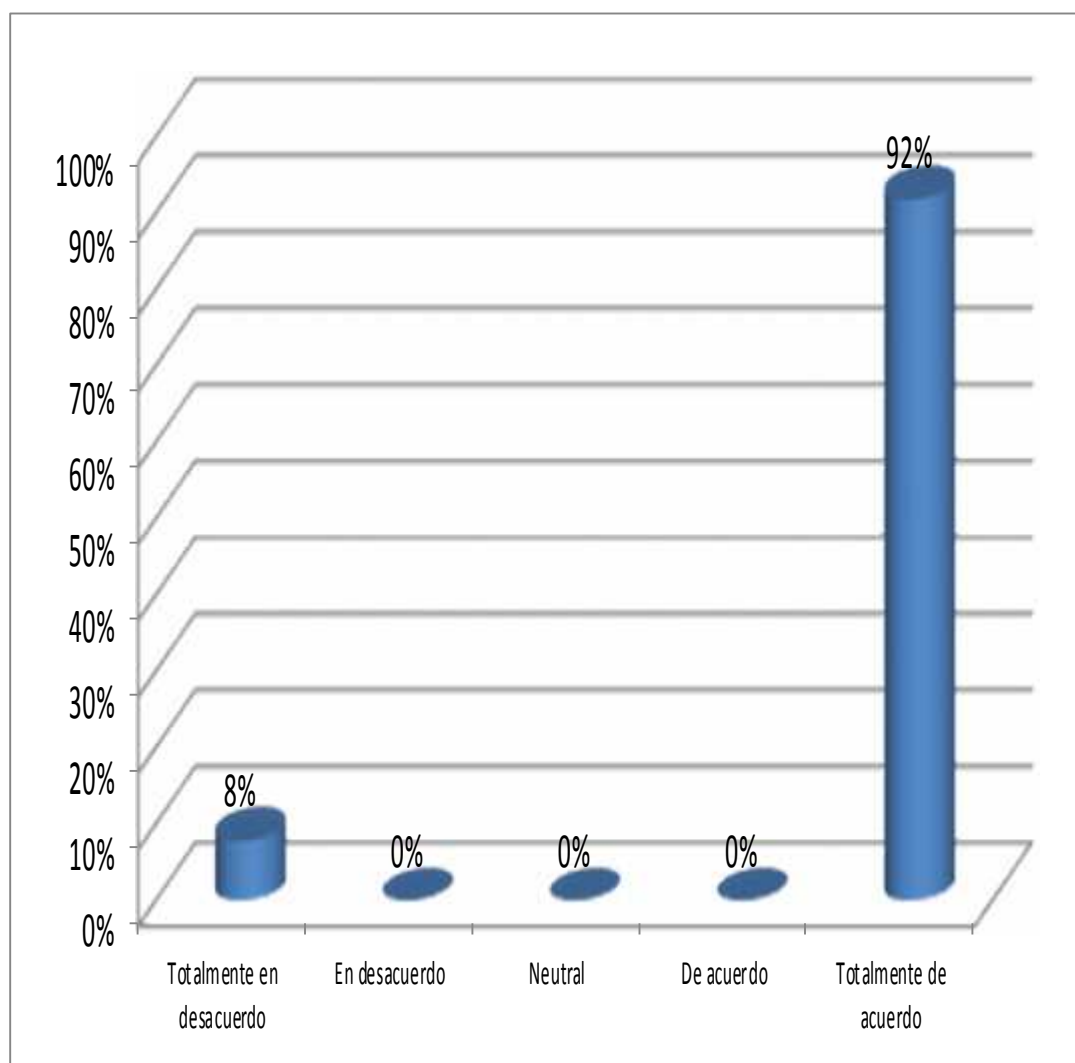
Los medios utilizados por la compañía tienen que estar innovándose permanentemente para asegurar la competitividad.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 78 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, los medios utilizados las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, tienen que estar innovándose permanentemente para asegurar la competitividad, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 8:

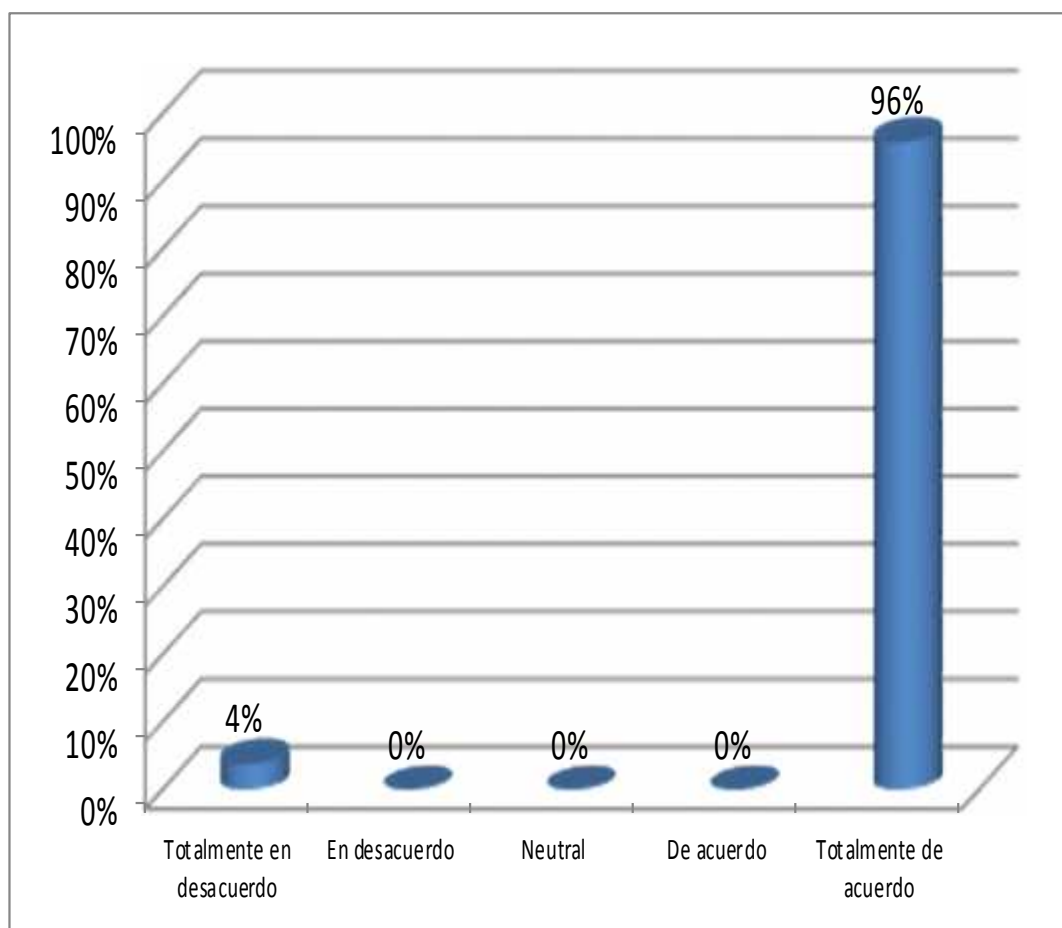
La tecnología de la compañía está constituida por el conjunto de medios, procesos y procedimientos para agilizar los procesos.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 92 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la tecnología las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria está constituida por el conjunto de medios, procesos y procedimientos para agilizar los procesos, tienen que estar innovándose permanentemente para asegurar la competitividad, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 9:

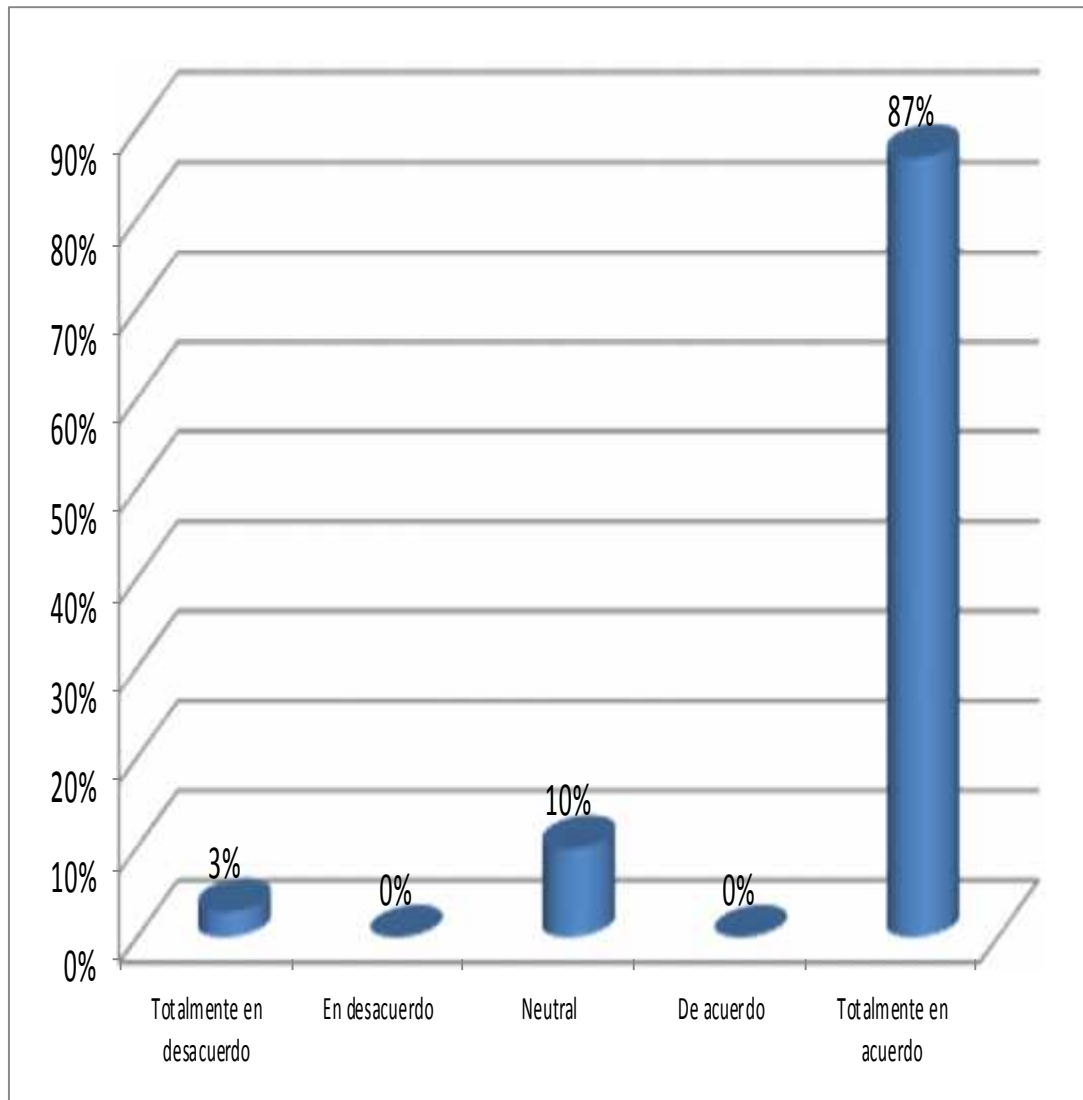
La tecnología de la compañía debe utilizarse estratégicamente para obtener el mayor aprovechamiento.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 96 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la tecnología las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria debe utilizarse estratégicamente para obtener el mayor aprovechamiento, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 10:

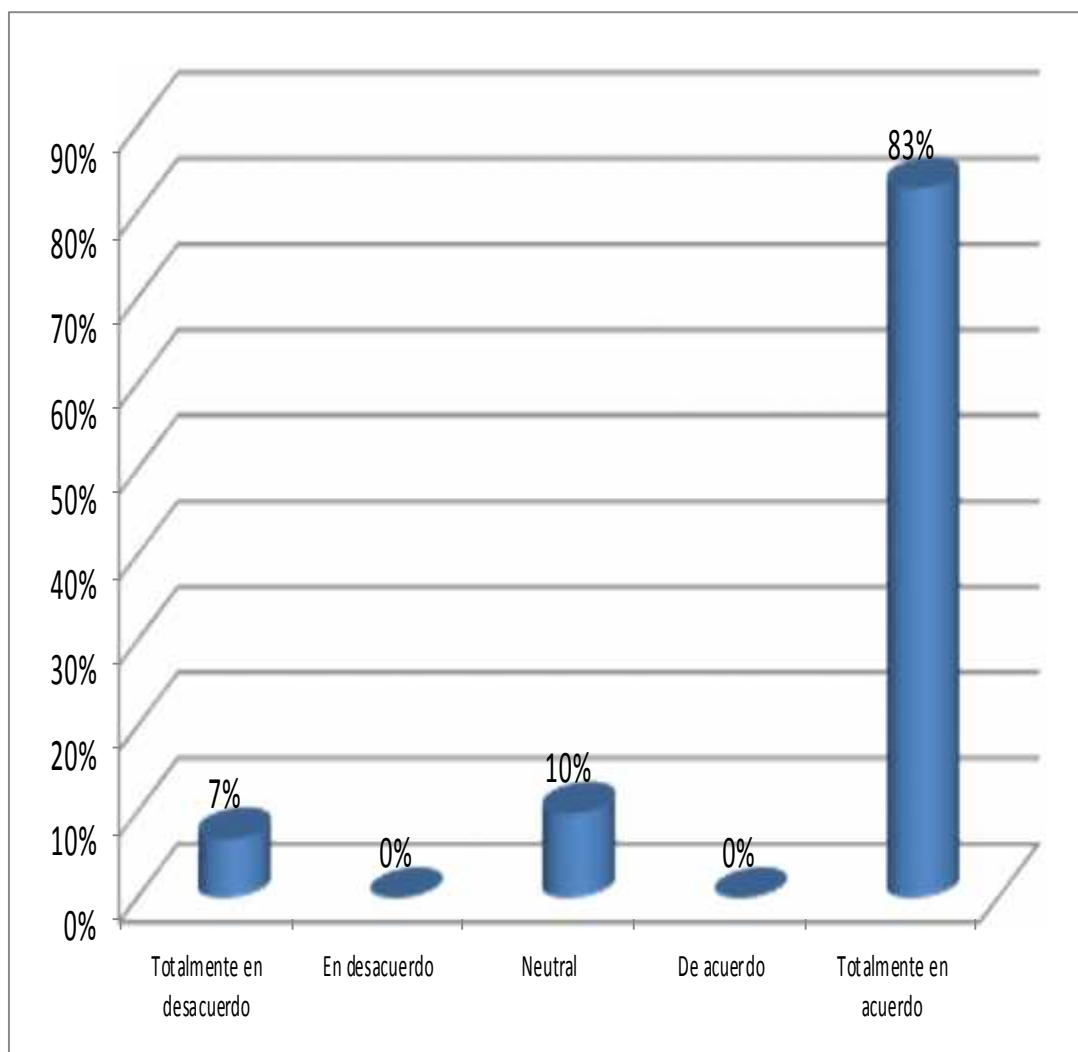
Los resultados de la compañía se reflejan en grados de liquidez, gestión solvencia y beneficios.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 87 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, los resultados de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria se reflejan en grados de liquidez, gestión solvencia y beneficios, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 11:

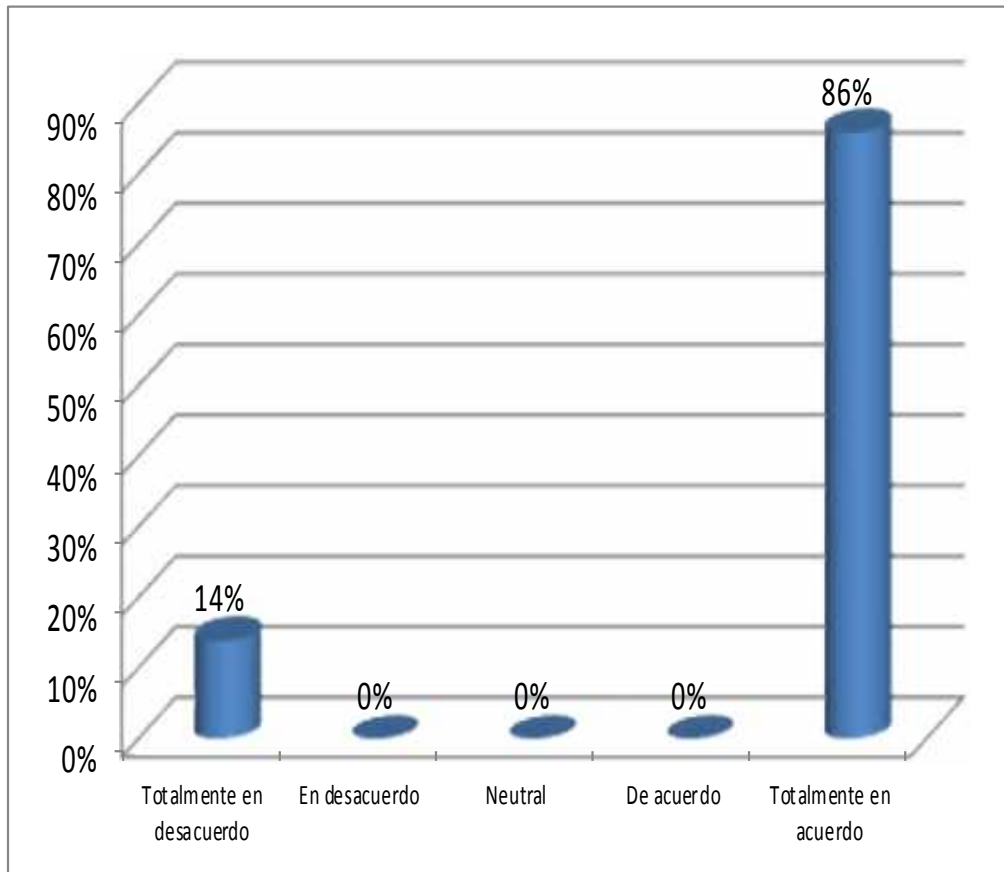
Los resultados de las compañías se reflejan en grados de economía, eficiencia, efectividad, calidad, mejora continua y competitividad.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 83 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, los resultados de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria se reflejan en grados de economía, eficiencia, efectividad, calidad, mejora continua y competitividad, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 12:

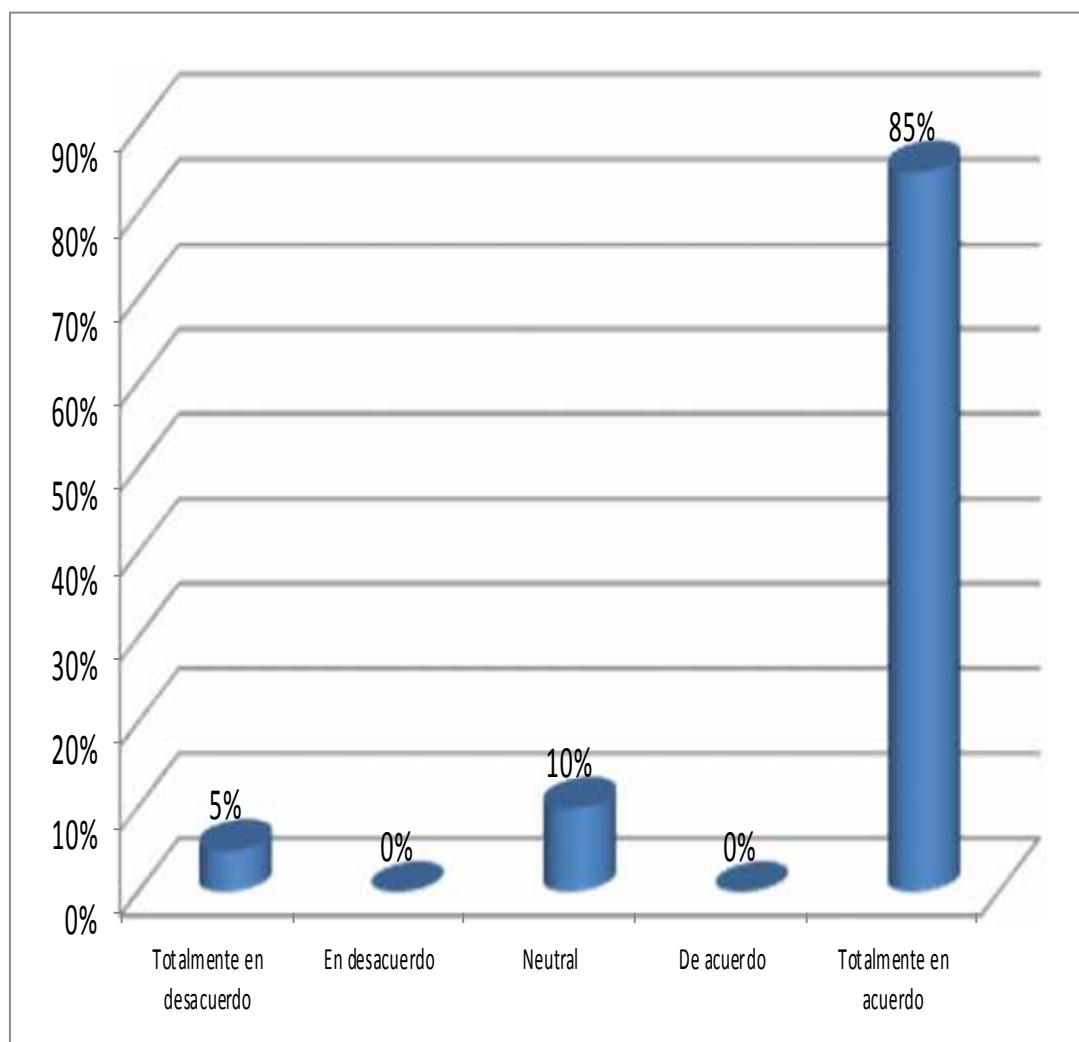
La mejor continua de la empresa está referida a la mejora de los productos servicios y métodos.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 86 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la mejor continua de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria está referida a la mejora de los productos servicios y método, mientras que la competitividad empresarial se refiere a la imposición de las mismas, con lo cual se avala el estudio cumplido

Figura 13:

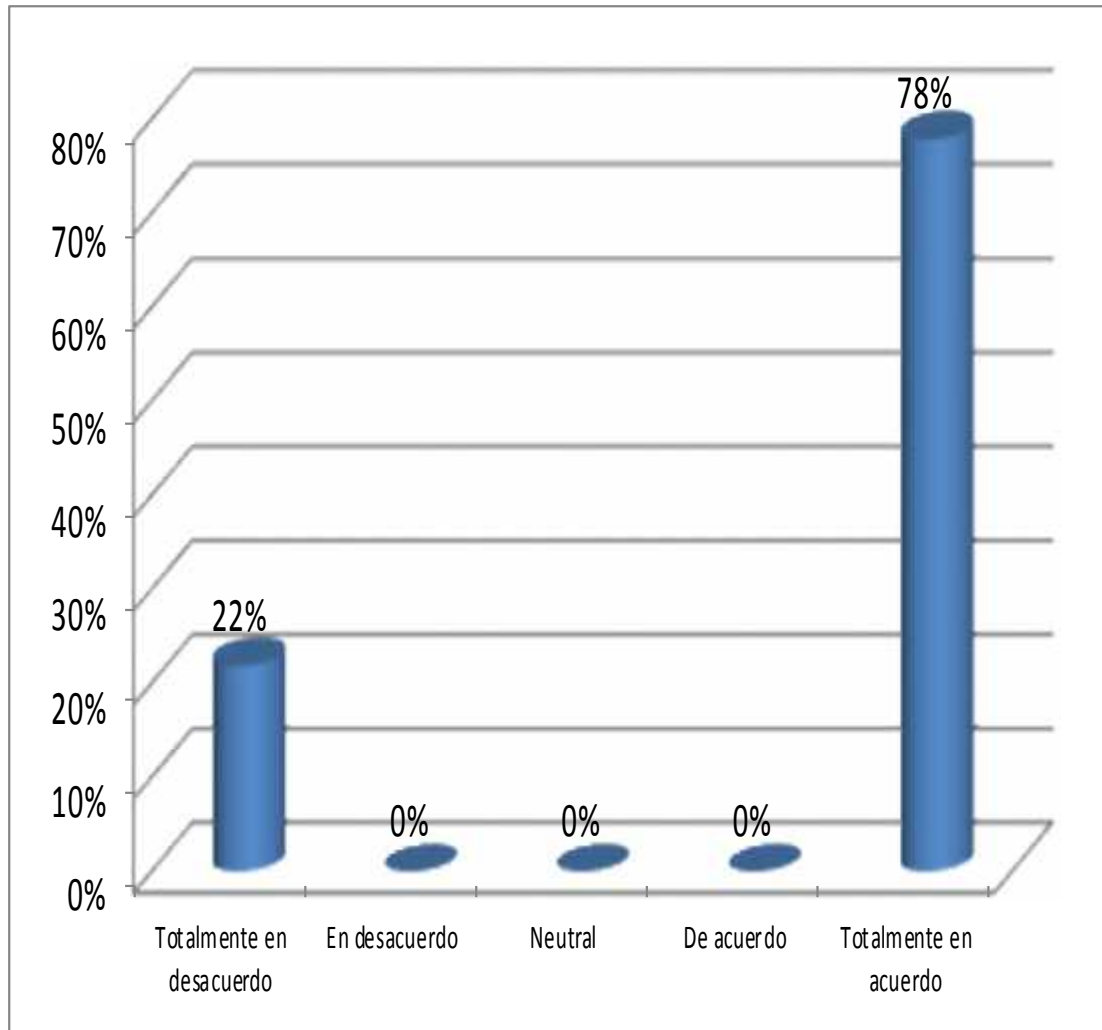
La economía institucional abarca los costes exiguos y las utilidades considerables de la compañía.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 85 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la economía de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria abarca los costes exiguos y las utilidades considerables de la compañía, con lo cual se avala el estudio cumplido

Figura 14:

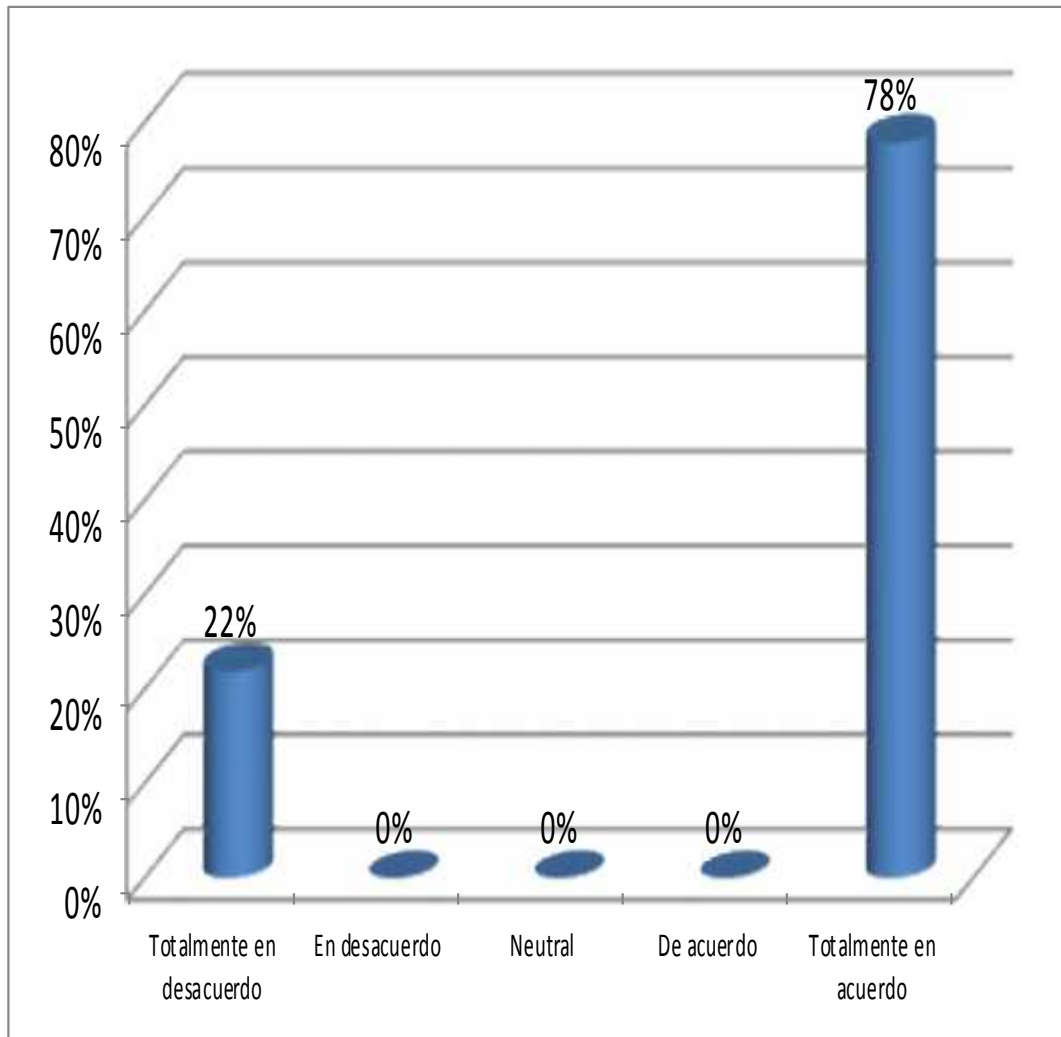
La economía institucional es el fundamento para adquirir la mejora continua y competitividad.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 78 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la economía de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria es el fundamento para adquirir la mejora continua y competitividad, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 15:

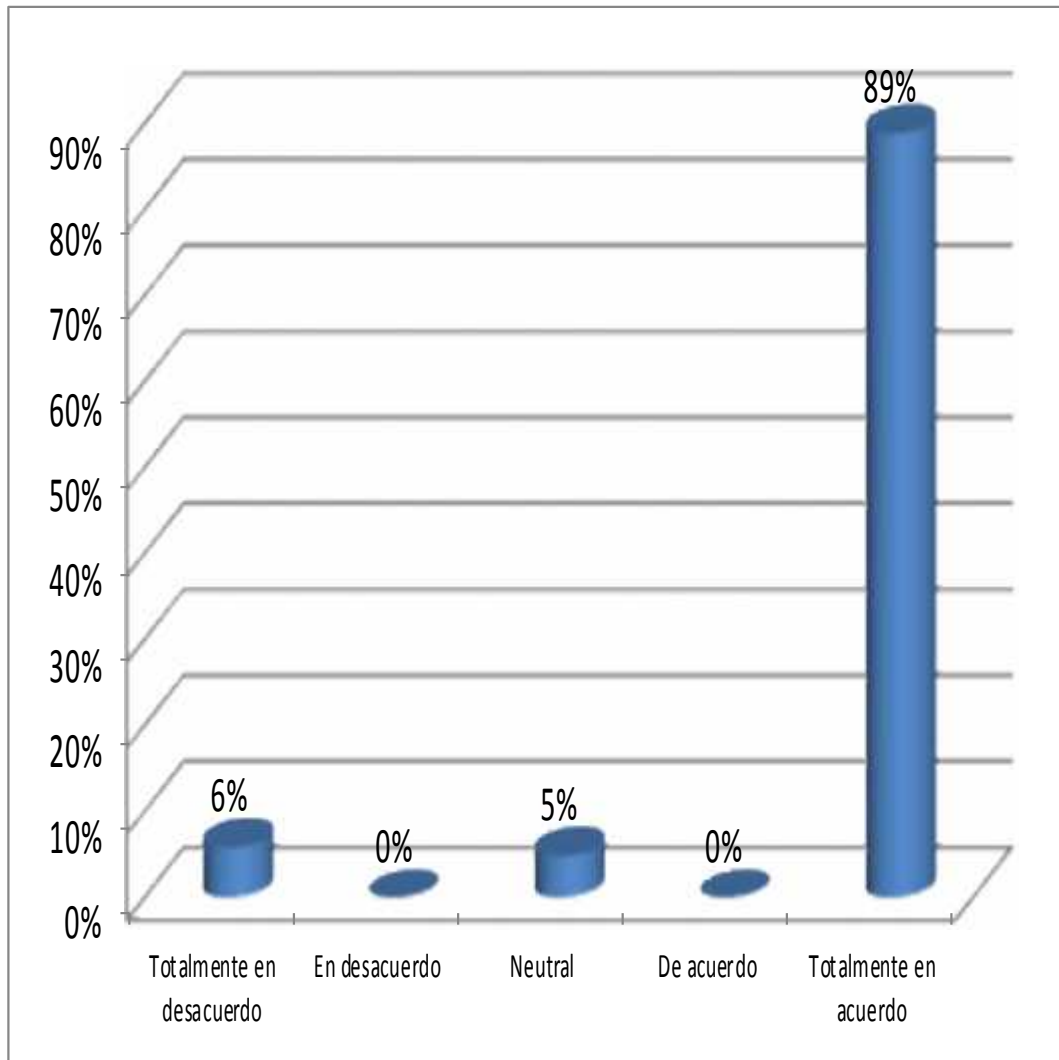
La eficiencia empresarial se refiere a sistematizar la fabricación y las labores de forma que eleve las utilidades o disminuya los costes con el menor esfuerzo.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 78 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la eficiencia de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria, se refiere a sistematizar la fabricación y las labores de forma que eleve las utilidades o disminuya los costes con el menor esfuerzo, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 16:

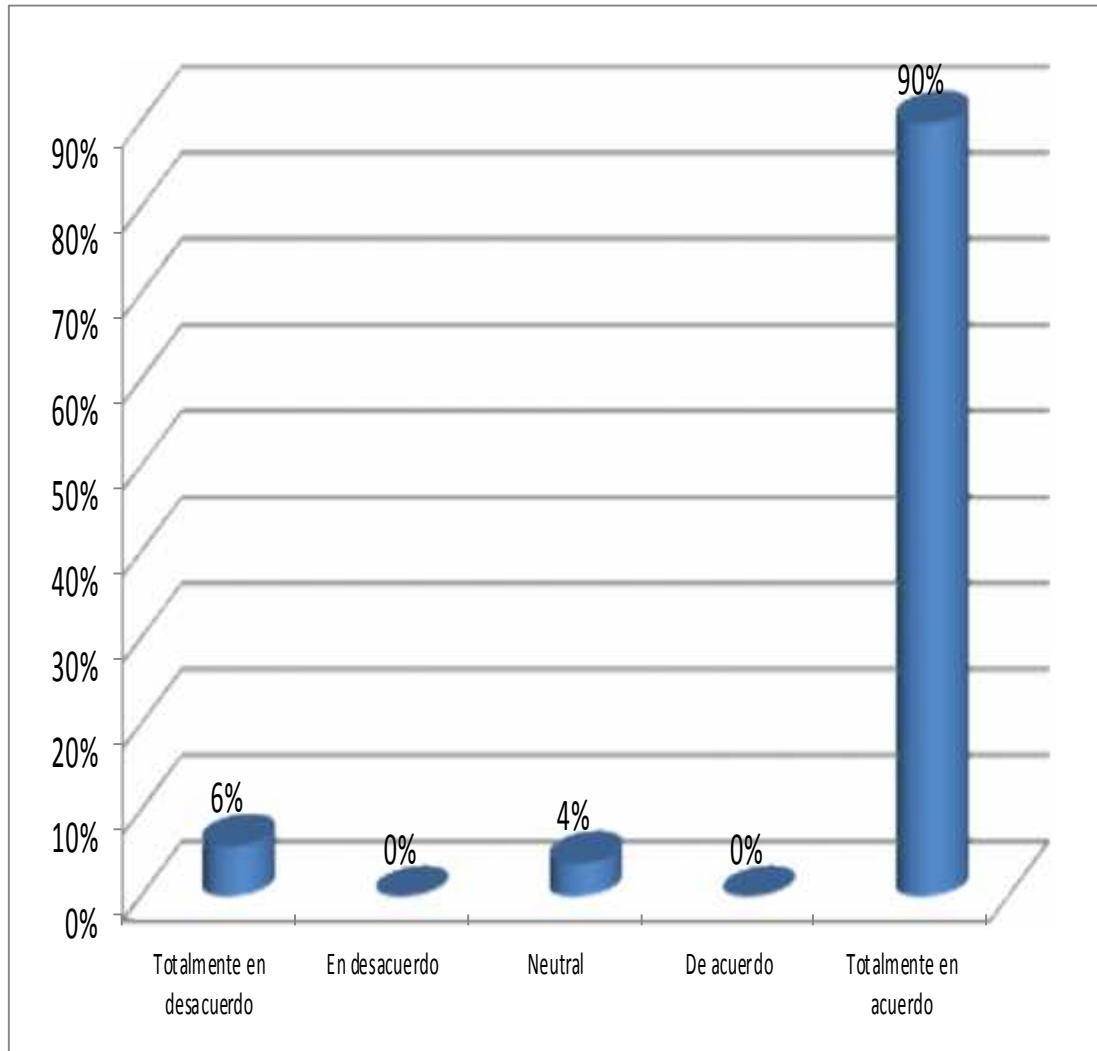
La eficiencia radica en hacer bien las cosas con los medios empleados por la institución para obtener sus objetivos.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 89 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la eficiencia de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria radica en hacer bien las cosas con los medios empleados por la institución para obtener sus objetivos, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 17:

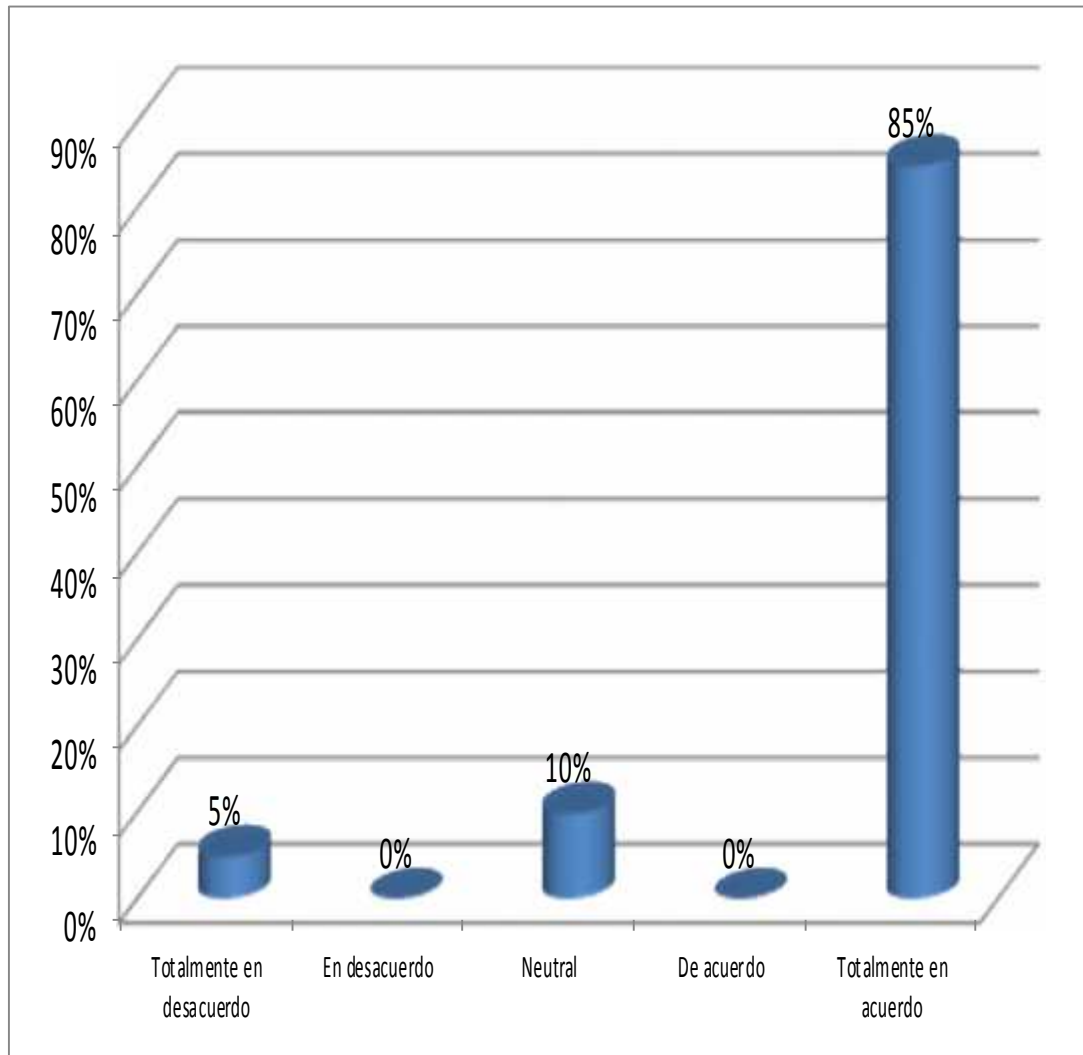
La efectividad se relaciona con la consecución de los objetivos en el menor tiempo y con los recursos disponibles.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 90 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la efectividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria se relaciona con la consecución de los objetivos en el menor tiempo y con los recursos disponibles., con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 18:

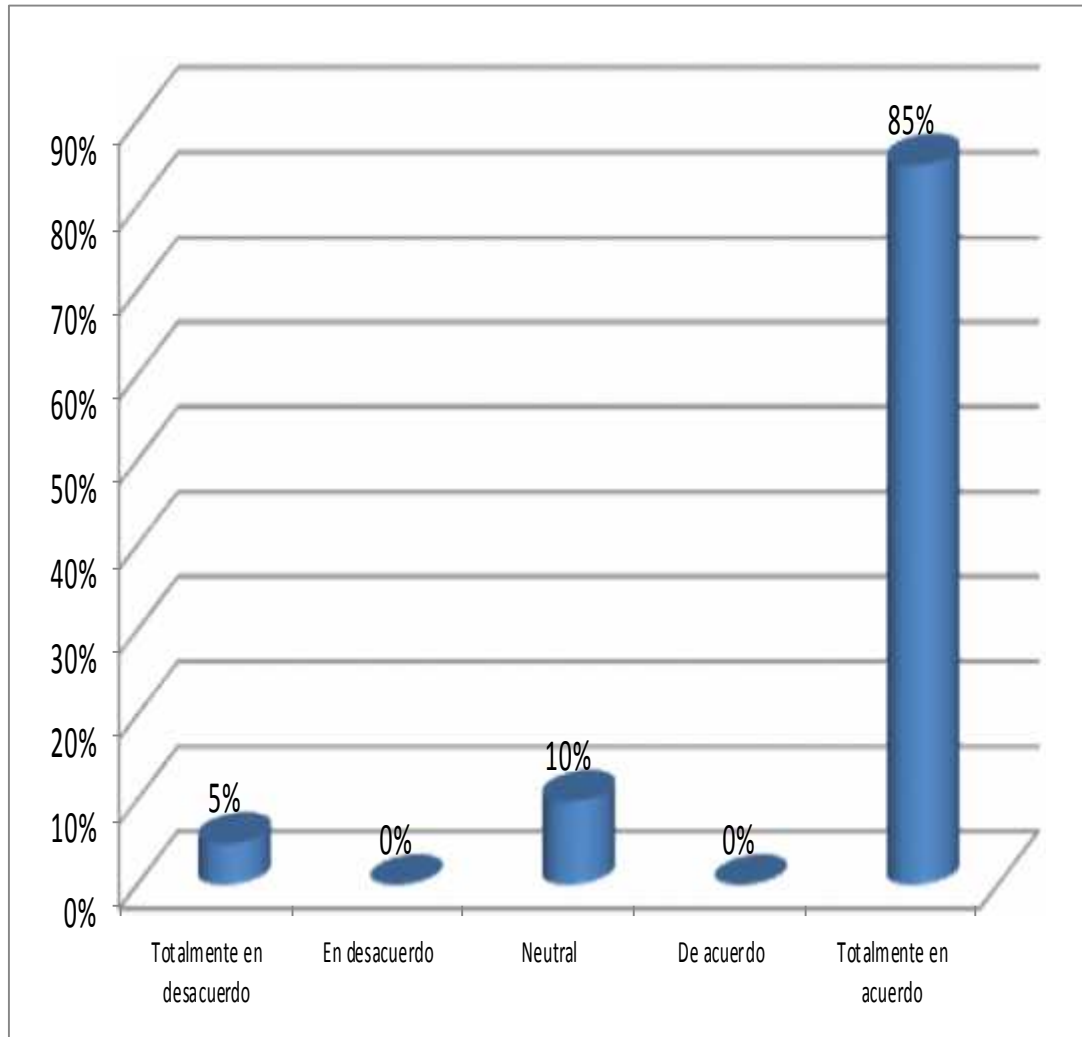
La efectividad contribuye a la consecución de los propósitos individuales y sociales de la institución.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 85 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la efectividad de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria contribuye a la consecución de los propósitos individuales y sociales de la institución, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 19:

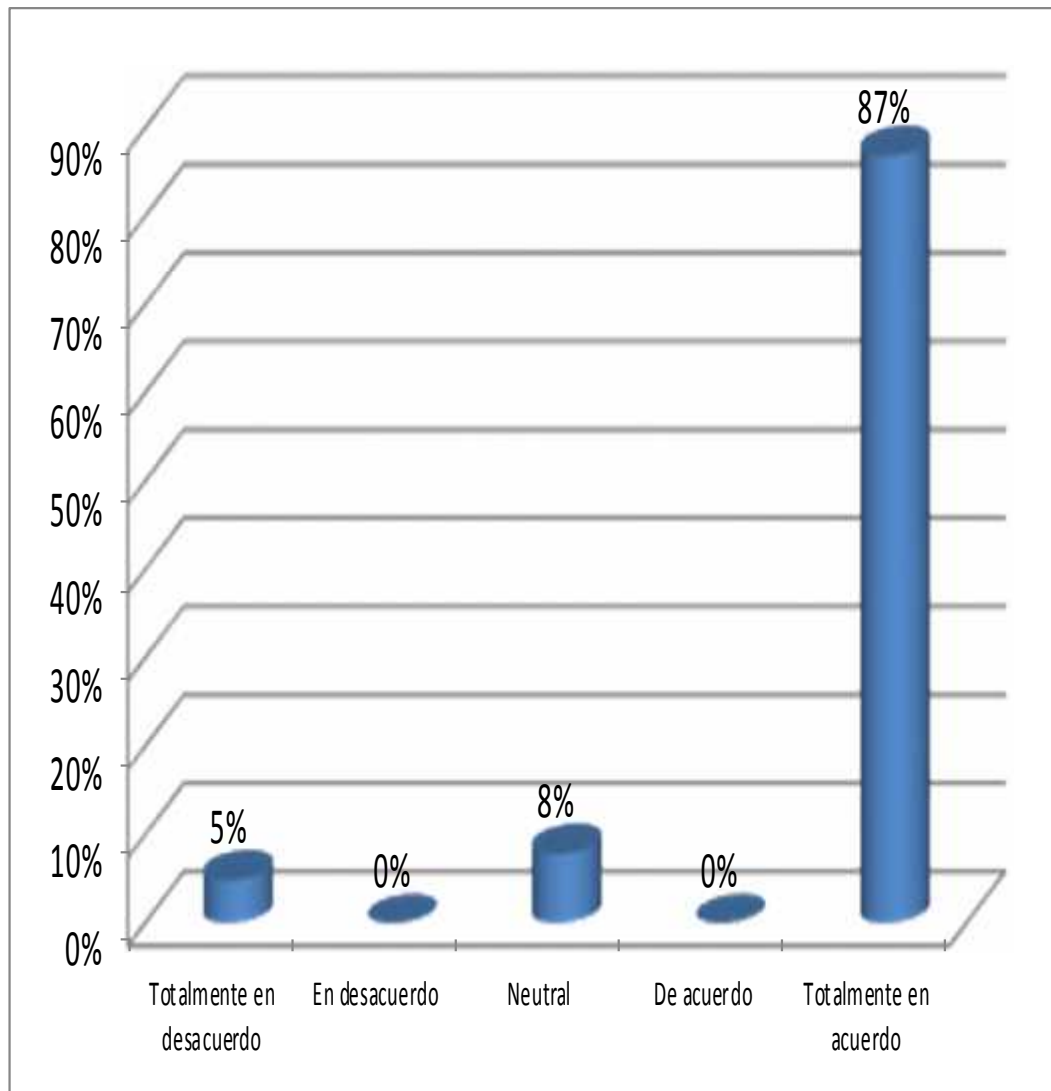
La calidad total tiene como base la excelencia de los medios empleados por la institución, los métodos y procedimientos de las empresas.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 85 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la calidad total de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria tiene como base la excelencia de los medios empleados por la institución, los métodos y procedimientos de las empresas, con lo cual se avala el estudio cumplido.

Figura 20:

La calidad total es un procedimiento y por tanto hay que cuidar cada evento para lograrlo en las empresas.

**RAZONAMIENTO:**

De con lo consignado en el gráfico, un porcentaje superior, representado en un 87 % de los cuestionados se manifestó de acuerdo con que, la calidad total de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria es un procedimiento y por tanto hay que cuidar cada evento para lograrlo, con lo cual se avala el estudio cumplido.

CAPITULO V:

DISCUSIÓN

5.1. DEBATE DE LOS RESULTADOS

Están circunscritos a los obtenidos por el investigador:

- 1) De los cuestionados el 86% de se manifestó de acuerdo con que, la productividad empresarial está dada por, el buen manejo de los medios que emplea la empresa para alcanzar sus objetivos, respecto a la cantidad de mercancías elaboradas por las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria. Corolario confrontable con el 87% ofrecido por Alva y Juárez (2014). Tanto el resultado obtenido como el utilizado para la comparación resultan elevados de acuerdo con lo cual se avala el estudio cumplido
- 2) De los cuestionados el 86 % se manifestó de acuerdo con que, la mejor continua de las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria está referida a la mejora de los productos servicios y método, mientras que la competitividad empresarial se refiere a la imposición de las mismas. Corolario confrontable con el 87% ofrecido por Alva y Juárez (2014). Tanto el resultado obtenido como el utilizado para la comparación resultan elevados de acuerdo con lo cual se avala el estudio cumplido

5.2. CONCLUSIONES

- 1) La elaboración de este estudio permitió confirmar que la correlación entre los resultados y el tiempo empleado para elaborarlos contribuye en la optimización de los procesos y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 2) Se ha establecido que los procesos empresariales intervienen en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 3) Se ha determinado que los recursos empresariales infieren en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 4) Se ha establecido que los medios empresariales interceden en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 5) Se ha determinado que la tecnología empresarial influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.
- 6) Se ha establecido que los resultados empresariales influyen en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

5.3 RECOMENDACIONES

- 1) Se exhorta considerar que la correlación entre los resultados y el tiempo empleado para elaborarlos contribuye en la optimización de los procesos y competitividad las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria. En consecuencia incumbe a la administración considerar urgentemente la aplicación de un alto grado de productividad de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos en las actividades y procesos de las empresas antes indicadas.
- 2) Se recomienda tener en cuenta que los procesos empresariales intervienen en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria.
- 3) Se sugiere advertir que los recursos empresariales se infieren en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad las compañías dedicadas a la fabricación de telas en Gamarra, distrito La Victoria. Por lo cual su administración esa obligada a prever la utilización de los mejores recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos en el desarrollo de las actividades y procesos empresariales.
- 4) Se recomienda tener en cuenta que los medios empresariales interceden en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. Por tanto las autoridades debe utilizar los medios empresariales materiales e inmateriales que permitan alcanzar la mejora continua y competitividad empresarial.

- 5) Se recomienda tener en cuenta que la tecnología empresarial influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. Por tanto se recomienda que todo el personal de las empresas utilicen la tecnología de tal manera de sacar el mayor provecho a los recursos en las empresas.

- 6) Se recomienda tener en cuenta que los resultados empresariales se infieren en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. Por tanto todo el personal de las empresas deben embarcarse en lograr los mejores resultados financieros, económicos y sociales.

5.4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, J. y Juárez, J. (2014). Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa Chimú Agropecuaria S.A Del Distrito de Trujillo-2014. (Tesis de maestría). Universidad Antenor Orrego. Trujillo- Perú. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/716/1/alva_jose_satisfacci%C3%93n_laboral_agropecuaria.pdf
- Arana, L. (2014). Mejora de productividad en el área de producción de carteras en una empresa de accesorios de vestir y artículos de viaje. (Tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porras. Lima. Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1049/1/arana_la.pdf
- Brujó, G. (2016). La nueva generación de valor. Madrid: Interbrand.
- Caresani, D. (2010). Modelos de conductas tecnológicas y su impacto en la competitividad empresarial. El caso de las pymes industriales argentinas. (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, España. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/8414/tesisupv3309.pdf>.
- Diario La República (05 de julio del 2015). El 60% de la ropa de Gamarra se confecciona con tela china. Lima. Recuperado de: <http://larepublica.pe/economia/815021-el-60-de-la-ropa-de-gamarra-se-confecciona-con-tela-china>.
- Durbán, S. (2008). Dirección Financiera. Madrid: Mc Graw-Hill/Interamericana.
- Eoi (28 de mayo del 2013). Generación de valor en la empresa. Recuperado de: <http://www.eoi.es/blogs/meerron/2013/05/28/generacion-de-valor-en-la-empresa/>
- Gonzales, J. (2014). Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el Distrito de La Victoria, año 2013. (Tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres. Lima. Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf.

- Jones, G. (2008). Teoría Organizacional. Diseño y cambio en las organizaciones. México: Pearson Educación.
- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2012). Administración, una perspectiva global y empresarial. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). Marketing, versión para Latinoamérica. México: Pearson Educación.
- Orozco, E. (2016). Plan de mejora para aumentar la productividad en el área de producción de la empresa confecciones deportivas todo sport. Chiclayo – 2015. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo, Perú. <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2312/1/orozco%20cardozo%20educard.pdf>.
- Salirrosas, Pedro (2014). Planeación estratégica. Bogotá: Editorial Norma
- Stoner, F. (2014). Administración. México. Compañía Editorial Continental SA. De CV.
- Sullivan, W.; Wicks, E. y Luxhoj, J. (2004). Ingeniería económica. México: Pearson Educación.
- Terry, G. (2014). Administración. Bogotá: Editorial: Norma
- Varela, R. (2008). Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá. Pearson Educación. <http://conceptodefinicion.de/calidad/>
- Vargas, M. y Aldana de Vega, L. (2015). Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas. Bogotá, D.C.: Ecoe Ediciones: Universidad de la Sabana.
- Vásquez, E. (2016). Propuesta para incrementar la productividad en empresas del área metropolitana en función del clima organizacional. (Tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional. México. Recuperado de: <http://148.204.210.201/tesis/1457542661891tesisborrador.pdf>

ANEXOS:

ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA
“PRODUCTIVIDAD PARA LA MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA, ANÁLISIS Y PROPUESTA ACTUAL”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES, INDICADORES	MÉTODO
<p>PROBLEMA PRINCIPAL:</p> <p>¿Cómo influye la productividad en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?</p> <p>PROBLEMAS SECUNDARIOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ¿Cómo intervienen los procesos empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana? 2) ¿Cómo se infieren los recursos empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana? 3) ¿Cómo interceden los medios empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana? 4) ¿Cómo influye la tecnología empresarial en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana? 5) ¿Cómo se infieren los resultados empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana? 	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la influencia de la productividad en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Establecer la intervención de los procesos empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 2) Determinar la inferencia de los recursos empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 3) Establecer la forma como interceden los medios empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 4) Determinar la influencia de la tecnología empresarial en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 5) Establecer la inferencia de los resultados empresariales en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 	<p>HIPÓTESIS PRINCIPAL:</p> <p>La productividad influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.</p> <p>HIPÓTESIS SECUNDARIAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Los procesos empresariales intervienen en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 2) Los recursos empresariales se infieren en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 3) Los medios empresariales interceden en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 4) La tecnología empresarial influye en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 5) Los resultados empresariales se infieren en forma estadísticamente significativa en la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana. 	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>X. PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL</p> <p>Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> X.1. Procesos empresariales X.2. Recursos empresariales. X.3. Medios empresariales. X.4. Tecnología empresarial X.5. Resultados empresariales. <p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>Y. MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL</p> <p>Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Y.1. Economía empresarial. Y.2. Eficiencia empresarial. Y.3. Efectividad empresarial Y.4. Calidad total Y.5. generación de valor en el cliente <p>DIMENSIÓN ESPACIAL</p> <p>Z. EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA.</p>	<p>Esta investigación es de tipo aplicada.</p> <p>La investigación es del nivel descriptivo-explicativo.</p> <p>En esta investigación se utilizaron los siguientes métodos: Descriptivo, Inductivo, Deductivo</p> <p>El diseño que se aplicó fue el no experimental.</p> <p>La población de la investigación estuvo conformada por 136 personas.</p> <p>La muestra estuvo conformada por 100 personas</p> <p>Para definir el tamaño de la muestra se ha utilizado el método probabilístico.</p> <p>Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron fueron las siguientes Encuestas; Toma de información y Análisis documental.</p> <p>Los instrumentos para la recolección de datos que se utilizaron fueron los siguientes cuestionarios, fichas bibliográficas y Guías de análisis.</p> <p>Se aplicó las siguientes técnicas de procesamiento de datos: Ordenamiento y clasificación; Registro manual; Proceso computarizado con Excel; Proceso computarizado con SPSS.</p> <p>Se aplicó las siguientes técnicas de análisis: Análisis documental; Indagación; Conciliación de datos; Tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes; Comprensión de gráficos</p>

ANEXO N° 2:

INSTRUMENTO: ENCUESTA

“PRODUCTIVIDAD PARA LA MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TEXTILES DEL EMPORIO GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA, ANÁLISIS Y PROPUESTA ACTUAL”

INSTRUCCIONES GENERALES:

Esta encuesta es personal y anónima, está dirigida a personal relacionado con las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

Agradezco dar su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario, todo lo cual permitirá tener un acercamiento científico a la realidad concreta de la productividad y la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana.

Para contestar considere lo siguiente:

1= Totalmente en desacuerdo

2= En Desacuerdo

3= Neutral

4= De acuerdo

5= Totalmente de acuerdo

NR	PREGUNTA	1	2	3	4	5
	PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL					
1	¿La productividad empresarial es la relación entre la cantidad de productos obtenida y los recursos utilizados por las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	PROCESOS EMPRESARIALES					
2	¿Los procesos empresariales comprenden las actividades que llevan a cabo las empresas textiles del Emporio Gamarra de					

	Lima Metropolitana?					
3	¿Los procesos comprenden varias etapas y deben ser dinámicos y estar mejorando continuamente en las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	RECURSOS EMPRESARIALES					
4	¿Los recursos empresariales de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana pueden ser humanos, materiales, financieros y tecnológicos?					
5	¿Los recursos empresariales tienen que estar reinventándose y modificándose permanentemente para facilitar la mejora continua de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	MEDIOS EMPRESARIALES					
6	¿Los medios empresariales con los procedimientos y las técnicas que ayudan a lograr la productividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
7	¿Los medios empresariales tienen que estar innovándose permanentemente para asegurar la competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	TECNOLOGÍA EMPRESARIAL					
8	¿La tecnología empresarial es el conjunto de medios, procesos y procedimientos para agilizar los procesos de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
9	¿La tecnología empresarial tiene que ser utilizada estratégicamente para obtener el mayor aprovechamiento en las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					

	RESULTADOS EMPRESARIALES					
10	¿Los resultados empresariales se reflejan en grados de liquidez, gestión solvencia y rentabilidad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
11	¿Los resultados empresariales se reflejan en grados de economía, eficiencia, efectividad, calidad, mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	MEJORA CONTINUA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL					
12	¿La mejora continua empresarial está referida a la creatividad e innovación en recursos y procesos; mientras que la competitividad empresarial se refiere a la imposición de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	ECONOMÍA EMPRESARIAL					
13	¿La economía empresarial se refiere a los menores costos y mayores beneficios de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
14	¿La economía empresarial es la base para alcanzar la mejora continua y competitividad de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	EFICIENCIA EMPRESARIAL					
15	¿La eficiencia empresarial se refiere a la racionalización de los recursos en las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
16	¿La eficiencia consiste en hacer bien las cosas con los recursos disponibles de las empresas textiles del Emporio					

	Gamarra de Lima Metropolitana?					
	EFFECTIVIDAD EMPRESARIAL					
17	¿La efectividad se refiere al logro de las metas en el menor tiempo y con los recursos disponibles de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
18	¿La efectividad se refiere al logro de los objetivos específicos y generales de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	CALIDAD TOTAL					
19	¿La calidad total tiene como base la calidad de los recursos, procesos y procedimientos de las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					
	GENERACIÓN DE VALOR EN EL CLIENTE					
20	¿La generación de valor en el cliente es darle bienes y servicios de calidad en las empresas textiles del Emporio Gamarra de Lima Metropolitana?					