



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACION

LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA UNITEL

TV DE HUANCAYO, 2024

Línea de investigación:
Gestión Empresarial e Inclusión Social

Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración

Autor

Phicihua Ochoa, Adrian Manuel

Asesor

Montero Chepe, Jorge Enrique

ORCID: 0000-0001-6810-4031

Jurado

Picón Chavez, Hernan

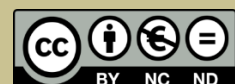
Polo Cerna, Dora Alejandrina

Barrenechea Romero, Alberto

Lima - Perú

2026

RECONOCIMIENTO - NO COMERCIAL - SIN OBRA DERIVADA
(CC BY-NC-ND)



LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA UNITEL TV DE HUANCAYO, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

29%	27%	5%	13%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal	3%
	Trabajo del estudiante	
2	repositorio.usmp.edu.pe	3%
	Fuente de Internet	
3	www.coursehero.com	2%
	Fuente de Internet	
4	hdl.handle.net	2%
	Fuente de Internet	
5	alicia.concytec.gob.pe	2%
	Fuente de Internet	
6	repositorio.uileam.edu.ec	1%
	Fuente de Internet	
7	repositorio.unfv.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
8	repositorio.uta.edu.ec	1%
	Fuente de Internet	
9	repositorio.ucv.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
10	Submitted to Universidad Nacional de Cañete	1%
	Trabajo del estudiante	
11	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru	1%
	Trabajo del estudiante	
12	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez	1%
	Trabajo del estudiante	



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA UNITEL
TV DE HUANCAYO, 2024**

Línea de Investigación
Gestión Empresarial e Inclusión Social

Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración

Autor

Phicihua Ochoa, Adrian Manuel

Asesor

Montero Chepe, Jorge Enrique
ORCID: 0000-0001-6810-4031

Jurado

Picón Chavez, Hernan
Polo Cerna, Dora Alejandrina
Barrenechea Romero, Alberto

**Lima – Perú
2026**

ÍNDICE

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
I. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1 Descripción y formulación del problema	8
<i>Formulación del problema</i>	13
1.2 Antecedentes.....	14
<i>Antecedentes internacionales</i>	14
<i>Antecedentes nacionales</i>	16
1.3 Objetivos.....	18
<i>Objetivo general</i>	18
<i>Objetivos específicos</i>	18
1.4 Justificación	19
1.5 Hipótesis	20
<i>Hipótesis general</i>	20
<i>Hipótesis específicas</i>	20
II. MARCO TEÓRICO	21
2.1 Bases teóricas.....	21
2.1.1. <i>Gestión administrativa</i>	21
2.1.2. <i>Modelo del Proceso Administrativo</i>	26
2.1.3. <i>Dimensiones de la gestión administrativa</i>	27
2.1.4. <i>Competitividad</i>	27
2.1.5. <i>Dimensiones de la competitividad</i>	30
III. MÉTODO	33

3.1	Tipo de investigación.....	33
3.2	Ámbito temporal y espacial	34
3.3	Variables	34
3.4	Población y muestra.....	36
3.5	Instrumentos	37
3.6	Procedimientos	38
3.7	Análisis de datos	38
3.8	Consideraciones éticas.....	39
IV.	RESULTADOS	40
4.1	Resultados descriptivos	40
4.2	Resultados inferenciales	49
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	53
VI.	CONCLUSIONES	57
VII.	RECOMENDACIONES	59
VIII.	REFERENCIAS.....	60
IX.	ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables.....	35
Tabla 2 Dimensión planeación.....	40
Tabla 3 Dimensión organización	41
Tabla 4 Dimensión dirección	42
Tabla 5 Dimensión control.....	43
Tabla 6 Variable gestión administrativa	44
Tabla 7 Dimensión capacidad de marketing	45
Tabla 8 Dimensión logística	46
Tabla 9 Dimensión tecnología	47
Tabla 10 Variable competitividad.....	48
Tabla 11 Prueba de normalidad Shapiro-Wilk.....	49
Tabla 12 Resultados para hipótesis específica 1	50
Tabla 13 Resultados para hipótesis específica 2.....	50
Tabla 14 Resultados para hipótesis específica 3.....	51
Tabla 15 Resultados para hipótesis específica 4.....	52
Tabla 16 Resultados para hipótesis general	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dimensión planeación	40
Figura 2 Dimensión organización.....	41
Figura 3 Dimensión dirección.....	42
Figura 4 Dimensión control	43
Figura 5 Variable gestión administrativa.....	44
Figura 6 Dimensión capacidad de marketing.....	45
Figura 7 Dimensión logística	46
Figura 8 Dimensión tecnología	47
Figura 9 Variable competitividad	48

RESUMEN

El propósito fundamental de esta investigación fue establecer el vínculo existente entre la gestión administrativa y la competitividad en la Empresa UNITEL TV de Huancayo durante el período 2024. La metodología adoptada contempló un enfoque cuantitativo, correspondiente al tipo básico, con alcance correlacional, bajo un diseño no experimental de corte transversal. El grupo de estudio estuvo conformado por 20 colaboradores de la organización, quienes participaron respondiendo dos instrumentos tipo cuestionario que facilitaron la obtención de información relevante. Los hallazgos más destacados evidenciaron que la gestión administrativa fue calificada en nivel regular por el 70.0% de los participantes, mientras que la competitividad alcanzó un nivel medio según el 80.0% de los encuestados. Se logró establecer que la competitividad mantiene una asociación estadísticamente significativa con cada una de las dimensiones de la gestión administrativa: planeación ($r = 0.637$), organización ($r = 0.741$), dirección ($r = 0.615$) y control ($r = 0.816$), registrándose valores de $p < 0.05$ en la totalidad de los casos. Como conclusión principal, se determinó la existencia de una correlación significativa, de carácter positivo y magnitud media entre la gestión administrativa y la competitividad, obteniéndose un coeficiente rho de Spearman igual a 0.688 con $p = 0.001$, lo cual sugiere que la organización tiene la posibilidad de incrementar su nivel competitivo en función de las mejoras que implemente en su gestión administrativa.

Palabras clave: gestión administrativa, competitividad, planeación, dirección, organización.

ABSTRACT

The main purpose of this research was to establish the existing link between administrative management and competitiveness at UNITEL TV Company in Huancayo during 2024. The adopted methodology included a quantitative approach, corresponding to basic type, with correlational scope, under a non-experimental cross-sectional design. The study group consisted of 20 employees of the organization, who participated by answering two questionnaire-type instruments that facilitated obtaining relevant information. The most outstanding findings showed that administrative management was rated at a regular level by 70.0% of participants, while competitiveness reached a medium level according to 80.0% of respondents. It was established that competitiveness maintains a statistically significant association with each dimension of administrative management: planning ($r = 0.637$), organization ($r = 0.741$), direction ($r = 0.615$) and control ($r = 0.816$), with p values < 0.05 recorded in all cases. As the main conclusion, the existence of a significant correlation, of positive character and medium magnitude between administrative management and competitiveness was determined, obtaining a Spearman's rho coefficient equal to 0.688 with $p = 0.001$, which suggests that the organization has the possibility of increasing its competitive level based on improvements implemented in its administrative management.

Keywords: administrative management, competitiveness, planning, management, organization.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Descripción y formulación del problema

En el contexto de una sociedad caracterizada por la globalización y la implementación constante de mejoras en los procesos tanto administrativos como operativos, resulta indispensable contar con organizaciones que se mantengan a la vanguardia. Para las empresas contemporáneas, alcanzar niveles competitivos no representa simplemente una opción, sino más bien un requisito fundamental para lograr el éxito empresarial. Dentro de este escenario, la labor que desempeñan los administradores y directivos adquiere una relevancia crucial, puesto que sobre ellos recae la responsabilidad principal de generar los mayores beneficios posibles para la organización mediante el cumplimiento de metas y la consecución de resultados satisfactorios. Es así como la implementación adecuada de la gestión administrativa se convierte en el pilar esencial, dado que de ella depende proporcionalmente tanto el éxito como la competitividad organizacional (Choccelahua y García, 2020).

Desde una perspectiva internacional, países como Chile, Alemania y Costa Rica han experimentado un progreso sostenido a lo largo del tiempo, comprendiendo que para insertarse exitosamente en el mercado y potenciar su competitividad, resulta necesario adaptarse a un entorno diferenciado, exigente, cambiante y, fundamentalmente, eficiente. La competitividad representa un componente crucial para cualquier organización empresarial, ya que se sustenta en un análisis permanente orientado a convertirse en un actor competitivo dentro del mercado. Los consumidores actuales invariablemente buscarán, compararán y seleccionarán aquel producto o servicio que mejor se ajuste a sus necesidades, considerando que hoy en día cuentan con mayor formación y conocimiento (Peñate, 2021).

Desde una óptica más detallada, el Índice de Competitividad Internacional (ICI)

correspondiente al año 2022 permite visualizar la capacidad de 43 economías consideradas entre las más relevantes a nivel mundial para generar, captar y mantener tanto talento como inversión. El ranking estuvo encabezado por Dinamarca, Noruega, Suiza, Suecia, Países Bajos y Corea del Sur, observándose que este último presenta la menor productividad entre las diez naciones más competitivas, alcanzando 1.7 veces la productividad de Turquía. Por otra parte, Irlanda registra el menor gasto en investigación entre los países del top diez, destinando únicamente el 1.23% del PIB. En el ámbito latinoamericano, México ocupó la posición 37 de las 43 economías evaluadas, evidenciando un nivel competitivo bajo en comparación con las otras 42 economías, mientras que Guatemala se ubicó en el lugar 42 del ICI, con una asignación de apenas 0.03%. Se enfatiza que para que estas naciones logren ser competitivas, más allá de las posibilidades derivadas de sus propios recursos, capacidades y gestión administrativa, deben resultar atractivas para el talento y la inversión, alcanzando así las condiciones necesarias para una mayor productividad y la generación de bienestar para sus habitantes (Instituto Mexicano para la Competitividad, 2022).

En lo que respecta al Perú, el país se posicionó en el año 2024 en el lugar 63 de 67 naciones evaluadas, superando su registro más desfavorable que tuvo lugar en 2021, cuando ocupó el puesto 58 de 64 economías. Esta edición representa un hito negativo para la nación, al alcanzar su puntuación más baja con 43.4 puntos, cifra significativamente inferior a los 56.3 puntos obtenidos en 2008. Los resultados más recientes reflejan con claridad los efectos adversos derivados de las crisis económicas, sanitarias y políticas que ha experimentado el Perú durante el período 2016-2024. Para dicho año, la puntuación general del país se ubicó en 43.4, representando una disminución de 4.7 puntos respecto al año precedente y un retroceso de ocho posiciones en la clasificación (Centrum PUCP, 2024).

Respecto a la competitividad digital, el ranking mundial elaborado en 2022 por el Institute

of Management Development (IMD) de Suiza presentó una clasificación que permite evaluar la capacidad de los países para adoptar y aprovechar tecnologías digitales con el propósito de mejorar su competitividad. A nivel mundial, el ranking estuvo liderado por Dinamarca con 100 puntos, Estados Unidos con 99.8 puntos, Suecia con 99.8 puntos, Singapur con 99.5 puntos y Suiza con 98.2 puntos. Estas naciones demuestran que la competitividad se encuentra vinculada a una gestión administrativa eficiente, caracterizada por la inversión en capital humano que favorece la promoción del talento digital, una infraestructura tecnológica adecuada que facilita el aprovechamiento de la tecnología disponible y la creación de nuevas estructuras para favorecer el posicionamiento empresarial, además de la presencia de marcos normativos que permitan a las organizaciones adaptarse a las nuevas demandas del mercado (Centrum PUCP, 2022).

En el caso de América Latina, la clasificación estuvo encabezada por Chile con 62.2 puntos, ubicándose en el puesto 41, seguido de Brasil con 56.5 puntos en la posición 51, México con 54.7 puntos en el puesto 55 y Perú con 49.6 puntos en la posición 57 de 63 países. Esta situación evidencia un panorama poco favorable para la región, dado que la mayoría de las naciones latinoamericanas se ubican en las últimas posiciones del ranking, lo cual revela que en la región existe escaso interés por parte de las empresas en adoptar y explorar tecnologías digitales que les permitan favorecer procesos de transformación, incrementar la productividad y con ello la competitividad, mostrando deficiencias significativas en las áreas relacionadas con conocimiento, tecnología y preparación para el futuro, aspectos fundamentales que constituyen los tres pilares sobre los que se sustenta el ranking de competitividad digital mundial (Centrum PUCP, 2022).

En lo referente al sector de telecomunicaciones en Perú, es pertinente señalar que, aunque en los últimos años se ha registrado un crecimiento sostenido de la inversión, pasando de 442 millones de dólares en 2020 a 591 millones de dólares en 2024, existen diferencias notables entre

la TV abierta y la TV por cable. Mientras la TV abierta ha incrementado de 188 millones de dólares en 2020 a 198 millones de dólares en 2024, la inversión en TV por cable se ha mantenido estancada sin variaciones significativas, oscilando entre 15 y 17 millones de dólares anuales (CPI Research Perú, 2025). Frente a esta situación, los aspectos relacionados con inversión en capacitación del personal, tecnología y publicidad o marketing adquieren relevancia fundamental cuando se aborda la gestión administrativa y competitividad, ya que la implementación de estrategias que fomenten la creación de estructuras para emplear los recursos humanos, materiales y monetarios de forma eficiente e implementar acciones que favorezcan su optimización y modernización, constituirá la clave para garantizar el posicionamiento de las empresas (Huertas et al., 2020).

Considerando el contexto descrito, resulta necesario identificar la manera de asistir a las numerosas entidades comerciales para acelerar su competitividad, siendo esto posible mediante la gestión administrativa, la cual se ha consolidado como un factor clave y primordial para determinar el éxito o fracaso de una organización. En este sentido, la gestión administrativa está vinculada con la coordinación y supervisión de las tareas laborales de los colaboradores para que estas se realicen de manera eficiente y efectiva, lo cual implica que las compañías, a través de la competitividad, mantengan actualizaciones constantes en diversos aspectos, incluyendo maquinaria, personal, tecnología e infraestructura. De no hacerlo, corren el riesgo de perder clientes o incluso desaparecer del mercado (Machuca y Méndez, 2022).

Al respecto, existen diversos elementos internos de la organización que pueden provocar un nivel bajo de competitividad, entre los que se incluyen: administración inadecuada de recursos, presencia de trabajadores no especializados desempeñando funciones ajenas a sus responsabilidades, ausencia de infraestructura apropiada, bajo nivel de capacidad de respuesta, deficiente calidad del producto, carencia de planificación y esfuerzo insuficiente para cumplir con

las demandas del mercado. Por tanto, resulta relevante reconocer la importancia de una adecuada gestión administrativa para que una empresa pueda alcanzar el éxito en el mercado (García, 2019).

Ante esta realidad, se presenta el caso de la empresa UNITEL TV ubicada en Huancayo, la cual carece de estrategias diseñadas con el objetivo de optimizar la calidad de la gestión empresarial y de los productos ofrecidos a los clientes, debido a que no cuenta con un plan dirigido a establecer diferencias significativas con sus competidores, además de no disponer de una imagen que transmita la identidad corporativa, lo que impide que los espectadores se identifiquen con la misión, visión y valores de la organización. Adicionalmente, el personal de la empresa UNITEL TV evidencia un escaso compromiso con los objetivos empresariales, ausencia de liderazgo y poca participación en los procesos internos, situación que se traduce en un bajo desempeño laboral y resultados deficientes, afectando de forma significativa la productividad y competitividad, lo cual influye de forma negativa y limita su capacidad para posicionarse en el mercado, ante la presencia de organizaciones con mayor madurez dentro del sector.

De igual manera, en cuanto al modelo de gestión administrativa existente, es preciso señalar que no existe planificación de las gestiones ni un plan de mejora continua que permita controlar los resultados obtenidos y establecer medidas correctivas dirigidas a optimizar los procesos. Esta situación se atribuye a la ausencia de organización, comunicación y participación de los colaboradores en los diferentes procesos que se llevan a cabo dentro de la empresa, aunado a una escasa inversión en modernización de los equipos tecnológicos y capacitación de los empleados para manejar redes sociales de forma eficaz y eficiente, hecho que dificulta la capacidad de la empresa para dar a conocer su contenido y los productos y servicios que ofrece.

De continuar con estas deficiencias tanto en los procesos que atañen a la gestión administrativa de la empresa como a la competitividad, la organización incurre en el riesgo de no

poseer respuesta frente a estrategias implementadas por nuevos competidores, requiriendo urgentemente identificar si la competitividad se relaciona con ciertos factores, ya que desestimar el análisis de su comportamiento generará variaciones que implican conjuntamente pérdida de posicionamiento y de utilidades, lo cual privaría sus aspiraciones planificadas a mediano y largo plazo.

Por estas razones, resulta necesario que la empresa UNITEL TV desarrolle estrategias asertivas en su gestión administrativa para, con ello, fidelizar y ganar mayor porcentaje de clientes en el mercado, obteniendo simultáneamente establecer su posicionamiento como entidad comercial al ser una entidad competitiva orientada a dirigir sus procesos hacia una productividad idónea. En correspondencia con lo expuesto, la presente investigación tuvo como propósito determinar la relación entre la gestión administrativa y la competitividad en la empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024.

Formulación del problema

Problema general

¿Cómo se relaciona la gestión administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024?

Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la planeación administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo?
- ¿Cómo se relaciona la organización administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo?
- ¿Cómo se relaciona la dirección administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo?

- ¿Cómo se relaciona el control administrativo y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo?

1.2 Antecedentes

Antecedentes internacionales

Jiménez y Segura (2024) desarrollaron una investigación orientada a analizar la gestión administrativa y la competitividad de las cooperativas de transporte público urbano del cantón Ambato, empleando una metodología cuantitativa de alcance correlacional. El estudio se realizó con una población de 100 socios de las cooperativas estudiadas, a quienes se les administró un cuestionario como herramienta de recopilación de datos. Los hallazgos pusieron de manifiesto diversas deficiencias que impactan directamente en la percepción de calidad del servicio por parte de los usuarios. Se consideró imperativo abordar estas problemáticas con el fin de asegurar la competitividad de las cooperativas en el sector transporte. Los resultados obtenidos evidenciaron una correlación media significativa de 0.532 entre las variables gestión administrativa y competitividad, atribuida a la carencia de sistemas de control de costos, insuficiente capacitación del personal y deficiente atención al cliente, factores determinantes para el éxito en un mercado cada vez más competitivo.

Gamboa (2022) ejecutó un estudio cuyo propósito se orientó a establecer la relación entre la gestión administrativa y la competitividad en los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's) parroquiales, siendo una investigación de tipo básica, correlacional con diseño no experimental. La población estuvo conformada por 85 vocales de los GAD's Parroquiales, a quienes se les aplicó el cuestionario como instrumento de recolección de información. Los hallazgos revelaron un p-valor de 0.000 entre las variables analizadas. Se concluyó que la gestión administrativa se asocia de manera significativa con la competitividad de los Gobiernos

Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales.

Galarza et al. (2020) realizaron un estudio con la finalidad de cuantificar el impacto generado por el COVID-19 y proponer estrategias empresariales para mejorar la gestión administrativa y la competitividad de las Pymes durante y después de la emergencia sanitaria. La investigación fue de tipo básica, con enfoque cuantitativo y alcance correlacional no experimental, aplicada a una población de 137 sujetos. Los resultados obtenidos indicaron que los niveles de impacto en cuanto a las dimensiones de la variable gestión administrativa con la competitividad fueron variados según el sector empresarial, evidenciando la necesidad de estrategias adaptativas y resilientes. Las conclusiones revelaron una relación significativa entre la gestión administrativa y la competitividad de las microempresas en el contexto de la emergencia sanitaria ($p=0.000$).

González (2024) llevó a cabo una investigación que tuvo como objetivo analizar la incidencia de la gestión administrativa en la competitividad de las operadoras turísticas del cantón Puerto López, en la Provincia de Manabí en Ecuador, durante el año 2024. El estudio utilizó un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo-correlacional, diseño no experimental y corte transversal. La muestra estuvo integrada por 70 colaboradores de las operadoras turísticas seleccionadas para la investigación. Los resultados indicaron que el 62.9% de los encuestados señalaron que las operadoras turísticas ejecutan de forma eficiente sus actividades diarias; sin embargo, el 21.4% expresó una posición neutral, indicando que existe falta de claridad en la toma de decisiones y desconocimiento de la gestión empresarial. Asimismo, a partir de la evaluación de correlación de las variables mediante la prueba de Spearman, se reconoció que existe relación positiva y significativa entre la gestión administrativa y la competitividad, presentando un Rho equivalente a 0.895 con un nivel de significancia de $0.001 > 0.005$. Se concluyó que disponer de una estructura organizacional clara facilita el aprovechamiento de los recursos y permite a la

empresa adaptarse mejor a las demandas del mercado.

Guananga (2024) ejecutó un estudio cuya finalidad fue determinar cómo la gestión gerencial incide en la competitividad comercial de una Pyme ubicada en la ciudad de Riobamba, Ecuador. La metodología empleada presentó un alcance correlacional, con diseño no experimental, corte transversal y enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 20 empleados de la cooperativa. Los resultados obtenidos demostraron que existe falta de iniciativas que permitan optimizar los procesos desarrollados dentro de la organización. En relación al contraste de hipótesis, se identificó una relación fuerte y positiva entre las variables estudiadas, aceptándose la hipótesis alternativa. Los resultados evidenciaron un Chi-cuadrado igual a 12.59 y p valor de $0.015 < 0.05$. Se concluyó que la organización requiere evaluar las estrategias de gestión administrativa implementadas.

Antecedentes nacionales

Cardenas (2022) desarrolló una investigación con el propósito de establecer la relación entre la innovación tecnológica y la competitividad empresarial de las microempresas del distrito de Comas para el año 2021. La investigación fue de tipo básica, con enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal y nivel correlacional. El estudio utilizó una muestra representada por 87 gerentes. Los resultados demostraron que la innovación tecnológica se relacionó significativamente con la competitividad, presentando un Rho de Spearman equivalente a 0.639, siendo este un valor moderado a fuerte de correlación. Se concluyó que la innovación tecnológica es un elemento que permite incrementar la competitividad de las microempresas seleccionadas.

Candela y Vellaneda (2023) ejecutaron un estudio con el objetivo principal de determinar la relación existente entre la gestión administrativa y la competitividad empresarial en las Mypes

de venta de ropa del Cercado de Satipo, ubicadas en Junín, Perú. Se aplicó un diseño no experimental, con enfoque cuantitativo y alcance correlacional a una muestra de 70 Mypes. Los resultados indicaron que la planificación ($r = 0.379$; $p = 0.001$), organización ($r = 0.669$; $p = 0.000$), dirección ($\rho = 0.700$; $p = 0.000$) y control ($\rho = 0.260$; $p = 0.030$) influyen directa y significativamente en la competitividad empresarial. Las conclusiones demostraron que la variable gestión administrativa influye positiva y significativamente ($r = 0.774$; $p = 0.00$) en la competitividad empresarial de las Mypes de venta de ropa del Cercado de Satipo.

Huaman (2023) realizó una investigación orientada a determinar la inferencia de la gestión administrativa en el posicionamiento de una empresa privada de telecomunicaciones sede Apurímac, año 2023. La metodología empleada tuvo un enfoque cuantitativo, fue de tipo básica, no experimental, de alcance correlacional. La muestra estuvo integrada por 70 colaboradores de la empresa. Los resultados revelaron que existe correlación entre las variables seleccionadas, presentando un Chi-cuadrado equivalente a 65.83 con un p valor igual a $0.000 > 0.05$, aceptándose la hipótesis alternativa. Se concluyó que la empresa debe implementar estrategias de mejora continua destinadas a corregir fallas en los procesos.

Alarcón (2024) desarrolló un estudio con el objetivo de determinar la relación entre la gestión administrativa y la competitividad en los usuarios de las áreas de atención en la provincia de Chincheros, Apurímac, en el año 2023. La investigación fue de tipo básica, con alcance descriptivo-correlacional, diseño no experimental y enfoque cuantitativo. La muestra estuvo representada por 111 usuarios. Los resultados develaron que el 40% de los entrevistados calificaron la organización como promedio, el 32% de los usuarios asegura que el control es regular, el 36% opina que la planificación es satisfactoria y el 45% opina que la planificación es buena. En relación a los resultados inferenciales, existe relación positiva y significativa entre las

variables estudiadas, presentando un coeficiente de correlación de Spearman equivalente a 0.986 y un p valor igual a $0.00 > 0.05$. Se concluyó que una mejor gestión administrativa permitirá optimizar la competitividad.

Nolasco (2023) realizó una investigación cuya finalidad fue determinar la relación existente entre la gestión logística y la competitividad en el contexto de Lima centro en el año 2022. El estudio fue de tipo básico, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal y nivel correlacional. La muestra estuvo constituida por 110 trabajadores. Los resultados demostraron que existe correlación directa y significativa entre las variables, presentando un coeficiente de Spearman de 0.47 y un p valor equivalente a $0.00 > 0.05$. Se concluyó que las Mype del sector textil deportivo mayorista ameritan poner en práctica una adecuada gestión administrativa.

1.3 Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024.

Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la planeación administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.
- Determinar la relación entre la organización administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.
- Determinar la relación entre la dirección administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

- Determinar la relación entre el control administrativo y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

1.4 Justificación

El presente estudio se justifica desde una perspectiva práctica, puesto que posibilita analizar la gestión administrativa y establecer la relación existente con la competitividad, permitiendo identificar deficiencias en el proceso de diseño de acciones o estrategias orientadas a incrementar la calidad de la gestión empresarial. Asimismo, aporta bases para optimizar el proceso de planificación, organización, dirección y control de todos los recursos existentes dentro de la organización, permitiéndole destacarse dentro del mercado, optimizar los servicios prestados para garantizar su éxito futuro y adaptarse a las expectativas y demandas actuales por parte de los usuarios.

De igual manera, el estudio se justifica metodológicamente dado que los datos recabados servirán de base para futuras investigaciones que tengan como objetivo evaluar el comportamiento de la gestión administrativa y la relación existente con la competitividad, permitiendo proponer esquemas efectivos que permitan optimizar la gestión de tareas, la administración de recursos y esfuerzos y la coordinación de acciones, en pro de identificar riesgos, corregirlos y garantizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales establecidos.

Asimismo, presenta justificación teórica dado que permitirá aportar conocimientos que sirvan de incentivo a futuros investigadores para proponer estructuras de gestión basadas en los principios de eficacia y eficiencia, que tengan como misión velar por la mejora continua de las gestiones dentro de la empresa, con la intención de garantizar su competitividad dentro del mercado frente a otras organizaciones pertenecientes al mismo sector.

Del mismo modo, se justifica económicamente dado que la identificación de prácticas dirigidas a optimizar las gestiones administrativas favorecerá dentro de la organización el uso de los recursos económicos de manera óptima, además de contribuir a reducir costos, mejorar la comunicación, incrementar el rendimiento y por ende la productividad de la empresa.

Desde la perspectiva social, se justifica ya que permitirá a la empresa incrementar la calidad de los productos ofrecidos y satisfacer las demandas de los espectadores, además de permitir a los empleados incrementar su nivel de compromiso con la empresa, al fomentar un ambiente laboral positivo en el que se promueva la participación y la mejora de los beneficios salariales.

1.5 Hipótesis

Hipótesis general

La gestión administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024.

Hipótesis específicas

- La planeación administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.
- La organización administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.
- La dirección administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.
- El control administrativo se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas

2.1.1. *Gestión administrativa*

Candela y Vellaneda (2023) conceptualizan la gestión administrativa como el procedimiento a través del cual las organizaciones establecen sus objetivos empresariales y las estrategias requeridas para alcanzarlos de manera eficaz y eficiente, contemplando como etapas esenciales del proceso la planeación, la organización, la dirección y el control.

Balcázar (2020) describe la gestión administrativa como el conjunto de acciones o estrategias concebidas con el propósito de mejorar la calidad de la gestión empresarial y satisfacer los requerimientos de los clientes tanto internos como externos de la organización, empleando de forma eficiente los recursos disponibles para asegurar el incremento de la productividad, la rentabilidad y la competitividad.

De acuerdo a los planteamientos de Pérez et al. (2022), la gestión administrativa comprende las acciones orientadas a prevenir, corregir y tomar decisiones de manera racional, con el objetivo de optimizar los procesos y la estructura de servicios para garantizar un producto de calidad y la satisfacción de las necesidades de los clientes. Del mismo modo, para Molina y Chuque (2024), la gestión administrativa se sintetiza como el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar todos los recursos existentes dentro de una organización con la finalidad de alcanzar las metas organizacionales de forma eficaz y eficiente.

González et al. (2020) considera que la gestión administrativa se fundamenta en el diseño de tareas, la administración de recursos y esfuerzos y la coordinación de acciones, en pro de identificar riesgos, corregirlos y garantizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales

establecidos, con la finalidad de optimizar el rendimiento, la productividad y con ello la competitividad.

De acuerdo a Balanzátegui y Contenido (2023), la gestión administrativa reviste gran importancia para la organización, dado que constituye la base del desarrollo empresarial, al ofrecer las herramientas necesarias para definir las funciones de los colaboradores, así como también sus metas, objetivos y los recursos disponibles para alcanzarlos, lo que permite identificar dificultades, oportunidades, fortalezas y amenazas que ponen en riesgo el cumplimiento de las metas de la organización.

Según Masaquiza et al. (2020), la gestión administrativa se define como el marco referencial que guía el trabajo de los colaboradores dentro de la organización, con el objetivo de alcanzar los objetivos empresariales y garantizar un ambiente laboral satisfactorio, que fomente el compromiso de los colaboradores con la empresa, sobre la base de cinco principios fundamentales:

- Principio de división del trabajo y especialización: reconoce que todo proceso debe ser distribuido entre diferentes colaboradores, con la finalidad de fomentar la especialización y garantizar que cada empleado asigne a cada tarea el tiempo y dedicación necesarios para cumplir con éxito la meta establecida.
- Principio de autoridad y responsabilidad: establece que en cada proceso debe existir una línea de autoridad y responsabilidad claramente definida.
- Principio de jerarquía o cadena escalar: considera que, a mayor cargo, mayores serán las responsabilidades y el grado de autoridad dentro de la línea establecida.
- Principio de la unidad de mando: reconoce que cada colaborador debe tener un solo jefe, con la finalidad de evitar confusiones y órdenes duplicadas que pongan en riesgo un proceso.

- Principio de amplitud administrativa: considera que cada supervisor debe tener bajo su mando un equipo reducido, para garantizar un manejo adecuado y el seguimiento de las funciones de forma eficiente.

De acuerdo a Molina y Chuque (2024), la gestión administrativa se caracteriza por:

- Coordinar de forma eficaz los recursos disponibles dentro de la organización con el objetivo de alcanzar las metas empresariales establecidas, en base a decisiones tomadas por los líderes y directivos.
- Proyectar las metas, definir los objetivos, ejecutar las estrategias, orientar los esfuerzos, verificar y evaluar los resultados obtenidos y aplicar la mejora continua, para corregir fallas o errores que afectan el desempeño de la gestión.
- Evaluar las necesidades de los colaboradores, con la finalidad de diseñar estrategias que permitan responder de forma efectiva y garantizar la satisfacción de los requerimientos, favoreciendo la creación de un ambiente laboral positivo, que fomente el compromiso de los empleados con la organización.

Según Peña et al. (2022), entre los beneficios del uso adecuado de la gestión administrativa, destacan:

- Incremento de la productividad: esto como resultado de la correcta aplicación de todos los procesos necesarios para garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos, lo que optimiza el desarrollo de todas las actividades dentro de la organización.
- Centrarse en el logro de los objetivos: al coordinar todas las actividades de los colaboradores, es posible alinear todos los esfuerzos hacia el cumplimiento de metas colectivas, esto como resultado de que existe una correcta planificación, estrategias bien definidas y un equipo de trabajo que opera de forma coordinada.

- Maximizar el uso de los recursos: la presencia de estrategias de gestión adecuadas, no solo permite optimizar el rendimiento de los empleados, sino también el uso de todos los recursos disponibles, tales como tiempo, capital y recursos materiales.

De acuerdo a los planteamientos de Robbins y Coulter (2018), entre los modelos de gestión administrativa destacan:

- Modelo clásico: está conformado por dos teorías fundamentales, entre las que destacan, la teoría de la administración científica sustentada en los aportes realizados por Frederick W. Taylor y Frank y Lillian Gilbreth y la teoría general de la administración, representada por Henri Fayol y Max Weber. Entre los principales aportes de la administración científica se encuentran, la división del trabajo caracterizada por la especialización de las funciones de los colaboradores, el estudio científico del trabajo relacionado con la determinación de los procesos más eficientes y efectivos para desarrollar las gestiones dentro de la empresa, la selección y capacitación científica caracterizada por la formación constante del personal, la colaboración entre dirección y obreros basada en el establecimiento de estructuras fundamentadas en la cooperación y finalmente la autoridad y responsabilidad relacionada con la conformación de líneas de autoridad capaces de atribuir responsabilidades a cada nivel de la empresa. Por su parte, entre los principales aportes de la teoría general de la administración se encuentran, el establecimiento de una estructura jerárquica clara para la toma de decisiones y el intercambio de información, la formalización de las reglas procedimientos y normas que sirven como base para guiar las gestiones dentro de la empresa y la

selección por competencias que establece que los colaboradores deben ser promovidos de acuerdo a sus habilidades, capacidades y resultados obtenidos.

- **Modelo conductual:** el modelo reconoce el rol fundamental del comportamiento humano en la construcción del éxito empresarial, dentro de los principales aportes del modelo destaca, la importancia de la comunicación e interacción entre los colaboradores de la empresa, la satisfacción de las necesidades personales, económicas y profesionales de los empleados, el liderazgo basado en el respeto y la adaptabilidad, la motivación y el reconocimiento vistas como prácticas que promueven el compromiso del empleado con la organización y la participación en la toma de decisiones, la cual permite involucrar a los trabajadores en los procesos e incrementar su participación.
- **Modelo cuantitativo:** se fundamenta en la integración de diferentes disciplinas, tales como la economía, la estadística, la informática y la matemática, para crear estructuras que permitan optimizar los procesos dentro de la organización, predecir los resultados de las acciones tomar decisiones que permitan aplicar programas de mejora continua para optimizar la gestión de los recursos e incrementar la productividad y con ello la competitividad.
- **Modelos contemporáneos:** consideran que las empresas son sistemas abiertos, que se encuentran influenciados por su entorno y se encuentran en constante interacción con él, por lo que, deben ser capaces de adaptar sus procesos a las necesidades del mercado y de los clientes internos y externos, para lo que necesitan, capacitar a su capital humano, modernizar los procesos, gestionar bajo un enfoque de eficacia y eficiencia, incorporar modelos sostenibles que permitan garantizar la sostenibilidad

de las estrategias empresariales, fomentar la toma de decisiones sobre la base de información sustentada sobre datos confiables, incorporar tecnologías con la finalidad de disminuir tiempo, costos, incrementar la productividad y con ello favorecer la competitividad.

2.1.2. Modelo del Proceso Administrativo

Para Robbins y Coulter (2018), el modelo de procesos administrativos constituye una estructura que permite coordinar las actividades de los trabajadores de una organización con la finalidad de lograr los objetivos empresariales. De esta manera, se convierte en un concepto fundamental dentro de la gestión empresarial, ya que proporciona una estructura lógica y coherente que facilita la toma de decisiones y la ejecución de tareas de forma coordinada y efectiva (Valladares et al., 2024).

Según Chiavenato (2019), el modelo del proceso administrativo permite a una organización gestionar sus recursos y actividades de manera eficiente para lograr sus metas, siendo fundamental que el personal disponga de capacidades y habilidades que les permitan integrar de forma exitosa aspectos de planificación, organización, dirección y control, sobre la base de un modelo de gestión basado en la eficacia y la eficiencia, que se caracteriza por ser dinámico, cíclico y administrativo:

- Dinámico, dado que se encuentra en constante evolución y adaptación, debido a los cambios que experimentan las organizaciones.
- Cíclico, dado que las funciones y etapas del proceso se repiten de forma constante.
- Administrativo, dado que para su éxito requieren de la participación y compromiso de todos los integrantes de la organización, quienes deben trabajar de forma mancomunada, para garantizar la administración eficiente de los recursos en pro de alcanzar las metas empresariales.

2.1.3. Dimensiones de la gestión administrativa

Candela y Vellaneda (2023) plantean que la gestión administrativa considera cuatro dimensiones fundamentales: planificación, organización, dirección y control:

- **Planeación:** consiste en definir las metas, trazar los objetivos, establecer los recursos y las actividades que se desarrollarán en un periodo de tiempo determinado. Todo proceso de planificación está vinculado a la toma de decisiones anticipadas con la finalidad de desarrollar actividades de forma sostenible. La planeación podría dividirse en tres aspectos: estratégica, táctica y operativa (Chiavenato, 2019).
- **Organización:** consiste en conformar una estructura para distribuir los recursos materiales, financieros, humanos, tecnológicos y de información, para desarrollar el trabajo y poder alcanzar los objetivos planificados. La organización puede ser formal o informal, y presenta tres niveles: global, departamental y de tareas y operaciones.
- **Dirección:** se refiere a la ejecución de las estrategias trazadas, orientando los esfuerzos hacia los objetivos establecidos, a través del liderazgo, la motivación y la comunicación. El objetivo de la dirección es accionar y dinamizar a la organización.
- **Control:** consiste en el proceso de revisión constante de las tareas previstas, con la intención de garantizar que estas estén alineadas con las estrategias planificadas y de corregir fallas y errores registrados, para facilitar la toma de decisiones sobre la base de información de calidad.

2.1.4. Competitividad

Guizado (2022) define la competitividad como la técnica empleada para generar beneficios en el mercado en el que opera, en relación con sus competidores cercanos, encontrándose

relacionada de forma directa con el valor y la cantidad de un producto suministrado con los insumos necesarios para obtenerlo.

Alarcón (2024) considera que la competitividad constituye la capacidad que tiene una empresa para competir dentro del mercado con otras organizaciones pertenecientes al mismo sector, basándose en la capacidad y habilidad que tiene la organización para crecer y obtener beneficios, ofreciendo un servicio de calidad que responde de forma eficiente a las necesidades del mercado.

Díaz et al. (2021) define la competitividad como el resultado de una gestión construida sobre la base de principios de eficacia y eficiencia, que combinados entre sí, favorecen la productividad y permiten a las organizaciones liderar el mercado y posicionarse entre los primeros lugares.

Según Candela y Vellaneda (2023) la competitividad empresarial es la habilidad que desarrollan las empresas para posicionarse en el mercado, la cual se mide estableciendo una comparación con las empresas competidoras. Igualmente, González (2024) considera que la competitividad es la capacidad que posee una organización para satisfacer las necesidades de sus clientes, a través del ofrecimiento de productos o servicios únicos que resultan prácticamente imposibles de imitar.

Muñoz et al. (2021), definen la competitividad como el resultado de la rivalidad entre las empresas del sector y se obtiene a través de un proceso de gestión administrativo que vincula a todos los grupos de interés que tienen vida dentro de la organización.

Según Porter (2017), existen tres elementos claves a la hora de definir una estrategia competitiva, entre los que destacan:

- El liderazgo en costos: se refiere a que las empresas deben diseñar estrategias que les permitan producir y distribuir al menor costo posible, para ofrecer productos de calidad al menor precio y conseguir una mayor participación en el mercado.
- Diferenciación: se refiere a que las empresas deben desarrollar ventajas que les permitan destacar entre la lista de competidores del sector, creando relaciones basadas en la confianza y la satisfacción.
- Enfoque: se refiere a que las empresas deben centrar su atención en un nicho de mercado específico, para lograr conocerlo y comprender sus necesidades.

Romero et al. (2020), consideran que la competitividad se encuentra determinada por factores internos y externos, los cuales se especifican a continuación:

- Factores internos:
 - Estrategia empresarial: se relaciona con las estrategias establecidas por la gestión administrativa, para alcanzar los objetivos establecidos por la organización.
 - Cultura organizacional: constituyen las normas y valores que guían a las acciones diseñadas para gestionar los procesos, satisfacer las necesidades de los clientes y establecer estrategias para fomentar la productividad y competitividad dentro de la empresa.
 - Recursos humanos: constituye un factor fundamental que determina la calidad de los procesos, dado que de él depende, la eficacia y eficiencia con la que se desarrollan los procesos, por lo que, resulta fundamental garantizar su capacitación y el desarrollo de habilidades y capacidades, que le permitan cumplir sus funciones de forma eficaz y eficiente.
 - Capacidad directiva: se refiere a la capacidad gerencial de los líderes de la

organización, que se traduce en un ambiente laboral estable.

- Diferenciación en roles y funciones: se relaciona con la definición de roles de forma clara y específica, para garantizar que cada puesto esté alineado con los objetivos empresariales establecidos.
- Capacidad de innovación: constituye un factor fundamental que determina las capacidades de los colaboradores para diseñar estrategias que permitan incorporar nuevas ideas para favorecer la innovación dentro de la organización.
- Factores externos:
 - Desempeño del capital humano: se relaciona con los conocimientos, capacidades y habilidades que tiene el personal para cumplir de forma eficiente con las responsabilidades inherentes a su cargo.
 - Tendencias sociales: los constantes cambios en el mercado, crean nuevas necesidades, que llevan a las empresas a rediseñar las estrategias establecidas para garantizar la competitividad.
 - Disponibilidad de recursos tecnológicos: la inclusión de la tecnología en los procesos de la organización permite mejorar la productividad y mantener una ventaja competitiva en el mercado.
 - Equilibrio entre calidad y precio: garantizar calidad a un precio competitivo, constituye una herramienta fundamental que permite a las empresas atraer y retener clientes, asegurando su equilibrio financiero.

2.1.5. Dimensiones de la competitividad

Candela y Vellaneda (2023), la competitividad se divide en tres dimensiones, a saber, capacidad de marketing, logística y tecnología, la cuales se especifican a continuación:

- Capacidad de marketing: se refiere a las estrategias implementadas para estimular a los consumidores a adquirir los bienes o servicios ofrecidos por la organización. Constituye la capacidad y habilidad que tiene una organización para diseñar una estrategia que le permita posicionar sus productos de forma efectiva.
- Logística: se refiere a la optimización de los procesos para garantizar mayor productividad y aprovechamiento de los recursos, con la finalidad de disminuir costos de producción que se verán reflejados en precios competitivos.

Entre las principales estrategias para optimizar la logística destacan:

- Promover la existencia de información actualizada, dado que constituye un elemento que permite tomar decisiones de forma efectiva y disminuir los riesgos.
 - Optimizar los procesos asociados a embalaje y transporte, dado que permite incrementar la calidad de los productos ofrecidos.
 - Actualizar los inventarios de productos disponibles, pues permite conocer la capacidad que posee la empresa para cubrir las demandas del mercado.
 - Adquisición de Tecnología, permite disminuir tiempos, costos y aumentar el control sobre los diferentes procesos, incrementando la posibilidad de cumplir con los objetivos en el menor tiempo posible.
 - Fomentar el desarrollo del recurso humano, permite optimizar las habilidades y capacidades del personal, para responder de forma efectiva a los requerimientos asociados al cargo que desempeñan, a la vez que permite mejorar los servicios y aumentar la competitividad en el mercado.
- Tecnología: se refiere a la modernización de la maquinaria empleada para producir los bienes o gestionar los servicios ofrecidos por la organización, lo cual permite disminuir

los tiempos de gestión, incrementar la productividad y aumentar la capacidad para responder a los requerimientos de los consumidores.

III. MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

El estudio planteado fue de tipo básico, debido a que pretendió obtener nuevos conocimientos como resultado de la evaluación de las variables estudiadas, tomando en consideración los planteamientos de García y Sánchez (2020) que definen a la investigación básica, como aquella que busca ofrecer nuevos conocimientos teórico sin que esto implique aplicarlo a la realidad.

Según Hernández y Mendoza (2023), los estudios correlacionales se definen como aquellos que buscan conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos variables dentro de un contexto específico, haciendo posible determinar cómo se puede comportar una variable al conocer el comportamiento de otra vinculada. En este sentido, la investigación tuvo un alcance correlacional, dado que buscó conocer la relación existente entre la gestión administrativa y la competitividad dentro de la empresa seleccionada.

Asimismo, para Hernández y Mendoza (2023) el enfoque cuantitativo es aquel que busca evaluar datos numéricos mediante el uso de técnicas estadísticas, en base a una estructura conformada por diez fases. La investigación presentó un enfoque cuantitativo, debido a que los datos obtenidos fueron analizados a través de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, que permitieron dar respuesta a los objetivos planteados y contrastar las hipótesis.

El diseño de la investigación fue no experimental y transversal, considerando que la variable gestión administrativa y la variable competitividad no fueron sometidas a ningún tipo de manipulación deliberada y las mediciones se hicieron en un momento determinado (Hernández y Mendoza, 2023).

3.2 **Ámbito temporal y espacial**

El estudio se realizó durante el año 2024, en la empresa UNITEL TV, ubicada en la ciudad de Huancayo, Perú.

3.3 **Variables**

- Variable 1: Gestión administrativa. Proceso mediante el cual las empresas definen los objetivos organizacionales y las estrategias necesarias para alcanzarlos de una manera eficaz y eficiente, considerando como fases fundamentales de la gestión, la planeación, la organización, la dirección y el control (Candela y Vellaneda, 2023).
 - Dimensiones: planeación, organización, dirección y control.
- Variable 2: Competitividad. Habilidad que desarrollan las empresas para posicionarse en el mercado, la cual se mide estableciendo una comparación con las empresas competidoras (Candela y Vellaneda, 2023).
 - Dimensiones: capacidad de marketing, logística y tecnología.

La operacionalización de variables se muestra en la tabla 1.

Tabla**1***Operacionalización de las variables*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Gestión administrativa	Proceso mediante el cual las empresas definen los objetivos organizacionales y las estrategias necesarias para alcanzarlos de una manera eficaz y eficiente, considerando como fases fundamentales de la gestión, la planeación, la organización, la dirección y el control (Candela y Vellaneda, 2023).	La variable se medirá considerando, la planificación, organización, dirección y control	Planificación	Toma de decisiones. Definición de objetivos. Planes de trabajo.	Cuestionario
			Organización	Estructura organizacional. Cronograma de trabajo. Manual de funciones.	
			Dirección	Comunicación. Liderazgo.	
			Control	Sistema de control. Identificación de mejoras. Desempeño de trabajadores.	
Competitividad	Habilidad que desarrollan las empresas para posicionarse en el mercado, la cual se mide estableciendo una comparación con las empresas competidoras (Candela y Vellaneda, 2023)	La variable se medirá considerando, la capacidad de marketing, logística y tecnología.	Capacidad de marketing	Fuerza de ventas. Imagen de marca. Segmentación de mercado.	Cuestionario
			Logística	Alianzas estratégicas. Experiencia en el sector. Flujo de mercadería.	
			Tecnología	Sistemas y equipos. Automatización.	

3.4 Población y muestra

La población representa a todos aquellos casos que se vinculan con una serie de especificaciones, genera interés para la investigación y guarda relación con el planteamiento del problema establecido (Hernández y Mendoza, 2023), de esta manera, la población estuvo constituida por el personal de la empresa UNITEL TV de Huancayo.

Criterios de Inclusión: colaboradores que tengan vínculo laboral contractual permanente, mayores de 18 años y menores de 55.

Criterios de Exclusión: colaboradores mayores de 55 años, que no tengan vinculo contractual permanente con la empresa.

Según Hernández y Mendoza (2023), la muestra constituye un segmento representativo de la población que genera interés en el investigador, en este sentido, la muestra se calculó mediante la aplicación de la fórmula para muestra con población finita, con la fórmula que se especifica a continuación:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Donde:

N= 21

$Z^2 = 1,96$

p=0,50

q=0,50

error= 0,05

De esta manera:

$$n = \frac{N \times (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}{(0,05)^2 \times (N - 1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

En tal sentido, la muestra estará constituida por, 20 colaboradores de la empresa UNITEL TV de Huancayo.

3.5 Instrumentos

En la investigación se hizo uso del cuestionario elaborado por Candela y Vellaneda (2023) para evaluar la variable gestión administrativa, tal que se muestra en el anexo 1, conformado por 4 dimensiones, planificación, organización, dirección y control. Habiendo obtenido un coeficiente de confiabilidad de 0,84, por lo que, es altamente confiable. Asimismo, su validez estuvo confirmada por el juicio de expertos. El instrumento estuvo constituido por 20 ítems, en los que se evaluaron las dimensiones de la gestión empresarial, a saber, planeación (4 ítems), organización (5 ítems), dirección (5 ítems) y control (6 ítems); las respuestas se presentan en una escala Likert de 5 puntos donde: Totalmente de acuerdo (5 puntos), de acuerdo (4 puntos), neutro (3 puntos), en desacuerdo (2 puntos) y totalmente en desacuerdo (1 punto).

Asimismo, para medir la variable competitividad utilizó un cuestionario elaborado por Candela y Vellaneda (2023), tal que se muestra en el anexo 2, conformado por 3 dimensiones, capacidad de marketing, logística y tecnología. Habiendo obtenido un coeficiente de confiabilidad de 0,74, por lo que, es altamente confiable. Asimismo, su validez estuvo confirmada por el juicio de expertos. El instrumento estuvo constituido por 16 ítems, en los que se evaluaron las dimensiones de la competitividad, a saber, capacidad de marketing (7 ítems), logística (4 ítems) y tecnología (5 ítems); las respuestas se presentan en una escala Likert de 5 puntos donde: Totalmente de acuerdo (5 puntos), de acuerdo (4 puntos), neutro (3 puntos), en desacuerdo (2 puntos) y totalmente en desacuerdo (1 punto).

3.6 Procedimientos

Con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación, se procedió a solicitar a la directiva de la empresa UNITEL TV autorización correspondiente para llevar a cabo en sus instalaciones el proyecto con los trabajadores de dicha organización. Tomando en cuenta que, los instrumentos fueron aplicados de forma presencial, fue necesario disponer de un espacio físico ubicado dentro de la empresa, para aplicar los cuestionarios. De igual forma, se estableció con los responsables de la empresa, la fecha y el horario para aplicar el instrumento diseñado. Previo a la aplicación de los cuestionarios, se plantearon a la directiva la posibilidad de llevar a cabo una charla informativa, en la que, se dieron a conocer los objetivos del estudio y se respondieron todas las dudas que existan en relación a la investigación.

Luego de ser aplicados los cuestionarios, se procedió a realizar el procesamiento de la información, empleando para ello una hoja de cálculo del programa Excel, con la finalidad de crear una base de datos que fue utilizada para aplicar las técnicas de estadística descriptiva e inferencial necesarias, con la intención de dar respuesta a los objetivos establecidos y realizar el contraste de las hipótesis con la finalidad de establecer si existe o no relación entre las variables estudiadas. Posteriormente se realizó la discusión de los resultados y la redacción de conclusiones, con la intención de exponer los resultados obtenidos.

3.7 Análisis de datos

El análisis de los datos obtenidos se realizó en base al cálculo de frecuencias en el programa Excel versión 2016, con la intención de conocer el comportamiento de las variables seleccionadas como objeto de estudio. Una vez elaborada la base de datos principal de la investigación, se aplicó la estadística cuantitativa, con la finalidad de determinar si existe relación entre las variables estudiadas, aplicando para ello pruebas paramétricas como la de Pearson o no paramétricas como

la de Spearman, dependiendo de la normalidad presentada por la distribución de los resultados. Los cálculos respectivos, fueron realizados en el programa SPSS versión 25, empleando un nivel de confiabilidad estadística del 95% ($\alpha = 0.05$). Asimismo, los datos fueron presentados a través de tablas y gráficos de frecuencia, para medir el comportamiento de las variables y determinar la correlación existente entre ellas.

3.8 Consideraciones éticas

Para realizar la investigación, el autor se compromete a mantener el respeto por la propiedad intelectual y los derechos de autor; en tal sentido, se aplicaron los patrones referidos en la norma APA versión 7, para realizar las citas y las referencias de los textos, documentos y estudios consultados, de forma correcta. Asimismo, los datos obtenidos fueron procesados sin ser sometidos a modificaciones, ni alteraciones, manteniendo el respeto por la opinión ofrecida por los participantes; asimismo, se tomaron en cuenta los principios éticos, a) beneficencia, b) no maleficencia, c) autonomía, y, d) justicia; los cuales, constituyen una parte fundamental en toda investigación científica.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

En la presente sección se muestran los resultados descriptivos de las variables y sus dimensiones, tal como se observa en la tabla 2.

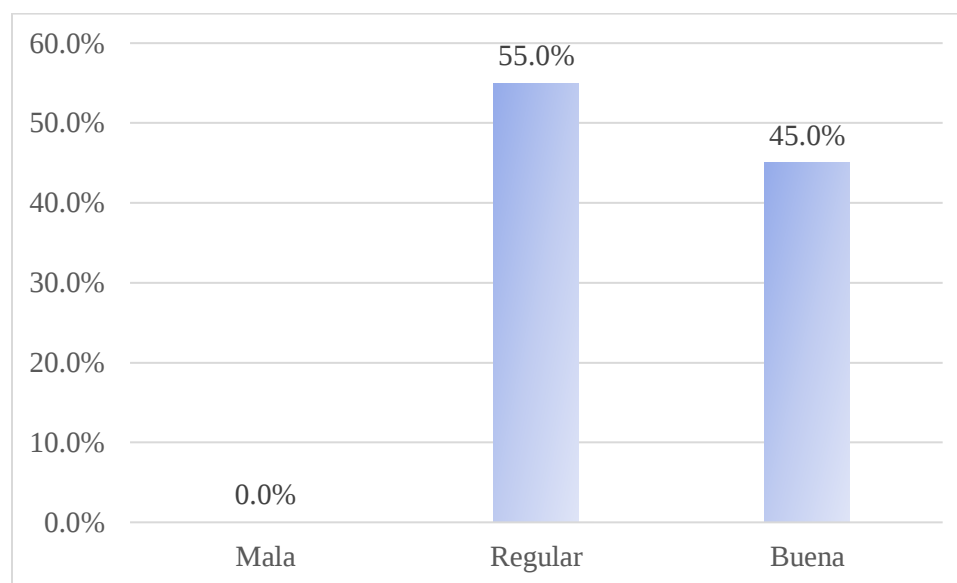
Tabla 2

Dimensión planeación

Baremo	F	%
Mala	0	0.0
Regular	11	55.0
Buena	9	45.0
Total	20	100.0

Figura 1

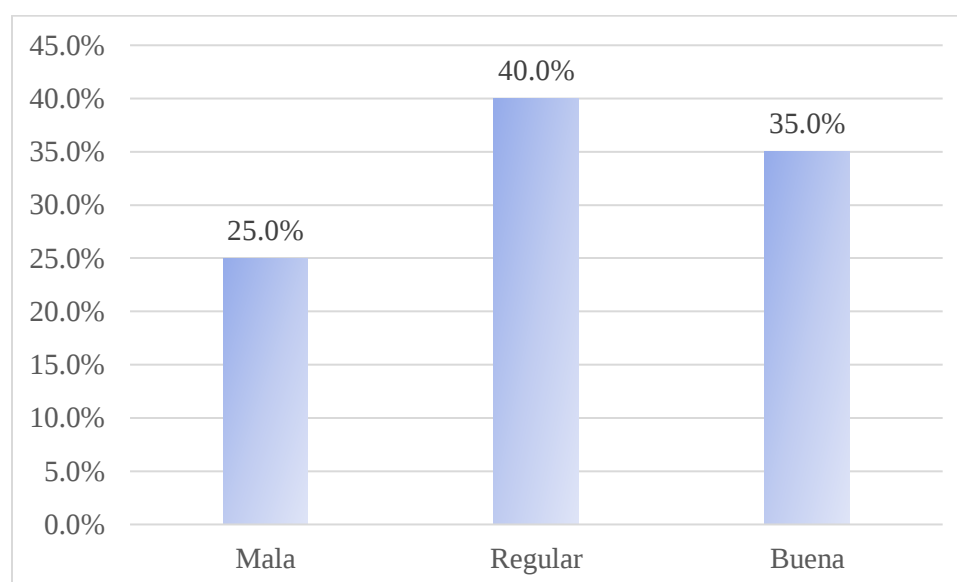
Dimensión planeación



Tal como se observa en la tabla 2 y figura 1, el 55.0% de los encuestados evaluó en nivel regular la dimensión planeación y el 45.0% restante buena, por lo tanto, la dimensión resultó regular. Lo que indica que presenta un desempeño intermedio, es decir, la empresa tuvo debilidades en cuanto a la definición de metas, objetivos, acciones y disposición de recursos.

Tabla 3*Dimensión organización*

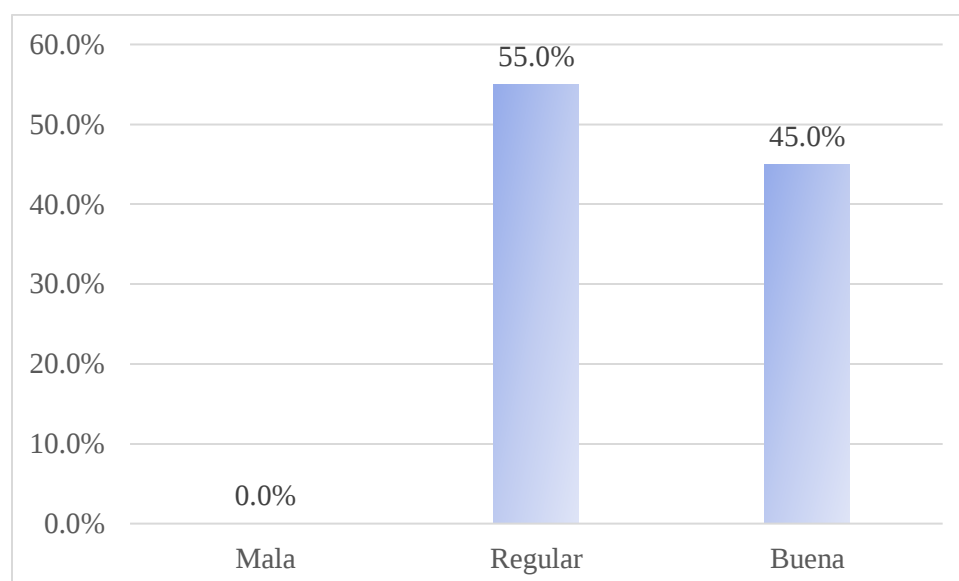
Baremo	F	%
Mala	5	25.0
Regular	8	40.0
Buena	7	35.0
Total	20	100.0

Figura 2*Dimensión organización*

Se observa en la tabla 3 y figura 2, que el 25.0% de los encuestados evaluó como mala la dimensión organización, 40.0% regular y el 35.0% restante buena, por lo tanto, la dimensión resultó regular. Lo que indica que presenta un desempeño intermedio, es decir, la empresa presentó debilidades en cuanto a la definición de su estructura, distribución de los recursos de todo tipo, desarrollo de sus labores y elaboración y uso de un manual de funciones.

Tabla 4*Dimensión dirección*

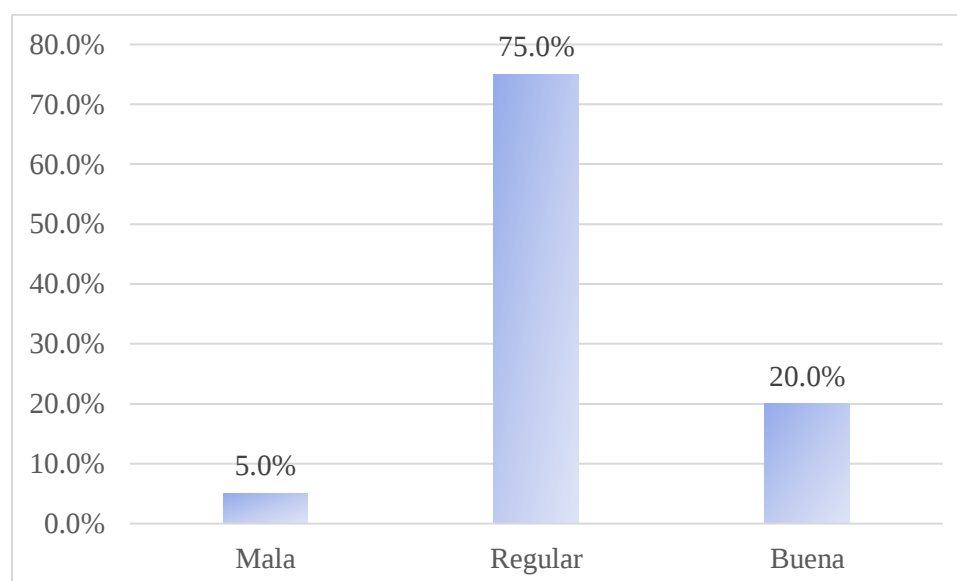
Baremo	F	%
Mala	0	0.0
Regular	11	55.0
Buena	9	45.0
Total	20	100.0

Figura 3*Dimensión dirección*

Se desprende de la tabla 4 y figura 3, que el 55.0% de los encuestados evaluó como regular la dimensión dirección y el 45.0% restante buena, por lo tanto, la dimensión resultó regular. Lo que indica que presenta un desempeño intermedio, es decir, la empresa presentó debilidades en cuanto a la comunicación con sus trabajadores, establecimiento de vínculos cordiales en los equipos de trabajo, crear ambiente de cooperación, mantener a los trabajadores motivados, premiar los logros y permitir la coparticipación de los mismos en la planeación de la empresa.

Tabla 5*Dimensión control*

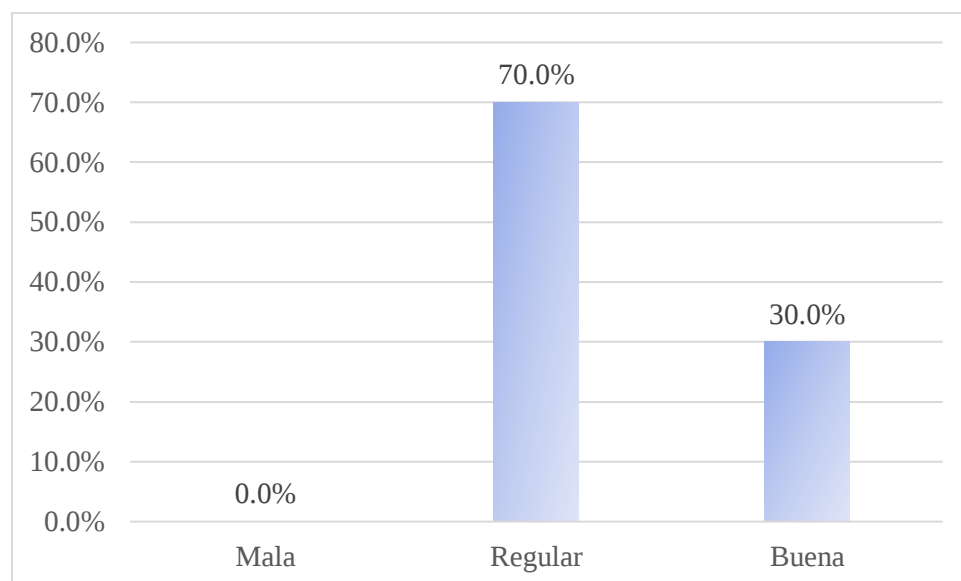
Baremo	F	%
Mala	1	5.0
Regular	15	75.0
Buena	4	20.0
Total	20	100.0

Figura 4*Dimensión control*

Se observa en la tabla 5 y figura 4, que el 5.0% de los encuestados evaluó como mala la dimensión control, 75.0% regular y el 20.0% restante buena, por lo tanto, la dimensión resultó regular. Lo que indica que presenta un desempeño intermedio, es decir, la empresa tuvo debilidades en cuanto a medición y control del desempeño laboral, tomar acciones correctivas ante las vicisitudes que se presentan, mejora constante, evaluación periódica del desempeño de sus colaboradores y de sus propias acciones y logros.

Tabla 6*Variable gestión administrativa*

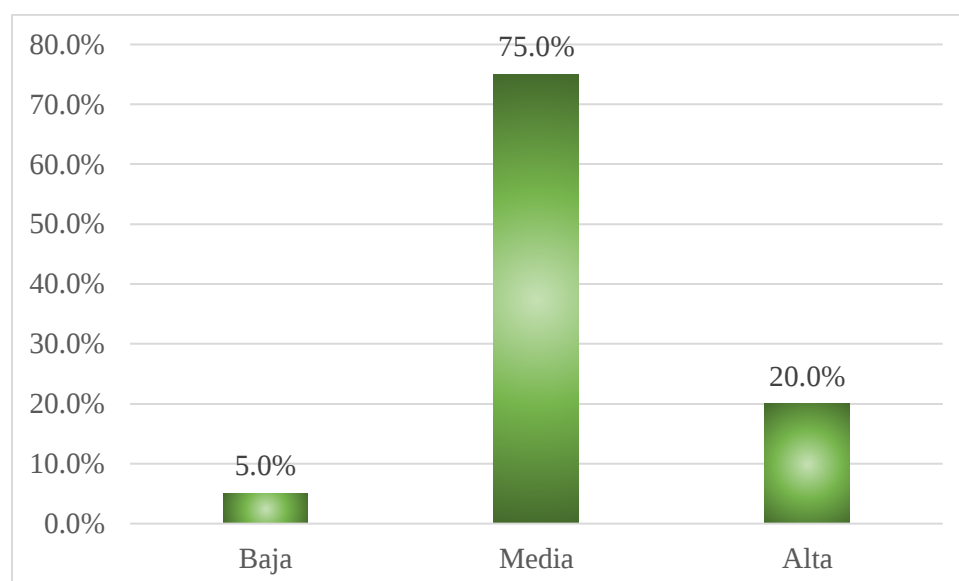
Baremo	F	%
Mala	0	0.0
Regular	14	70.0
Buena	6	30.0
Total	20	100.0

Figura 5*Variable gestión administrativa*

Se desprende de la tabla 6 y figura 5, que el 70.0% de los encuestados evaluó como regular la variable gestión administrativa y el 30.0% restante buena, por lo tanto, la variable resultó regular. Lo que indica que la gestión administrativa de la empresa tuvo un desempeño intermedio, es decir, la empresa tiene debilidades en sus funciones de administración que debe mejorar en las cuatro dimensiones de planeación, organización, dirección y control.

Tabla 7*Dimensión capacidad de marketing*

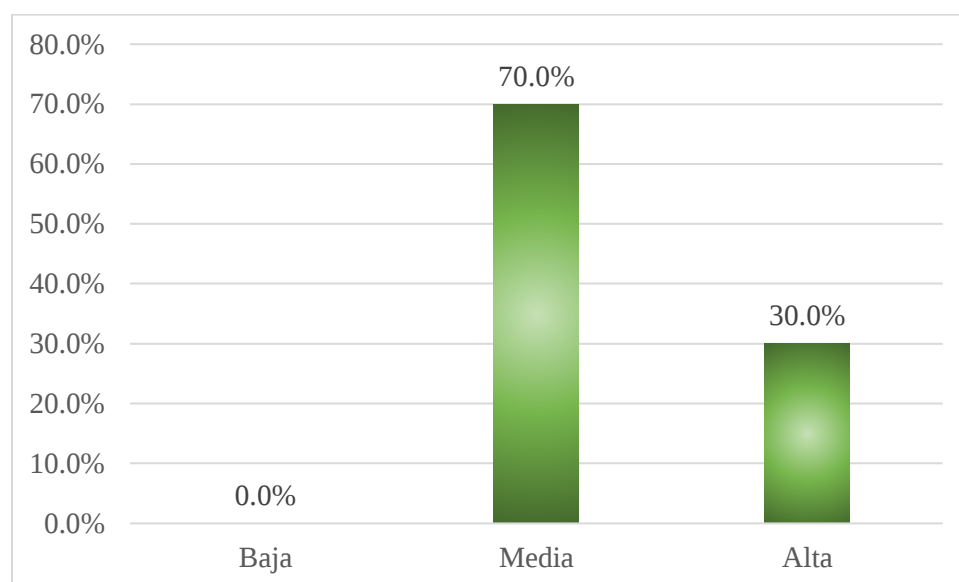
Baremo	F	%
Baja	1	5.0
Media	15	75.0
Alta	4	20.0
Total	20	100.0

Figura 6*Dimensión capacidad de marketing*

En la tabla 7 y figura 6, se observa que el 5.0% de los encuestados valoró en nivel bajo la dimensión capacidad de marketing, 75.0% regular y 20.0% restante alta, por lo tanto, la variable resultó en nivel medio. Lo que indica que la capacidad de marketing de la empresa es intermedia, es decir, presentó debilidades que le impiden ser más óptima, en cuanto a las estrategias implementadas para promocionar sus productos, la capacitación de sus trabajadores del área de marketing, identidad corporativa inadecuada, diferenciación de la competencia y comunicación de su propuesta de valor.

Tabla 8*Dimensión logística*

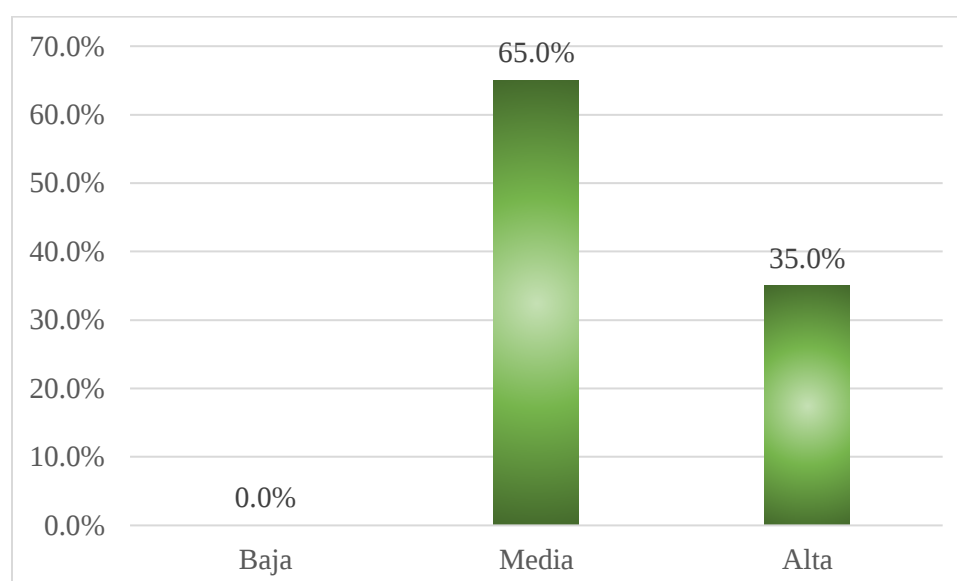
Baremo	F	%
Baja	0	0.0
Media	14	70.0
Alta	6	30.0
Total	20	100.0

Figura 7*Dimensión logística*

Se desprende de la tabla 8 y figura 7, que el 70.0% de los encuestados evaluó como media dimensión logística y el 30.0% restante alta, por lo tanto, la dimensión resultó evaluada en nivel medio. Lo que indica que la logística de la empresa tuvo un desempeño intermedio, es decir, la empresa tuvo debilidades en la optimización de sus procesos, aprovechamiento de sus recursos, informar a los trabajadores sobre sus funciones, contar con personal capacitado para el logro de sus objetivos y establecimiento de una estructura de sus procesos.

Tabla 9*Dimensión tecnología*

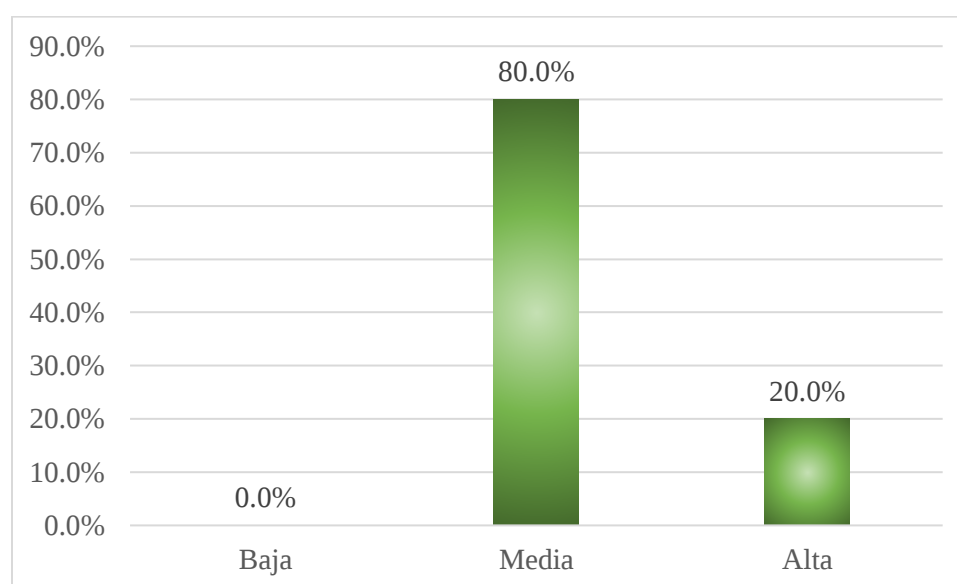
Baremo	F	%
Baja	0	0.0
Media	13	65.0
Alta	7	35.0
Total	20	100.0

Figura 8*Dimensión tecnología*

Se muestra en la tabla 9 y figura 8, que el 65.0% de los encuestados evaluó como media dimensión tecnología y el 35.0% restante alta, por lo tanto, la dimensión resultó evaluada en nivel medio. Lo que indica que la tecnología de la empresa está en nivel intermedio, es decir, la empresa tenía debilidades en la modernización de sus equipos, la implementación de sistemas computarizados para el registro de procesos, la disposición de equipos modernos para que los trabajadores cumplan de manera eficiente sus funciones y gestionar los diferentes procesos internos, con el uso de la tecnología que coadyuve a cumplir con los procesos en los tiempos esperados y no se enfocó debidamente en la automatización para cumplir sus objetivos.

Tabla 10*Variable competitividad*

Baremo	F	%
Baja	0	0.0
Media	16	80.0
Alta	4	20.0
Total	20	100.0

Figura 9*Variable competitividad*

Se observa en la tabla 10 y figura 9, que el 80.0% de los encuestados evaluó como media la variable competitividad y el 20.0% restante alta, por lo tanto, la variable resultó evaluada en nivel medio. Lo que indica que la competitividad de la empresa estuvo en nivel intermedio, es decir, la empresa presentó debilidades en su capacidad para dar a conocer sus productos y posicionarse en el mercado, para organizar y hacer eficiente sus procesos y debe mejorar la adopción de tecnologías que le permitan ser más eficiente y competitiva.

4.2 Resultados inferenciales

Seguidamente se muestran los resultados la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk realizada a las variables, donde se consideró un nivel de significancia de 5.0%, y se decidió por la hipótesis nula cuando dicho nivel fue inferior a 5.0%, siendo las hipótesis establecidas:

H_0 : las variables no se comportan como una normal

H_a : las variables se comportan como una normal

Tabla 11

Prueba de normalidad Shapiro-Wilk

Variable	Estadístico de prueba	Nivel de significancia (p)
Gestión administrativa	0.891	0.028
Competitividad	0.948	0.258
Planeación	0.942	0.358
Organización	0.949	0.105
Dirección	0.921	0.098
Control	0.920	0.337

Tal como se muestra en la tabla 11, la variable gestión administrativa no se comporta como una normal, ya que $p = 0.028$, mientras que el resto de las variables si se comportan como una normal, es decir, se aceptó la hipótesis alterna, ya que p es mayor a 0.05 en todos los casos. Por lo tanto, se utilizó la prueba de Spearman para la hipótesis general y la prueba de Pearson para las específicas, considerando un nivel de significancia de 5.0% y como regla de decisión que si el nivel de significancia es menor a 0.05 se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 1

H_0 : La planeación administrativa no se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

H_a : La planeación administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la

Empresa UNITEL TV de Huancayo.

Tabla 12

Resultados para hipótesis específica 1

Variables	Estadístico de prueba	Nivel de significancia (p)
Planeación/ competitividad	0.637	0.003

En la tabla 12, se puede observar que la dimensión planeación se relacionó de manera significativa con la variable competitividad, ya que $p = 0.003$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis alternativa. Dicha relación de acuerdo con el coeficiente arrojado por la prueba de correlación de Pearson de 0.637, tuvo signo positivo e intensidad media, lo que quiere decir que si la empresa mejora la planeación se hará más competitiva.

Hipótesis específica 2

H_0 : La organización administrativa no se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

H_a : La organización administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

Tabla 13

Resultados para hipótesis específica 2

Variables	Estadístico de prueba	Nivel de significancia (p)
Organización/ competitividad	0.741	0.000

Se desprende de la tabla 13, que la dimensión organización se relacionó de manera significativa con la variable competitividad, ya que $p = 0.000$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis del estudio. La relación hallada, de acuerdo con el coeficiente arrojado por la prueba

de correlación de Pearson de 0.741, tuvo signo positivo e intensidad media, lo que quiere decir que si la empresa mejora la organización a nivel administrativo se hará más competitiva.

Hipótesis específica 3

H_0 : La dirección administrativa no se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

H_a : La dirección administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

Tabla 14

Resultados para hipótesis específica 3

Variables	Estadístico de prueba	Nivel de significancia (p)
Dirección/ competitividad	0.615	0.004

En la tabla 14, se puede observar que la dimensión dirección se relacionó de manera significativa con la variable competitividad, ya que $p = 0.004$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis alternativa. Dicha relación de acuerdo con el coeficiente arrojado por la prueba de correlación de Pearson de 0.615, tuvo signo positivo e intensidad media, lo que quiere decir que si la empresa mejora las acciones de dirección se hará más competitiva.

Hipótesis específica 4

H_0 : El control administrativo no se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo

H_a : El control administrativo se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.

Tabla 15*Resultados para hipótesis específica 4*

Variables	Estadístico de prueba	Nivel de significancia (p)
Control/ competitividad	0.816	0.000

Se desprende de la tabla 15, que la dimensión control se relacionó de manera significativa con la variable competitividad, ya que $p = 0.000$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis del estudio. La relación hallada, de acuerdo con el coeficiente arrojado por la prueba de correlación de Pearson de 0.816, tuvo signo positivo e intensidad considerable, lo que quiere decir que si la empresa mejora sus acciones de control a nivel administrativo se hará más competitiva.

Hipótesis general

H_0 : La gestión administrativa no se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024.

H_a : La gestión administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024.

Tabla 16*Resultados para hipótesis general*

Variables	Estadístico de prueba	Nivel de significancia (p)
Gestión administrativa/ competitividad	0.688	0.001

Tal como se observa en la tabla 16, las variables gestión administrativa y competitividad se relacionaron de manera significativa, ya que $p = 0.001$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis general del estudio. La relación hallada, de acuerdo con el coeficiente arrojado por la prueba de correlación de Spearman de 0.688, tuvo signo positivo e intensidad media, lo que quiere decir que si la empresa mejora sus acciones de gestión administrativa se hará más competitiva.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación pretendió determinar la relación entre la gestión administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024. Al respecto, se demostró que las variables gestión administrativa y competitividad se relacionaron de manera significativa, positiva y con intensidad media, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.688 y $p = 0.001$, quedando comprobado que puede mejorar su nivel de competitividad mejorando su gestión a nivel administrativo.

La conclusión obtenida en el presente estudio, que demuestra una relación significativa, positiva y de intensidad media (ρ de Spearman = 0.688, $p = 0.001 < 0.05$) entre la gestión administrativa y la competitividad, encuentra respaldo y puntos de contraste en investigaciones previas tanto a nivel internacional como nacional. Por ejemplo, Jiménez y Segura (2024) identificaron en cooperativas de transporte urbano una correlación media significativa ($\rho = 0.532$) entre gestión administrativa y competitividad, señalando que factores como la falta de sistemas de control de costos, escasa capacitación y deficiencias en la atención al cliente inciden negativamente en la competitividad del sector. De manera similar, Gamboa (2022) reportó en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales una relación significativa ($p = 0.000$) entre ambas variables, concluyendo que la gestión administrativa es un factor clave para la competitividad institucional.

Galarza et al. (2020), en un estudio realizado en pymes, destacaron que la relación entre gestión administrativa y competitividad se mantuvo significativa durante la emergencia sanitaria por COVID-19 ($p = 0.000$), aunque la intensidad de la correlación varió según el sector, lo que evidenció la importancia de estrategias adaptativas. Por su parte, González (2024) encontró en operadoras turísticas una relación positiva y significativa ($\rho = 0.895$, $p = 0.001$), resaltando que

una estructura organizacional clara y eficiente permite a las empresas responder de manera efectiva a los desafíos del entorno y aprovechar mejor los recursos disponibles. Guananga (2024), al analizar una pyme comercial, también halló una relación fuerte y positiva entre gestión gerencial y competitividad ($p = 0.015$), recomendando la revisión y mejora continua de los procesos administrativos para incrementar la productividad y la competitividad.

En el ámbito nacional, Candela y Vellaneda (2023) evidenciaron que la gestión administrativa influye positiva y significativamente en la competitividad de las mypes de venta de ropa ($r = 0.774$, $p = 0.00$). Huamán (2023) corroboró la relación entre gestión administrativa y posicionamiento empresarial en una empresa de telecomunicaciones ($p = 0.000$), recomendando la implementación de estrategias de mejora continua en los procesos internos. Alarcón (2024) reportó una correlación muy alta ($\rho = 0.986$, $p = 0.00$) entre gestión administrativa y competitividad en el sector servicios, subrayando que una mejor gestión administrativa fomenta el desarrollo de habilidades en los empleados y, en consecuencia, su productividad.

Por otro lado, Nolasco (2023) encontró en empresas textiles una correlación directa y positiva ($\rho = 0.47$, $p = 0.00$) entre gestión logística y competitividad, lo que refuerza la importancia de la gestión administrativa en distintos sectores para incrementar la competitividad empresarial. De la misma manera el estudio de Cárdenas (2022) encontró que la competitividad también se asocia a la innovación tecnológica en la empresa, positiva con Rho de Spearman equivalente a 0.639, lo que debe considerarse a la hora de planificar y plantearse objetivos que pretendan aumentar la competitividad.

Respecto a los objetivos específicos, en primer lugar, la dimensión planeación mostró una relación positiva con la competitividad empresarial ($p = 0.003$), con un coeficiente de Pearson de 0.637, lo que indica una correlación positiva de intensidad media. Este resultado sugiere que a

medida que la empresa mejora sus procesos de planeación, su competitividad tiende a incrementarse. Al comparar con el estudio de Candela y Vellaneda (2023), se observa que la planeación también influyó de manera directa y positiva en la competitividad de las Mypes de venta de ropa, aunque con una intensidad menor ($r = 0.379$; $p = 0.001$). Esto refuerza la importancia de la planeación como base para la toma de decisiones estratégicas y la adaptación al entorno, aunque su impacto puede variar según el sector y el contexto empresarial.

En cuanto a la dimensión organización, se encontró una relación positiva con la competitividad ($p = 0.000$), con un coeficiente de Pearson de 0.741, lo que representa una intensidad media. Este hallazgo implica que la mejora en la organización administrativa contribuye de manera relevante al aumento de la competitividad empresarial. Los resultados de Candela y Vellaneda (2023) respaldan este hallazgo, ya que reportaron una correlación positiva ($r = 0.669$; $p = 0.000$) entre organización y competitividad. Ambos estudios coinciden en que una estructura organizacional clara y eficiente facilita la optimización de recursos y la respuesta ágil a los cambios del mercado, elementos clave para mantener y potenciar la competitividad.

Respecto a la dimensión dirección, los resultados evidenciaron una relación positiva con la competitividad ($p = 0.004$), con un coeficiente de Pearson de 0.615, lo que indica una intensidad media. Esto significa que el fortalecimiento de las acciones de dirección, como el liderazgo y la toma de decisiones, impacta favorablemente en la competitividad de la empresa. Candela y Vellaneda (2023) también encontraron una correlación positiva en esta dimensión ($\rho = 0.700$; $p = 0.000$), lo que subraya la importancia de contar con líderes capaces de guiar al equipo hacia los objetivos estratégicos y adaptarse a los desafíos del entorno empresarial.

Respecto a la dimensión control, presentó la relación más fuerte con la competitividad ($p = 0.000$), con un coeficiente de Pearson de 0.816, lo que corresponde a una intensidad

considerable. Este resultado indica que la implementación de mecanismos de control administrativo efectivos es fundamental para mejorar la competitividad empresarial. Sin embargo, en el estudio de Candela y Vellaneda (2023), aunque el control también mostró una relación positiva ($\rho = 0.260$; $p = 0.030$), su intensidad fue menor en comparación con las otras dimensiones. Esta diferencia puede deberse a particularidades del sector o al nivel de madurez de los sistemas de control disponibles en las empresas analizadas.

La presente investigación pudo demostrar que una gestión administrativa eficiente es un factor determinante para mejorar la competitividad organizacional, lo que respalda y contextualiza los resultados de los estudios que anteceden. Sin embargo, pueden realizarse estudios similares en otros contextos empresariales para verificar estas conclusiones y ampliar el conocimiento existente sobre la relación entre la gestión administrativa y la competitividad.

VI. CONCLUSIONES

- Se pudo comprobar que las variables gestión administrativa y competitividad se relacionaron de manera positiva, ya que $p = 0.001$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis general del estudio. Dicha relación fue positiva y de intensidad media, rho de Spearman = 0.688, lo que quiere decir que si la empresa mejora sus acciones de gestión administrativa aumentará su competitividad.
- Se demostró que la dimensión planeación se relacionó de manera positiva con la variable competitividad, ya que $p = 0.003$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis alternativa. Dicha relación de acuerdo con el coeficiente arrojado por la prueba de correlación de Pearson de 0.637, tuvo signo positivo e intensidad media, indicando que si la empresa mejora la planeación se hará más competitiva.
- Se pudo determinar que la dimensión organización se relacionó de manera positiva con la variable competitividad, ya que $p = 0.000$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis del estudio. La relación hallada, de acuerdo con el coeficiente arrojado por la prueba de correlación de Pearson de 0.741, tuvo signo positivo e intensidad media, lo que quiere decir que si la empresa mejora la organización administrativa aumentará su nivel de competitividad.
- Se comprobó que la dimensión dirección se relacionó de manera positiva con la variable competitividad, ya que $p = 0.004$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis alternativa. Dicha relación tuvo signo positivo e intensidad media, r de Pearson de 0.615, lo que quiere decir que si la empresa mejora las acciones de dirección aumentará su competitividad.
- Se determinó que la dimensión control se relacionó de manera positiva con la variable competitividad, ya que $p = 0.000$, menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis del

estudio. La relación hallada, fue positivas y de intensidad considerable, r de Pearson de 0.816, lo que quiere decir que si la empresa mejora sus acciones de control a nivel administrativo aumentará su competitividad.

VII. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones obtenidas, se realizan las siguientes recomendaciones a la empresa UNITEL TV de Huancayo:

- Adoptar un enfoque integral de mejora continua en sus procesos administrativos para fortalecer su posición competitiva en el mercado.
- Optimizar la planeación estratégica, a través del establecimiento de objetivos claros y medibles, que se encuentren en consonancia con la visión que la gerencia tiene de la empresa.
- Fortalecer la organización interna de la empresa, para ello deben revisar la estructura actual, definir claramente los roles, responsabilidades y los procesos que se realizan en todas las áreas, de manera que se aprovechen eficientemente los recursos y la adaptación a las exigencias y necesidades del mercado.
- Mejorar el liderazgo y la dirección en todos los niveles, invirtiendo en el desarrollo de habilidades en los líderes, promoviendo la participación y el flujo de la información para que las decisiones sean tomadas de manera adecuada.
- Implementar sistemas y procesos de control en todas las áreas de trabajo, monitorear y evaluar los procesos que se realizan a nivel administrativo, para poder tomar las medidas correctivas de manera oportuna y garantizar la eficiencia.

VIII. REFERENCIAS

- Alarcon, N. (2024). Gestión administrativa y competitividad en atención a los usuarios de un municipio en la provincia de Chincheros, Apurímac, 2023 [Tesis de Maestria, Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/135649>
- Balanzátegui, R., y Contenido, J. (2023). La gestión administrativa y su incidencia en el desarrollo organizacional de la librería Éxito de la ciudad de Riobamba. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo.]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10855>
- Balcázar, A. (2020). Gestión administrativa en hospitales públicos de Cundinamarca- Colombia. LÚMINA, 21, 2.
- Candela, V., y Vellaneda, R. (2023). Gestión administrativa y su relación con la competitividad empresarial en las mypes de venta de ropa del cercado de Satipo, 2021. [Tesis de Pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/13428>
- Cardenas, R. (2022). INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MICROEMPRESAS DEL DISTRITO DE COMAS, 202 [Tesis de Pregrado]. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Centrum PUCP. (2022). Resultados del Ranking de Competitividad Digital Mundial 2022. Centrum PUCP. <https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/centrum-medios/segun-ranking-competitividad-digital-mundial-2022-peru-sube-casi-5-puntos-puesto-57-63-paises/>

- Centrum PUCP. (2024). Resultados del Ranking de Competitividad Mundial 2024.
<https://centrumthink.pucp.edu.pe/indices/resultados-del-ranking-de-competitividad-mundial-2024/>
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la Teoría General de la Administración (Décima).
 McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- Choccelahua, M., y García, A. (2020). Influencia de la gestión administrativa en la competitividad de la Empresa San Francisco Contratistas Mineros Y Servicios En General (Comiserge S.R.Ltda.)—Lima 2017 [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú].
<https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/5489>
- CPI Research Perú. (s. f.). Recuperado 19 de abril de 2025, de
<https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/CPI%20-%20Market%20Report%202025%20-%20Inversion%20Publicitaria.pdf>
- Díaz, G., Quintana, M., y Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. INNOVA Research Journal, 6(1), 145-161.
- Galarza, M., Cruz, I., Castro, E., y Marcial, C. (2020). La gestión administrativa y la competitividad de las microempresas durante y post la emergencia por Covid-19. Universidad Y Sociedad, 12((S1)), 100-105.
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1757/1759>
- Gamboa, L. (2022). La gestión administrativa y su incidencia en la competitividad de Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales [Tesis de Postgrado]. Universidad Técnica de Ambato.

- García, J., y Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: Instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información tecnológica*, 31(6), 159-170. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- García, M. (2019). La gestión administrativa y su relación con la competitividad de la clínica Praga Internacional S.A.C. de Piura, 2019. [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52136>
- González, O. (2024). Gestión Administrativa y la Competitividad de las operadoras turísticas, Puerto López, 2024. [Tesis de Pregrado, Universidad Laica Eloy Alfaro]. <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/6578>
- González, S., Viteri, D., Izquierdo, A., y Verdezoto, G. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 32-37.
- Guananga, M. (2024). La gestión gerencial y la competitividad comercial en la Cooperativa de Ahorro y Crédito PAÍS. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/13308>
- Guizado, P. (2022). Gestión empresarial y competitividad en la Empresa TEC MED Equipos Médico S.A.C., Lima 2021 [Tesis de Pregrado, Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/104285>
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2023). Metodología de la investigación. (Segunda). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- Huaman, V. (2023). Gestión administrativa en el posicionamiento de una empresa de telecomunicaciones sede Apurímac, 2023 [Tesis de Pregrado]. Universidad Cesar Vallejo.

- Huertas, T., Suárez, E., Salgado, M., Jadán, L., y Jiménez, B. (2020). Diseño de un modelo de gestión. Base científica y práctica para su elaboración. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 165-177.
- Instituto Mexicano para la Competitividad. (2022). Índice de Competitividad Internacional 2022. <https://imco.org.mx/indices/indice-de-competitividad-internacional-2022/>
- Jiménez, S., y Segura, M. (2024). La gestión administrativa y la competitividad en las cooperativas de transporte público urbano en el cantón Ambato [Tesis de Pregrado, niversidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/ec46a111-367a-4772-ae8-73172c6e3b8c>
- Machuca, S., y Méndez, J. (2022). La gestión administrativa y su influencia en la competitividad empresarial en las clínicas veterinarias pymes de Lima moderna años 2020 – 2021 [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/659461>
- Masaquiza, T., Palacios, A., y Moreno, K. (2020). Gestión Administrativa y ejecución presupuestaria de la Coordinación Zonal de Educación—Zona 3. 7(3). <https://doi.org/10.35290/rcui.v7n3.2020.305>
- Molina, M., y Chuque, T. (2024). GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO EN EL ÁREA DE EXPERIENCIA AL CLIENTE DE INSTITUTOS PRIVADOS EN LOS OLIVOS, 2024.
- Muñoz, G., Lombeida, M., y Mosquera, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

- Nolasco, L. (2023). Gestión logística y la influencia en la competitividad de las mypes del sector textil deportivo mayorista de Lima Centro, 2022 [Tesis de Pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/12250>
- Peña, D., Milligan, K., y Galarza, E. (2022). Gestión Administrativa y su Aporte al Desarrollo Empresarial: Caso Cooperativa Moto Taxi de Puerto López. *Dominio de las Ciencias*, 8(Extra 1), 136-151.
- Peñate, Y. (2021). Estrategias de marketing como factor determinante del fracaso de las pymes. En Y. A. Peñate Santana. *Revista Universidad y Sociedad.*, 13(3), 391-400. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000300391
- Perez, W., Serrano, J., Colcha, R., y Moreno, M. (2022). Gestión Administrativa y Calidad de Servicio de Acuerdo a la Normativa Legal. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 7(2), 22.
- Porter, M. (2017). *Ser Competitivo (Novena)*. Centro Libros PAPF, S.L.U.
- Robbins, S., y Coulter, M. (2018). *Administración (Decimotercera Edición)*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Romero, D., Pertuz, V., y Orozco Acosta, E. (2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional revisión sistemática exploratoria: Revisión sistemática exploratoria. *Información tecnológica*, 31(5), 21-32.
- Valladares, C., Flores, I., Llauce, C. T., Sancarranco, M., y Urbina, S. (2024). Modelo de gestión para la prestación de servicios administrativos del personal de un instituto tecnológico en Piura. *Aula Virtual*, 5(12), Article 12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13890692>

IX. ANEXOS

Anexo A. Cuestionario gestión administrativa

Instrucción: Lea con detenimiento cada uno de los ítems presentados y seleccione solo la opción de respuesta que se adapte a usted. Es importante rellenar exclusivamente la casilla correspondiente a la opción seleccionada y responder todas las afirmaciones presentadas. No existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Se solicita al momento de contestar el cuestionario honestidad y sinceridad. Sus respuestas serán reservadas y la información suministrada por usted será anónima.

Escala de valoración

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

Nro.	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Planeación					
1	¿Considera que la empresa aplica la toma de decisiones de manera anticipada para garantizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales?					
2	¿Considera que la empresa realiza una planeación ordenada para la toma de decisiones?					
3	¿Cree que la empresa tiene bien definidos los objetivos, misión y visión?					
4	¿Cree que la empresa aplica planes de trabajo para definir las acciones que deben ser ejecutadas para cumplir las metas establecidas?					
	Dimensión 2: Organización					
5	¿Considera que la empresa cuenta con un organigrama definido?					
6	¿Considera que la empresa cuenta con una estructura organizacional adecuada?					
7	¿Cree que la empresa cuenta con un cronograma de trabajo?					

Nro.	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
8	¿Considera que la empresa distribuye los recursos materiales de forma adecuada?					
9	¿Considera que la empresa cuenta con un manual de funciones para los trabajadores?					
	Dimensión 3: Dirección					
10	¿Considera que en la empresa existe comunicación constante entre los trabajadores?					
11	¿Cree que en la organización se mantienen vínculos cordiales con los colaboradores?					
12	¿Cree que en la empresa los trabajadores se sienten inspirados para lograr los objetivos de la organización?					
13	¿Considera que la empresa aplica estrategias para premiar los logros de los trabajadores?					
14	¿Considera que la empresa toma en cuenta la opinión de los colaboradores y la utiliza como base para diseñar planes de mejora?					
	Dimensión 4: Control					
15	¿Considera que la empresa cuenta con herramientas para medir el desempeño de los colaboradores?					
16	¿Cree que la empresa cuenta con estrategias para llevar un control del desempeño de los trabajadores?					
17	¿Considera que la empresa toma acciones correctivas ante los problemas?					
18	¿Cree que la empresa aplica la filosofía de mejora continua?					
19	¿Considera que la empresa evalúa de forma periódica los resultados del desempeño de los trabajadores?					
20	¿Considera que la empresa cuenta con un desempeño adecuado?					

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo B. Cuestionario competitividad

Instrucción: Lea con detenimiento cada uno de los ítems presentados y seleccione solo la opción de respuesta que se adapte a usted. Es importante rellenar exclusivamente la casilla correspondiente a la opción seleccionada y responder todas las afirmaciones presentadas. No existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Se solicita al momento de contestar el cuestionario honestidad y sinceridad. Sus respuestas serán reservadas y la información suministrada por usted será anónima.

Escala de valoración

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

Nro.	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Capacidad de marketing					
1	¿Considera que la empresa cuenta con una estrategia eficaz para promocionar sus productos?					
2	¿Considera que la empresa aplica capacitación a los trabajadores del área de marketing para incrementar la audiencia?					
3	¿Considera que la empresa cuenta con una identidad corporativa adecuada?					
4	¿Cree que la empresa comunica de forma efectiva la propuesta de valor de la organización al público objetivo?					
5	¿Considera que la empresa se diferencia de la competencia?					
6	¿Cree que la empresa realiza con regularidad estudios de mercado para evaluar las necesidades de los consumidores?					
7	¿Considera que la empresa tiene bien definidas las características y necesidades de los consumidores?					
	Dimensión 2: Logística					

Nro.	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
8	¿Considera que la empresa mantiene informados a los trabajadores sobre las funciones que deben cumplir?					
9	¿Cree que la empresa cuenta con personal capacitado para cumplir los objetivos de la organización?					
10	¿Considera que la empresa cuenta con una estructura de procesos organizacional?					
11	¿Considera que la empresa aprovecha los recursos de forma eficiente?					
	Dimensión 3: Tecnología					
12	¿Cree que la empresa cuenta con un sistema computarizado para registrar los procesos?					
13	¿Considera que la empresa cuenta con equipos suficientes para que los empleados desempeñen de forma eficaz y eficiente las funciones de sus cargos?					
14	¿Considera que la empresa cuenta con equipos modernos para gestionar los procesos dentro de la organización?					
15	¿Considera que la empresa cumple los procesos en el tiempo esperado?					
16	¿Considera que la empresa aplica la automatización para ejecutar los procesos necesarios para cumplir los objetivos de la organización?					

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo C. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	MÉTODO
Problema General ¿cómo se relaciona la gestión administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024?	Objetivo General Determinar la relación entre la gestión administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024.	General La gestión administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo, durante el año 2024.	Variable 1: Gestión administrativa Dimensión 1 Planeación Indicadores Toma de decisiones. Definición de objetivos. Planes de trabajo.	Tipo Básico Alcance Correlacional Enfoque Cuantitativo Diseño No experimental – Transversal
Problemas Específicos ¿cómo se relaciona la planeación administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo? ¿cómo se relaciona la organización administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo? ¿cómo se relaciona la dirección administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo? ¿cómo se relaciona el control administrativo y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo?	Objetivos Específicos Determinar la relación entre la planeación administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo. Determinar la relación entre la organización administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo. Determinar la relación entre la dirección administrativa y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo. Determinar la relación entre el control administrativo y la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.	Específicas La planeación administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo. La organización administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo. La dirección administrativa se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo. El control administrativo se relaciona positivamente con la competitividad de la Empresa UNITEL TV de Huancayo.	Dimensión 2 Organización Indicadores Estructura organizacional. Cronograma de trabajo. Manual de funciones. Dimensión 3 Dirección Indicadores Comunicación. Liderazgo. Dimensión 4 Control Indicadores Sistema de control. Identificación de mejoras. Desempeño de trabajadores.	Ámbito Temporal y Espacial Año 2024; Huancayo. Población y Muestra Población: 21 trabajadores de la empresa UNITEL TV Muestra: 20 trabajadores de la empresa UNITEL TV Técnicas de Recolección de Datos Encuesta Instrumento Cuestionario

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	MÉTODO
			Variable 2: Competitividad Dimensión 1 Capacidad de marketing Indicadores Fuerza de ventas. Imagen de marca. Segmentación de mercado. Dimensión 2 Logística Indicadores Alianzas estratégicas. Experiencia en el sector. Flujo de mercadería. Dimensión 3 Tecnología Indicadores Sistemas y equipos. Automatización.	

Anexo D. Base de datos

Variable Gestión administrativa

Trabajador	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
T1	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3
T2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	2	4	3	4
T3	4	3	2	2	1	1	3	3	1	4	5	3	3	3	2	2	4	2	3	3
T4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4
T5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
T6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
T7	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
T8	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
T9	4	4	3	4	2	3	3	4	5	5	5	3	3	4	2	2	4	4	2	3
T10	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3
T11	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3
T12	3	3	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4
T13	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
T14	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2
T15	5	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4
T16	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4
T17	4	3	2	2	2	2	3	3	2	4	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3
T18	4	4	3	4	2	2	3	4	4	5	5	3	3	4	2	2	3	4	3	3
T19	4	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3
T20	3	4	3	4	2	3	3	4	4	5	5	3	3	4	2	3	4	4	3	4

Variable competitividad

Trabajador	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
T1	3	2	2	2	4	2	2	3	4	3	4	2	2	2	4	4
T2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
T3	2	1	2	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4
T4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
T5	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
T6	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
T7	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
T8	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
T9	2	3	4	4	4	1	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
T10	4	2	2	2	4	2	3	3	4	3	4	4	2	3	4	4
T11	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3
T12	3	3	1	3	4	2	3	4	4	2	4	4	3	2	4	4
T13	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	4	4	2	3	4	4
T14	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	4	4
T15	4	2	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
T16	3	2	4	3	4	2	4	3	5	3	4	2	2	2	4	4
T17	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4
T18	3	2	3	2	4	2	2	3	4	3	4	2	2	2	4	3
T19	4	3	3	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4
T20	3	2	2	2	4	2	3	3	4	3	4	2	2	2	4	4

Anexo E. Baremos

Variables	Niveles	Baremo
Gestión administrativa	Mala	20 – 47
	Regular	48 – 73
	Buena	74 - 100
Planeación	Mala	4 – 9
	Regular	10 – 15
	Buena	16 - 20
Organización	Mala	5 – 12
	Regular	13 – 18
	Buena	19 - 25
Dirección	Mala	5 – 12
	Regular	13 – 18
	Buena	19 - 25
Control	Mala	6 – 14
	Regular	15 – 22
	Buena	23 - 30
Competitividad	Baja	4 – 9
	Media	10 – 15
	Alta	16 - 20
Capacidad de marketing	Baja	7 – 16
	Media	17 – 26
	Alta	27 - 35
Logística	Baja	4 – 9
	Media	10 – 15
	Alta	16 - 20
Tecnología	Baja	5 – 12
	Media	13 – 18
	Alta	19 - 25

Anexo F. Confiabilidad de los instrumentos

Cuestionario gestión administrativa

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,958	20

Cuestionario competitividad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,941	16