

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

LA MOLINA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN



**“LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE
EN LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO COMERCIAL TEXTIL
GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

JUAN CARLOS MEJÍA ORELLANA

LIMA – PERÚ

2021

**La UNALM es titular de los derechos patrimoniales de la presente investigación
(Art. 24 – Reglamento de propiedad Intelectual)**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN
“LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS
MICROEMPRESAS DEL RUBRO COMERCIAL TEXTIL GAMARRA DE LIMA
METROPOLITANA”**

**Presentada por:
JUAN CARLOS MEJÍA ORELLANA**

**Tesis para optar el Título de
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Sustentada y aprobada ante el siguiente Jurado:

.....
Mg. Sc. Luis Enrique Espinoza Villanueva
PRESIDENTE

.....
Dr. Roberto Cumpen Vidaurre
ASESOR

.....
Dr. Jimmy Oscar Callohuanca Aceituno
MIEMBRO

.....
Dr. Ernesto Altamirano Flores
MIEMBRO

**LIMA – PERÚ
2021**

DEDICATORIA

Lo dedico muy especialmente a mis padres y todos mis familiares, quienes con su apoyo, afecto, paciencia y comprensión me incentivaron hacia la culminación de este anhelado trabajo.

AGRADECIMIENTO

A todas las autoridades de la Universidad Nacional Agraria la Molina, ya que son los responsables que podemos mejorar nuestro nivel académico y especialmente a los catedráticos, por su apoyo, enseñanza y orientación, para culminar exitosamente con este Trabajo de Investigación.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	i
ABSTRACT	ii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Identificación del problema.....	2
1.1.1. Problema de la investigación.....	2
1.2. Planteamiento del problema	2
1.3. Formulación del problema	5
1.3.1. Problema general.....	5
1.3.2. Problemas secundarios	5
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos secundarios	5
1.5. Justificación	6
1.5.1. Justificación metodológica.....	6
1.5.2. Justificación teórica.....	6
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
2.1. Antecedentes de la investigación.....	10
2.1.1. Variable independiente.....	10
2.1.2. Variable dependiente.....	16
2.2. Marco teórico	24
2.2.1. Gestión empresarial.....	24
2.2.2. Desarrollo sostenible empresarial	32
2.2.3. Microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana....	40
2.2.4. Centro comercial Gamarra	52
III. METODOLOGÍA	55
3.1. Hipótesis de la investigación	55
3.1.1. Hipótesis principal.....	55
3.1.2. Hipótesis secundarias.....	55
3.2. Tipo de investigación	55
3.3. Diseño	56
3.4. Técnicas e Instrumentos	56
3.5. Población y muestra	57
3.5.1. Población.....	57
3.5.2. Muestra.....	57
3.6. Operacionalización de las variables de la Investigación.....	59

IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	60
4.1.	Resultados de la investigación.....	60
4.2.	Discusión de resultados	81
V.	CONCLUSIONES	83
VI.	RECOMENDACIONES	86
VII.	BIBLIOGRAFÍA.....	88
VIII.	ANEXOS	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Beneficios laborales para Mypes peruanas	46
Tabla 2: Número de Mypes según motivos para no exportación	49
Tabla 3: Operacionalización de las variables e indicadores	59
Tabla 4: Resultados de la encuesta para la hipótesis principal	60
Tabla 5: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número uno.....	61
Tabla 6: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número dos.....	63
Tabla 7: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número tres.....	64
Tabla 8: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número 4	65
Tabla 9: Resultados de la encuesta para el indicador X 1	66
Tabla 10: Resultados de la encuesta para el indicador X 2.	67
Tabla 11: Resultados de la encuesta para el indicador X 3.	68
Tabla 12: Resultados de la encuesta para el indicador X 4	69
Tabla 13: Resultados de la encuesta para la misión empresarial.	70
Tabla 14: Resultados de la encuesta para el indicador Y 1.	71
Tabla 15: Resultados de la encuesta para el indicador Y 1 y sus implicancias	72
Tabla 16: Resultados de la encuesta para la ecoeficiencia institucional	73
Tabla 17: Resultados de la encuesta para el indicador Y 2	74
Tabla 18: Resultados de la encuesta para el indicador Y 2 y sus implicancias.....	75
Tabla 19: Resultados de la encuesta para las acciones de reciclaje y de durabilidad.....	76
Tabla 20: Resultados de la encuesta para el proceso de comercialización	77
Tabla 21: Resultados de la encuesta para el indicador Y 3	78
Tabla 22: Resultados de la encuesta para el indicador Y 3 y su relación con Y 1, Y 2	79
Tabla 23: Resultados de la encuesta para el indicador Y 4	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: PEA- Empleo por Segmento Laboral.	45
Figura 2: Resultados de la encuesta para la hipótesis principal.	61
Figura 3: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número uno.	62
Figura 4: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número dos.....	63
Figura 5: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número tres.....	64
Figura 6: Resultados de la Encuesta para la Hipótesis Secundaria Número Cuatro.	65
Figura 7: Resultados de la encuesta para el indicador X 1.	66
Figura 8: Resultados de la encuesta para el indicador X 2.	67
Figura 9: Resultados de la encuesta para el indicador X 3.	68
Figura 10: Resultados de la encuesta para el indicador X 4.	69
Figura 11: Resultados de la encuesta para la misión empresarial.	70
Figura 12: Resultados de la Encuesta para el Indicador Y 1.	71
Figura 13: Resultados de la encuesta para el indicador Y 1 y sus implicancias.	72
Figura 14: Resultados de la encuesta para la ecoeficiencia institucional.....	73
Figura 15: Resultados de la encuesta para el indicador Y 2.	74
Figura 16: Resultados de la encuesta para el indicador Y 2 y sus implicancias.	75
Figura 17: Resultados de la Encuesta para las Acciones de Reciclaje y de Durabilidad. ...	76
Figura 18: Resultados de la encuesta para el proceso de comercialización.	77
Figura 19: Resultados de la encuesta para el indicador Y 3.	78
Figura 20: Resultados de la encuesta para el indicador Y 3 y su relación con Y 1, Y 2.....	79
Figura 21: Resultados de la Encuesta para el Indicador Y 4.	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Ficha técnica de los elementos a utilizar	94
Anexo 2: Definición de Términos	95
Anexo 3: Matriz de Consistencia.....	110

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “La gestión empresarial y el desarrollo sostenible en las microempresas del rubro comercial Textil Gamarra de Lima Metropolitana”, cuyo problema se ha identificado en el desarrollo sostenible en las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana, analiza dicho problema en la consulta adjunta: ¿Cómo pueden los ejecutivos de negocios alentar el avance razonable de las organizaciones de menor escala del negocio de materiales de Gamarra en el Distrito La Victoria de Lima Metropolitana?. Para dicho análisis se propone un conjunto de cuatro hipótesis relacionadas con los negocios en cuestión en los cuales se plantea que son los ejecutivos quienes alientan la mejora sostenible de las organizaciones de menor escala de la zona comercial de materiales Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. De otro lado este trabajo se ha orientado hacia el objetivo que lo acompaña: Determinar la forma en que los ejecutivos pueden alentar el avance de esfuerzos de menor escala en el área de negocios de materiales de Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. El estudio es de tipo explicativo y descriptivo así mismo se utilizaron técnicas descriptivas e inductivas. El tipo de muestreo aplicado es probabilístico y la población estuvo conformada por 10,215 personas y la muestra por 370 personas. La técnica utilizada para la recolección de información fue la encuesta y los instrumentos que se emplearon en la investigación fueron los cuestionarios, guías de análisis y fichas de encuesta. La información obtenida fue sometida a los procesos de organización, caracterización, alistamiento manual y procedimiento automatizado con Excel y procedimiento electrónico con SPSS. El resultado más significativo es que el 86 por ciento de los encuestados reconoce que los ejecutivos de negocios fomentan el avance manejable de las microempresas en la parte comercial de materiales de Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

Palabras clave: Gestión empresarial, proceso de gestión empresarial, estrategias de gestión empresarial, toma de decisiones empresariales y metas, objetivos y misión empresarial; Desarrollo sostenible, ecoeficiencia empresarial, eco-efectividad empresarial, mejora continua empresarial y competitividad empresarial; Microempresas del rubro comercial textil Gamarra; Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

ABSTRACT

The present research work entitled "Validation of the digital signature and efficient administrative management in public institutions of Peru - Period 2017-2018", presents the present research work entitled "Business management and sustainable development in the micro enterprises of the Textile Gamarra business line of Metropolitan Lima".

This problem has been identified in the sustainable development of micro-enterprises in the Gamarra textile trade sector of the La Victoria District of Metropolitan Lima. This problem is expressed in the following question: ¿How can management facilitate the sustainable development of the micro businesses of the Gamarra textile trade of the La Victoria District of Metropolitan Lima? Before the problem, the solution is proposed through the configuration of the hypothesis: business management facilitation of the sustainable development of the micro enterprises of the textile commercial item Gamarra of the La Victoria District of Metropolitan Lima. This work has been oriented to the following objective: Determine how business management can be carried out in the sustainable development of the micro-enterprises of the Gamarra textile trade sector of the La Victoria District of Metropolitan Lima. The research is basic or pure; from the descriptive-explanatory level; Descriptive and inductive methods are used. The design is not experimental. The population was composed of 10,215 people and the sample consisted of 370 people. The type of sampling applied is probabilistic sampling. The techniques used for the data collection were the surveys. The instrument used was the questionnaire. The following techniques of information analysis were applied: documentary analysis, inquiry, data reconciliation, tabulation, graphic comprehension. The following data processing techniques were applied: ordering and classification, manual registration, computerized process with Excel and computerized process with SPSS. The result is more important than the 86 percent of the respondents that business management facilitates the sustainable development of the micro businesses of the Gamarra textile trade sector of the La Victoria District of Metropolitan Lima.

Keywords: business management, business management process, business management strategies, business decision making, goals, objectives, and business mission; Sustainable development, business eco-efficiency, business eco-efficiency, continuous business improvement and business competitiveness; Micro companies of the textile commercial category Gamarra; La Victoria District of Metropolitan Lima.

I. INTRODUCCIÓN

La razón fundamental de esta investigación es mejorar la problemática en la Gestión empresarial y el desarrollo sostenible de las organizaciones de pequeña escala del rubro comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

La solución planteada en la formulación de la Hipótesis viene siendo la gestión empresarial la cual facilita el desarrollo sostenible en las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.

La metodología hace énfasis en aspectos prioritarios indispensables para iniciar su implementación.

El tipo de muestreo aplicado es el probabilístico. El procedimiento utilizado para el levantamiento de información fue la encuesta. El instrumento utilizado fue el cuestionario. Los sistemas de examen de datos empleados fueron: investigación narrativa, solicitud, compromiso de información, clasificación, comprensión de diseños. Las técnicas de procesamiento y manejo de información que se acompañan son: organización y orden, alistamiento manual, procesamiento informático con Excel y procesamiento informático con SPSS.

La literatura está asociada al tema de investigación para comprender las siguientes dimensiones en la gestión empresarial: proceso de gestión empresarial; estrategias de gestión empresarial; toma de decisiones empresariales; metas, objetivos y misión empresarial; así como también las siguientes dimensiones del desarrollo sostenible empresarial: ecoeficiencia empresarial, ecoefectividad empresarial, mejora continua, competitividad empresarial.

Así pues, la evaluación dio como resultado que el 65 por ciento de los encuestados considera como elemento clave a la gestión empresarial en el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

1.1. Identificación del problema

1.1.1. Problema de la investigación.

El problema fue identificado en el desarrollo sostenible de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.

En las microempresas, la razón de la investigación no se encuentra inmersa en un entorno socioambiental y por ende no pueden determinar el grado de influencia sobre el medio ambiente y sobre el bienestar de las personas, no se cuantifica el impacto económico, social y ambiental de sus actividades. Actualmente, ser vista como una empresa sin desarrollo sostenible involucra no poder tratar estas cuestiones, lo cual afecta su posición y permanencia en el sector. Los directivos y representantes de estas unidades de producción aún tienen pendiente afrontar estos nuevos paradigmas como lo es el desarrollo sostenible, esto significaría una mayor concientización de parte de ellos y de sus colaboradores.

1.2. Planteamiento del problema

Para empezar, en el sector microempresarial, la concepción de la ecoeficiencia como una estrategia para el logro de los objetivos es aún incipiente, esta realidad tiene su origen en la visión cortoplacista y monocriterial de la rentabilidad como objetivo máximo, que impide ver el impacto gradual que tienen las empresas tanto públicas como privadas sobre el medio ambiente en el que operan, esto derivado tanto de la producción como de la servucción. Sin embargo, es factible producir bienes y servicios y comercializarlos con estrategias y enfoques de gestión que aborden el tema medioambiental de manera responsable, para poder lograr la satisfacción del cliente y a la vez minimizar los impactos en el entorno. No obstante las microempresas no tienen políticas de reducción de materiales en sus procesos; tampoco en el consumo de energéticos para sus diferentes procesos productivos; ni logran controlar sus emisiones y efluentes tóxicos; en muchos casos no se tiene una cultura del reciclaje; no se internaliza el uso de recursos renovables; ni se alarga el ciclo de vida de los productos; de esta forma el entorno sobre el que operan estas unidades productivas no garantizará la sostenibilidad de sus actividades en el tiempo.

Otro punto es el tema de la ecoefectividad en los negocios de la microempresa. Aún hoy el pensamiento dominante sigue estando de espaldas a las nuevas formas de hacer negocios asociadas a la preservación del medio ambiente tales como la ecoefectividad, una estrategia empresarial holística con objetivos incluso mayores que los de la ecoeficiencia, puesto que con ella se busca hacer las cosas correctas sabiendo previamente que son las que se deben hacer; sin embargo, estas unidades económicas se mantienen al margen de tales tendencias, dentro de sus metas y objetivos están relegados tanto el uno como el otro. Ahora bien, hace 50 años en Suecia, la conferencia de Estocolmo despertó la conciencia ambiental a nivel mundial; pero a la fecha y con una mirada en retrospectiva se puede ver que el mundo empresarial aún permanece distante y ajeno a las huellas imborrables que deja sobre el medio ambiente, aunque esto signifique comprometer a su recurso humano futuro. Así pues, en el caso de las microempresas aún está pendiente enmarcar sus actividades dentro de un enfoque sustentable alineado con las tendencias mencionadas anteriormente. Las microempresas deben dirigir todos sus esfuerzos en alcanzar nuevos sistemas de producción, distribución y consumo más amigables con el medio ambiente, pero sin afectar la calidad del producto o servicio que ofrecen, por ejemplo, mediante el uso de envases y etiquetas biodegradables para proteger los ecosistemas u optimizando sus procesos para el logro de una mejora continua. Consiguientemente el aire, el agua, la flora, la fauna, es decir todos los componentes bióticos y abióticos de los ecosistemas, donde operan estas unidades económicas, podrán cumplir sus funciones de manera normal garantizando así el equilibrio natural de los ciclos biogeoquímicos. Por supuesto lo anterior requiere la toma de decisiones empresariales a nivel operativo y sobre todo estratégico, la transformación del pensamiento tradicional para alcanzar la competitividad empresarial bajo estos nuevos paradigmas que requieren una visión de sistema y multidisciplinaria para despegar del terreno de las evaluaciones económico-financieras e ir más allá de los indicadores de rentabilidad, con la finalidad de poder ver las externalidades en cada actividad realizada por las microempresas; la contraprestación del mercado será uno de los incentivos económicos para continuar bajo estos nuevos lineamientos, pero sobre todo el cuidado y protección del medio ambiente nos redundará una mayor calidad de vida para el presente y el futuro de la humanidad como un ciclo virtuoso que se extenderá a través del tiempo y que irá mejorándose continuamente producto del talento humano.

Actualmente las condiciones económicas a nivel mundial han generado múltiples oportunidades en el Perú para la constitución y puesta en marcha de microempresas. A la fecha nuestro país mantiene 21 acuerdos comerciales, pero sólo una parte es aprovechada por los exportadores.

Las microempresas en el Perú afrontan innumerables limitaciones, producto de su reducido tamaño les es difícil obtener economías de escala, gran parte de ellas prefiere comenzar de manera informal, los esfuerzos que realizan son aislados, generalmente su recurso humano es mano de obra no cualificada, su capacidad de financiamiento es reducido, innovar es una característica escasa, el empleo de sistemas de información es poco frecuente al igual que el uso de tecnologías de la información y comunicación, asimismo las contrataciones con el Estado son escasas. La SUNAT tiene pendiente brindar las facilidades tributarias a estas unidades económicas que en sí desempeñan un papel muy importante en la economía nacional.

En cuanto a las decisiones de financiamiento tanto el acceso al crédito como su uso constituyen un factor limitante que tiene diversas implicancias en todo el sector microempresarial ya sea para la incorporación de tecnología de punta, para la investigación de mercado o para incrementar el volumen de producción que demandan tanto el mercado interno como el externo por la apertura que ofrecen los nuevos acuerdos comerciales establecidos con otros países. Actualmente diversas instituciones financieras brindan apoyo al rubro Mype, por ejemplo, cajas de crédito municipales y rurales, cooperativas de ahorro, bancos y Edpyme, sin embargo esta ayuda tropieza con otra limitación que viene a ser la escasa gestión empresarial por parte de los propietarios, quienes en su mayoría asumen las responsabilidades del negocio de manera intuitiva o empírica sin tener en cuenta el marketing y sin un plan financiero que permita la toma de decisiones más acertadas ante la influencia de las variables no controlables del entorno tales como las políticas, las económicas, las socioculturales, las ecológicas, las tecnológicas y las legislativas.

Por otro lado, también se necesita trabajar en cuanto a propiedad intelectual ya que gran parte de las micro y pequeñas empresas prefiere adoptar la piratería y copiar isotipos, logotipos, imagotipos, isologos y eslóganes de empresas nacionales o extranjeras. Además, los problemas de inseguridad, en el aspecto social, político y económico establecen un

marco de acción poco propicio para la implementación del desarrollo sostenible en el sector empresarial nacional; ahora bien La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) postula que el desarrollo sostenible empresarial se basa en tres soportes fundamentales: El crecimiento económico, el balance ecológico y el progreso social, los cuales constituyen los tres lineamientos básicos que serán las directrices de la investigación que he realizado.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿La gestión empresarial facilita el desarrollo sostenible de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?

1.3.2. Problemas secundarios

- a. ¿El proceso de gestión empresarial facilita la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?
- b. ¿Las estrategias de gestión empresarial facilitan la ecoefectividad empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?
- c. ¿La toma de decisiones empresariales facilita la mejora continua de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?
- d. ¿Las metas, objetivos y misión empresarial facilitan la competitividad empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar si la gestión empresarial facilita el desarrollo sostenible de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.

1.4.2. Objetivos secundarios

- a. Determinar si el proceso de gestión empresarial facilita la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.

- b. Determinar si las estrategias de gestión empresarial facilitan la ecoefectividad empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.
- c. Determinar si la toma de decisiones empresariales facilita la mejora continua de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.
- d. Determinar si las metas, objetivos y misión empresarial facilitan la competitividad empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación metodológica

El método científico establece las directivas del presente trabajo. Dichas normas comienzan con la identificación del problema para después pasar a analizar las teorías, dar soluciones mediante la formulación de hipótesis; así como mediante el establecimiento de los objetivos que guiarán la labor del investigador. Esto se logra aplicando todos los recursos metodológicos propios de la ciencia.

1.5.2. Justificación teórica

El logro de la competitividad tiene como requisito previo la práctica de la gestión empresarial en toda organización tanto para la buena marcha de esta como para lograr su permanencia y continuidad en el tiempo, esto mediante la planificación, dirección y control de sus actividades y procesos a nivel estratégico, funcional y operativo juntamente con la adopción de estrategias acordes a la coyuntura mundial que permitan alcanzar el desarrollo sostenible de las microempresas. Los propietarios que implementan la gestión empresarial en el seno de sus organizaciones y realizan todos sus procesos como son la planificación, organización, dirección, coordinación y control tienen mayores posibilidades de éxito en la consecución del desarrollo sostenible.

Los microempresarios podrán competir en el mercado globalizado sólo si implementan la gestión empresarial en el seno de sus negocios. La gestión se puede aplicar a los colaboradores, al medio ambiente, al conocimiento, a la calidad, a los procesos, al riesgo entre otros con la finalidad de lograr una mayor productividad y competitividad de la microempresa. Es decir, es la herramienta por excelencia para alcanzar los objetivos, la

misión y la visión comercial de las micro y pequeñas empresas. En el mundo de los negocios, el éxito depende de la toma de decisiones bajo condiciones de incertidumbre es por eso por lo que la información precisa y oportuna constituyen el soporte que garantizará los buenos resultados de la organización, así como el logro de los objetivos y metas, los ajustes necesarios en los procedimientos y las estrategias; la correcta segmentación de las cuotas de mercado, la identificación de nuevas oportunidades de negocio, así como otras actividades relacionadas. Como se puede ver la competitividad es la consecuencia de la aplicación bajo ciertas condiciones de la gestión empresarial.

Las microempresas lograrán el desarrollo sostenible cuando hayan sido capaces de superar los retos que les impone el mercado. Para lograrlo deberán aplicar la gestión empresarial en todas sus dimensiones, así como en sus procesos estratégicos, operativos y de soporte con una visión sistémica y multidisciplinaria que tome en cuenta el impacto sobre el medio ambiente de todas sus actividades. Para esto se necesita un nuevo enfoque en la forma de hacer negocios, un pensamiento estratégico, sistémico y abierto a las nuevas tendencias predominantes en el mundo actual; solo así se podrá alcanzar los estándares de calidad y medio ambiente vigentes a nivel mundial. Ignorarlos dificultará tanto la capacidad de luchar en el mercado interno como la internacionalización de las micro y pequeñas empresas.

Las microempresas necesitan el apoyo del Estado mediante programas de financiamiento, capacitaciones gratuitas en materia de tecnología que proporcionen herramientas para la digitalización y la automatización de los procesos estratégicos, operativos y de soporte como parte de la modernización de estas organizaciones. De esta manera el estado promoverá el avance de las micro y pequeñas empresas y garantizará la generación de más puestos de trabajo para la población.

1.6. Conveniencia

Este trabajo de investigación resulta conveniente puesto que contribuye con el logro de la competitividad empresarial mediante el establecimiento de nuevas estrategias, asimismo proporciona un enfoque moderno para la toma de decisiones y una visión de negocios basada en paradigmas más amigables con el medio ambiente a fin de conseguir el

desarrollo sostenible de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.

1.7. Relevancia

La investigación realizada servirá de soporte para futuros trabajos y como fuente de consulta para aquellas personas que se encuentran en el mundo de los negocios o quieren emprender uno bajo nuevos paradigmas, pero ante todo para aquellas que conducen una microempresa y quieren lograr el desarrollo sostenible.

1.8. Implicaciones prácticas

Esta tesis tiene como finalidad que las microempresas del rubro comercial textil Gamarra puedan contar con un modelo de gestión empresarial moderno, el cual propone estrategias que facilitan el logro del desarrollo sostenible gracias a los nuevos paradigmas planteados a partir de la gestión empresarial, que en último término permiten fortalecer la posición de las unidades productivas de tal manera que se beneficien las empresas, la sociedad y el medio ambiente.

1.9. Valor teórico

En esta investigación se postulan propuestas prácticas conforme a conceptos de gestión empresarial, que sirven como fuente de información para empresas del rubro comercial textil y también para aquellos que deseen implementar nuevos paradigmas usando esta información como modelo.

1.10. Unidad Metodológica

La tesis realizada utilizó como instrumento de medida la encuesta, cuya información es útil para futuras investigaciones.

1.11. Limitaciones

En el presente trabajo se tuvieron las siguientes limitaciones:

- Las microempresas del sector comercial textil Gamarra, han sido un poco renuentes a facilitar información cuantitativa de sus negocios.
- No se ha podido obtener financiamiento para la investigación de las microempresas del sector comercial textil Gamarra.

- No se ha podido obtener financiamiento para la investigación de ninguna entidad privada ni pública.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Variable independiente

Gestión empresarial

La gestión empresarial de acuerdo con Ángeles (2014) depende básicamente de cuatro habilidades, que son las aptitudes utilizadas para planificar, organizar, dirigir y controlar los activos a fin de configurar nuevas direcciones para la empresa; la asociación donde se reúnen todos los activos que tiene la organización, creando una sinergia; el proceso implica un estado comunicativo de correspondencia de los jefes a los representantes, para crear un clima organizacional adecuado, donde se pueda desarrollar la competencia laboral y el control que permite evaluar el avance del personal. En un contexto diferente, los directivos eran estimados por su capacidad de materializar los deseos de los propietarios de obtener mayores ganancias. Sin embargo, hoy esa pauta ha cambiado, desde el desafío y la capacidad de la idea en el mercado. Se afirma que cuanto más innovación haya más amplio será el campo de los ejecutivos, en cualquier caso, la automatización, la digitalización y la innovación del conocimiento, los avances tecnológicos y las esperanzas de la sociedad han descubierto las deficiencias de los funcionarios dentro de las organizaciones. Este concepto se interioriza y se aplica para los ejecutivos, la capacidad de luchar en el mercado y la productividad se suman a las preponderantes opciones relacionadas con el dinero y, en consecuencia, implica la mejora y la agresividad de las PYME. Del estudio se desprende que el 90 por ciento de los encuestados reconoce que la investigación financiera influye en las elecciones idóneas de las Pymes.

Por otro lado, Bermúdez (2015) sostiene que la gestión empresarial es la forma como se conduce una empresa, es decir cómo se planifica, organiza, dirige y controla los recursos, funciones y actividades propias de su giro o rubro al que pertenece. Los negocios de los emprendedores también mencionan a los métodos y procedimientos transmitidos para que la

organización sea financieramente factible. Tiene diversas etapas, desde el presupuestario, pasando por producción hasta el abastecimiento.

Todo hombre de negocios tiene como principal particularidad la gestión empresarial. Este concepto contiene las diversas capacidades necesarias para cubrir varios aspectos de un emprendimiento comercial específico dentro de una economía de mercado. Ese es el motivo por el que hay tantas profesiones y programas de preparación que hacen de esta disciplina el objeto de estudio imprescindible. Este material evalúa la economía, el dominio, la viabilidad, la rentabilidad y la competitividad de las microempresas textiles para buscar nuevos mercados en el sector externo. En este trabajo se obtuvo que el 95 por ciento de los encuestados acepta que la competitividad es apremiante en las microempresas textiles; El 96 por ciento reconoce que la estructura ideal del nivel presupuestario de las microempresas aumenta la competitividad e impulsa el desarrollo de los inversionistas.

Este documento explica la manera en que las alternativas asociadas con el presupuesto, en la medida en que son viables, se suman a la efectividad de las organizaciones en la parte de comercio, negocios y administraciones, esto dentro del sistema de la economía de libre mercado. El 98 por ciento de los encuestados reconoce que la toma de decisiones efectivas en el ámbito financiero facilita la eficiencia. El 97 por ciento de los encuestados acepta que la economía de libre mercado es un dominio satisfactorio para que las organizaciones se desarrollen. El 95 por ciento de los encuestados especifican que las alternativas relacionadas con el dinero pueden ser financiamiento, riesgo y ganancias.

Otro punto de vista es el de Carmona (2014) quien afirma que la gestión empresarial involucra múltiples factores y que muchos de estos difícilmente se aprenderán en un aula universitaria o en curso de capacitación. En realidad, lo más importante de esa manera de crear empresa es la experiencia que crea, así como las ventajas que se pueden aprovechar. Con esto, no está sobreentendido que una instrucción organizada por la administración no sea provechoso o incluso vital; Por cierto, hay varias consideraciones, varios problemas de organización y liderazgo elemental que la práctica individual y un contacto específico lleno de aptitudes pueden completar. No es un hecho casual que los directivos de grandes empresas a menudo estén preparados en controles que sean tan transversales como se podría esperar de manera razonable, en general claramente contrarios a la acción financiera a la que se hace mención. El autor establece que el tema de su investigación se diferencia en ausencia de conformidad, dicho de otro modo, en ausencia de cumplimiento de objetivos, metas y misión de las organizaciones; para lo cual se ha trazado a la administración asociada con el

presupuesto, como una norma para tal viabilidad; mediante el uso de arreglos, metodologías, procedimientos y técnicas que permiten adquirir financiamiento a corto, mediano y largo plazo para transmitir las variaciones en el capital de trabajo y activos de capital vitales, por estas razones son buscadas por las organizaciones. Los acabados del trabajo son los siguientes: la administración financiera que viene a ser un instrumento para la adecuación de la micro y pequeña empresa; la administración relacionada promueve la adquisición de financiamiento de corto, mediano y largo plazo en la micro y pequeña empresa; la administración presupuestaria y los ejecutivos impulsan las empresas actuales (capital de trabajo monetario) y las especulaciones no corrientes (activos de capital) en las organizaciones; la administración asociada con el dinero permite cuantificar los riesgos y obtener grados de beneficio legítimos para la micro y pequeña empresa; La administración relacionada con el flujo de efectivo está a cargo de planificar la visión, misión, objetivos y arreglos para determinar las posibilidades de éxito de las organizaciones; dicha administración incorpora los sistemas, estrategias, procedimientos y metodologías para fomentar la conformidad de organizaciones privadas y de menor escala; las micro y pequeñas empresas deben limitar sus gastos y costos para lograr sus objetivos y metas comerciales.

Herrera (2016), señala que la gestión empresarial, al igual que muchas otras funciones dentro de la empresa, se basa en cuatro herramientas principales que son el plan de negocios, la estructura del negocio, la contabilidad y la lista de comprobación.

- Plan de negocios: Una estrategia implementada en el campo es una progresión de ejercicios interrelacionados entre sí para el inicio o la mejora de una organización o empresa en un marco de planeamiento diseñado para alcanzar objetivos específicos. El plan de negocios caracteriza las fases de avance de una empresa y es una guía que fomenta la creación o el desarrollo de la empresa.
- Estructura del negocio: La estructura de negocios permite localizar las diferentes actividades que se desarrollan en el negocio, así como a cada individuo responsable dentro de la organización. Existen diversos tipos de estructuras de organizaciones que se construyen atendiendo al negocio, por ejemplo, propiedades individuales, asociaciones, empresas restringidas y consorcios.
- Contabilidad: El empleo de la contabilidad dentro de la gestión es vital como

herramienta de control, por este motivo los altos directivos deben tener un buen dominio de la contabilidad, para poder controlar las actividades en términos monetarios y de esa forma cumplir con sus funciones como director.

- Lista de comprobación: Es una herramienta elaborada en forma de cuestionario con la finalidad de que las tareas dentro de las organizaciones se realicen de manera eficiente, lo que hace que se establezca una metodología para el tratamiento de los posibles errores en que se puede incurrir durante la realización de las tareas propias de toda unidad productiva.

La gestión debe estar al corriente de los acontecimientos que puedan ocurrir en la empresa, utilizando cada una de las herramientas de las que dispone para reaccionar a estos cambios, de esta manera logra sus objetivos, ayuda a sus clientes y a la sociedad. La administración debe tener un control integral de sus capacidades, debe seguir con actitudes y aptitudes cada uno de los ejercicios que realiza, para verificar que lo que se está haciendo se hace de manera integral y en el momento oportuno. El control de los altos directivos depende de tres enfoques importantes: el propósito y la misión del negocio, incluyendo indudablemente sus metas; capacitar al personal para trabajar de manera productiva; identificar y reducir los impactos negativos en el entorno social. Por otra parte, como todo proceso a lo largo de la vida cotidiana, la gestión empresarial tiene niveles, definidos como niveles estratégicos, funcionales y operativos. Esto se refleja en la toma de decisiones empresariales, en las diferentes actividades que se llevan a cabo y en el logro de las metas, objetivos y misión empresariales.

Por otro lado, el 91 por ciento de los encuestados reconoce que las alternativas relacionadas con el dinero impulsan el avance de las unidades productivas, mediante la utilización adecuada de los activos presupuestarios. Asimismo, el 93 por ciento de los encuestados acepta que las opciones presupuestarias fomentan la economía, la competencia y la adecuación empresarial. El 97 por ciento de los encuestados afirma que las opciones relacionadas con el dinero fomentan la competitividad del negocio.

Gonzales (2016), nos dice que el concepto de la gestión empresarial se puede representar como la especialidad que se lleva a cabo clasificando, coordinando y controlando una

asociación de individuos para lograr unos objetivos comunes cuya consecución de manera individual demandaría un esfuerzo mucho mayor. La organización añade numerosas capacidades, por ejemplo, una administración clave como es el caso de RR.HH. para los directivos, también otras actividades relacionadas con los altos mandos de la organización. Asimismo, hay diferentes necesidades, problemas e ideas en una asociación de este tipo. Por este motivo la organización despliega todas sus capacidades para garantizar soluciones viables y productivas. Por esto es difícil concebir la gran importancia de la gestión empresarial en los negocios del mundo actual. Un sector de tratadistas cuestiona la importancia de los negocios de hoy en día, en cualquier caso, indagan sobre las tendencias en general. La constitución de una empresa no puede dejar de lado a la gestión empresarial ya que tiene la contribución de trabajo, capital y materias primas. Lo que se necesita es un ingrediente de organización empresarial para lograr los resultados deseados. La importancia de la gestión para los negocios y sus directores en la actualidad se ve reforzada en un mercado enfocado y competitivo que mantiene un ritmo de crecimiento vertiginoso.

La gestión empresarial se ha vuelto extremadamente importante en el mundo de los negocios por los siguientes motivos:

- a. Los negocios se están desarrollando a una velocidad vertiginosa: la gestión empresarial garantiza que una combinación de factores productivos sea creativa y beneficiosa para lograr el desarrollo sostenible.
- b. La especialización del trabajo constituye otra razón: los negocios que los emprendedores inician se realizan en diferentes entornos, con zonas y áreas particulares que muchas veces determinan la actividad correcta.
- c. La competitividad de los negocios a nivel mundial: los altos directivos toman decisiones diariamente y de estas depende que la empresa sea competitiva. El avance tiene que ser consistente con la región o espacio donde opera la empresa, si es una nueva unidad de negocio, con la gestión empresarial se evalúa los nuevos territorios y se prepara el camino con el liderazgo correcto.
- d. Trabajo: el talento humano es el recurso más valioso en toda organización por lo tanto el crecimiento de la empresa está íntimamente relacionado con el crecimiento de sus colaboradores. La buena gestión dirige a las personas que conforman la

organización por el camino del crecimiento personal y profesional.

- e. Tecnología: hoy en día existen sistemas capaces de planificar los recursos de la empresa de tal manera que la información esté al alcance de los altos directivos en el momento oportuno para la toma de decisiones. En estos tiempos la competitividad depende también de la tecnología con que cuente la empresa para su buena marcha.

El trabajo refleja cada uno de los puntos de vista que conducen a la viabilidad de las organizaciones y luego constituye el modo en que contribuye en la intensidad del negocio; la viabilidad se entiende como el logro de objetivos, metas y misión comercial. La intensidad se entiende como la mejor manera para vender calidad y valor añadido en el mercado, es el desafío de toda empresa. Unos pocos fines son los que lo acompañan: la economía empresarial fomenta la competencia. La productividad fomenta la efectividad y la eficiencia empresarial. La economía, la productividad y la viabilidad fomentan la intensidad. Solo las organizaciones bien proyectadas garantizan el avance en la mejora de sus actividades y eso genera confianza en los jefes, trabajadores, clientes, proveedores, prestamistas y otros stakeholders.

2.1.2. Variable dependiente

Desarrollo sostenible empresarial

Aguabarrena (2016), plantea que la gestión en toda empresa requiere ajustarse al concepto del trabajo. Uno de sus principales objetivos es canalizar los esfuerzos realizados por sus colaboradores hacia las metas y objetivos de la organización. Los buenos resultados, por lo tanto, dependen de su capacidad para lograr los mayores beneficios de dicha actividad, con el objetivo de que esto redunde también en el beneficio del personal, de la sociedad y del medio ambiente. Durante las últimas décadas, ha habido importantes cambios en la concepción del trabajo y paralelamente avances en las modalidades de administración. El cambio más extraordinario en la idea del trabajo se enfoca en la forma en que ha ido evolucionando, las agrupaciones artesanales de antaño han dejado de prevalecer, y han cedido su importancia a nuevos sistemas de organización del trabajo donde predominan la especialización y el conocimiento. El trabajo no manual requiere nuevas habilidades tanto de los directivos como de los colaboradores para la buena marcha de la empresa, a pesar de que la idea del trabajo ha cambiado, la gestión predominante todavía aplica modelos anclados en el pasado, aún los representantes y altos directivos se refugian en una clase de trabajo que

desde hace buen tiempo ha sido relegada; el trabajo industrial tiene, en cualquier caso, dos componentes completamente diferentes: el primero es un conocimiento especializado y específico. Todo trabajador no manual es un experto en alguna disciplina técnica. Es un trabajador cualificado en un campo específico; en cualquier caso, hay un segundo aspecto que no se distingue en todos los casos apropiadamente y que influye de manera decisiva en la idoneidad alcanzada por el especialista. El trabajador calificado trabaja socializando con otros o consigo mismo. Su idoneidad depende de sus conocimientos especializados, pero en la misma medida, de sus habilidades comunicativas habituales. Los resultados que obtiene aluden en lo que respecta a cualquier colaborador, así como, sin lugar a duda, a la manera en que se comunica y a sus habilidades blandas. Como todos los trabajadores no manuales, los administradores y jefes son a la vez agentes de comunicación y negociación. La administración jerárquica se lleva a cabo en negociaciones y sus resultados positivos o negativos dependerán de las habilidades blandas de tales directores y jefes. Sin embargo, esto es igualmente sustancial si la administración en cuestión se aplica también para trabajadores artesanales. El asunto que es importante notar es que el tipo de directivo que promueve un crecimiento en la productividad del especialista no manual produce impactos inversos con respecto a los trabajadores no manuales del sector de la información. El que dirigió el desempeño de trabajadores manuales y el de los especialistas no manuales, muestra impactos que se deben controlar. Su límite beneficioso está restringido. Además, esto es indudablemente lo que está sucediendo hoy y lo que se comunica en el reconocimiento de que estos trabajadores solo están rindiendo por debajo de su potencial.

Para encontrar nuevas variantes de administración, es esencial migrar de una metodología denominada "el gerente-capataz" a una totalmente opuesta que los tratadistas de la administración han preferido llamar "el gerente-coach".

Estos son dos estilos de gestión diametralmente opuestos. El primero depende de la presión, el segundo se basa más en la persona y despierta confianza. La primera fija de antemano las metas para las actividades de los colaboradores, la segunda establece mínimos aceptables y propone retos abiertos. La primera apunta al cumplimiento de tareas, la segunda a la obtención de resultados. La primera se aplica sobre los procedimientos del trabajador, la segunda se enfoca en la resolución de aquellos obstáculos que colaboradores, equipos y procesos, encuentran en el desarrollo de sus actividades.

En el centro de labores se instauran las alternativas de las opciones presupuestarias que permiten tener una estructura de capital necesaria para posicionar el producto e implementar las estrategias adecuadas a fin de satisfacer la misión comercial y, en este sentido, competir de manera coherente en el mercado peruano. Es así como el 90 por ciento de los encuestados da por sentado que la administración efectiva relacionada con las microempresas es concebible con opciones de desarrollo flexibles, es decir, dentro de los objetivos, metas y misión comercial. El 89 por ciento reconoce que las opciones de financiamiento, siempre que sean muy precisas y oportunas, fomentan el avance comercial. (p. 65-68)

Castro (2015), señala que el problema se identifica por los bajos niveles de progreso en el desempeño de las PYME, esto se manifiesta en la siguiente pregunta: ¿Cómo es que el negocio de las micro y pequeñas empresas fomenta la mejora incesante de estas en la parte comercial? Dado el problema, el acuerdo se propone a través del plan de la hipótesis: Negocio efectivo, los altos directivos influyen positivamente en la mejora constante de las PYME en el segmento comercial, a través de la implementación de un método de administración, modernas técnicas de producción y liderazgo transformacional en todo nivel. Este trabajo se ha elaborado para el propósito que lo acompaña: Determinar el negocio exitoso con un estilo de gestión que impulse la mejora continua de las PYME en el segmento comercial.

La evaluación es de tipo aplicativo además posee dos niveles: descriptivo y explicativo. Para extrapolar los datos se utilizó el método de inductivo. Los resultados obtenidos son los siguientes: el 90 por ciento de los encuestados reconoce la posibilidad de que un negocio sea exitoso dado que los directivos modelan un plan de procedimientos y el liderazgo básico para alentar la mejora constante de las PYME en el área comercial. El 100 por ciento de los evaluados responde que el proceso gerencial, a través de las siguientes etapas: planeamiento, organización, dirección, coordinación y control fomentará la viabilidad de las PYME en el rubro comercial. El 96 por ciento de los encuestados reconoce que las opciones sobre economía, eficiencia, efectividad y mejoramiento continuo hacen posible la capacidad de luchar en el mercado de las microempresas en el segmento comercial.

La competitividad implica aventajar en costos, gastos, ventas y rentabilidad a los competidores del sector comercial. Esto es más factible de lograr cuando un negocio se dirige bajo ciertos parámetros contemplados en un modelo gestión integral, en otras palabras, planeado para mejorar todas las actividades de la organización. Por último, en el análisis realizado el 90 por ciento de los evaluados reconoce que la mejora continua es alcanzable si las PYMES en el segmento comercial utilizan un modelo de gestión efectivo para ello. Dicho modelo debe contemplar los procesos, los procedimientos, las técnicas y prácticas estandarizadas para la gestión de los negocios a nivel global solo así se podrá competir en igualdad de condiciones. Abaratar costos, incrementar la cuota de mercado, crear más valor tanto para los accionistas como para los clientes es más viable con un modelo de gestión integral que respalde la mejora continua.

Por su parte Iriarte (2016) nos dice que la gestión es ese movimiento empresarial que, mediante personas con los conocimientos adecuados, por ejemplo: altos directivos, investigadores de mercados, industriales, administradores y así por el estilo, impulsará la búsqueda incesante de un desempeño superior y la competitividad de toda organización.

Teniendo en cuenta que la gestión empresarial será excelente no solo si hace bien las cosas sino si hace bien las cosas correctas, es decir no solo si optimiza sus procesos estratégicos, operativos y de soporte sino también su impacto sobre la sociedad y el medio ambiente, es decir, sus externalidades. Así pues, hay cuatro actividades claves que la dirección de una organización tiene que realizar para alcanzar tanto la eficiencia como la efectividad en su gestión; estas actividades son: la planeación de todas sus operaciones incluida la combinación de sus factores productivos de acuerdo con el plan maestro y con las estrategias diseñadas de tal manera que haga posible el logro de las metas y objetivos de la empresa; en segundo término viene la organización una etapa en donde se busca la mejor estructura para la entidad tomando en cuenta el tipo de producto, mercado, sector y desde luego al principal activo de toda compañía: los colaboradores puesto que solo se arribará a buenos resultados bajo un clima organizacional adecuado para ellos. Luego tenemos el proceso comunicativo, este proceso debe permitir que los directivos y colaboradores estén interrelacionados en todo momento de modo tal que las ideas de mejora fluyan sin ningún tipo de dificultades de un nivel a otro sin desperdiciar ninguna. En último término tenemos el control es decir la observación de cada etapa para verificar si se encuentra alineada con los objetivos y

estrategias implementadas, esto mediante el establecimiento y diseño de indicadores que midan y determinen si existen discrepancias entre los resultados esperados y los obtenidos en la práctica por las Mypes.

En la realidad se observan muchas dificultades y limitaciones en las microempresas tales como la ausencia de economías de escala, la gran mayoría no son competitivas, no tienen una filosofía de mejora continua. Además, la conducción del negocio por lo general está exento de metodologías, estrategias, técnicas, procedimientos y prácticas que han sido desplazadas por un manejo empírico e intuitivo de la empresa. Se hace necesario un proceso de reflexión para redefinir los valores, la misión, las políticas, las estrategias y los objetivos del negocio; las limitaciones mencionadas anteriormente pueden provenir por ejemplo de una política desfasada o limitante es por este motivo que se sugiere repensar los conceptos clave en la empresa ya que estos pueden impulsar o restringir el crecimiento del negocio.

Entre los conocimientos derivados de las investigaciones: se tiene que sin la gestión empresarial es casi imposible crecer y aspirar a un desarrollo de las Mypes en el Perú; la gestión empresarial tiene como principales etapas de su proceso a la planeación, organización, dirección y control de todos los factores productivos propios de las Mypes; dichas organizaciones necesitan aplicar un modelo de gestión para reducir el riesgo que conlleva todo proceso de toma de decisiones en condiciones de incertidumbre; la gestión mejora las decisiones tanto de inversión como de financiamiento que los altos directivos tienen que evaluar permanentemente; asimismo comprende políticas, estrategias, valores, misión, objetivos, es decir toda una metodología de negocio con un único propósito: lograr economías de escala, efectividad y eficiencia en las operaciones de la empresa. De esta manera el crecimiento de las Mypes debe tener como base a cada una de las etapas vistas anteriormente en caso contrario será muy difícil competir en el mercado interno y con mayor razón en el mercado internacional, donde hemos quedado expuestos con los acuerdos comerciales suscritos entre nuestro país y varias potencias económicas mundiales los cuales permiten tanto la salida como el ingreso de mercancías.

Mendoza (2015) explica que, en el contexto de la gestión empresarial, los ejecutivos se dan cuenta de que ninguna organización puede sobrevivir a largo plazo en caso de que no posea algún tipo de ventaja, por lo que se requiere un grado específico de habilidad, ya que la

gestión se desenvuelve en un dominio en el que los medios son limitados y esta es la razón por la cual el directivo responsable de la gestión debe aplicar varios enfoques para influir en los agentes excedentarios (financistas). Así mismo cabe destacar que una organización privada obtiene muchas más ventajas que una organización estatal. Dado que los primeros tienen un mayor número de activos que los del Estado y de esta forma invierten en más tecnología, que es el motor impulsor de una empresa. La gestión empresarial es un proceso que implica una serie de etapas tales como la planeación, la organización, la ejecución y la evaluación de la entidad, lo que se interpreta como una actividad necesaria para la buena marcha del negocio y la mayor competitividad de los pequeños y medianos empresarios a medida que transcurre el horizonte de tiempo. La gestión se ejecuta a través de los empleados y la reunión de equipos de trabajo para la obtención de buenos resultados. En el momento en que un individuo avanza y crece dentro de una organización, es importante que sus obligaciones también avancen sin caer en ciclos no virtuosos donde empleados similares hacen las mismas cosas constantemente. El trabajo muestra que la gestión correcta tanto del financiamiento como de las inversiones es la respuesta para que las organizaciones del segmento comercial obtengan competitividad, economía, eficiencia, productividad, eficacia y mejora continua, e intensidad en todo ámbito donde realizan sus actividades comerciales. El 98 por ciento de los encuestados reconoce que la gestión financiera estratégica fomenta la competitividad de las empresas. Asimismo, el 95 por ciento de los evaluados admite que la gestión financiera comprende toda una gama de decisiones relacionadas con efectividad, economía, eficiencia y mejora continua de los negocios.

La gestión de acuerdo con Zambras (2014) es una acción interna de toda organización y tiene como propósito dirigirla hacia una mejor competitividad y rentabilidad. El camino hacia el logro de las metas y objetivos de una organización depende en gran medida del estilo de gestión, que sea capaz de distinguir aquellas variables relevantes que impactan positiva o negativamente en los resultados de la organización, y además reconoce problemas para adoptar, oportunamente, medidas correctivas y rediseñar las estrategias. Por lo general la gestión es realizada por profesionales capacitados tales como asesores, directores, administradores, etc.

Para lograr una gestión efectiva y que se pueda observar en los resultados, es requisito primordial realizar antes que nada una adecuada planeación, donde se determinen las ideas

de negocio que se emprenderán, luego viene un segundo proceso complementario al anterior denominado organización, aquí se analiza los medios con los que cuenta la empresa para su aprovechamiento óptimo. Además, se tiene también que toda organización persigue ciertos fines que deben ser transmitidos a sus trabajadores, asimismo como sistemas que son desempeñan una serie de funciones que los colaboradores deben tener claro, así como también la coordinación de sus actividades. Así pues, las organizaciones se desempeñan en un entorno dinámico e interactúan permanentemente con otras del mismo sector o de uno diferente; como se puede apreciar el fenómeno que se encuentra detrás de cada una de estas características tiene una importancia fundamental. En último término, se encuentra el aspecto de la medición de los resultados a nivel estratégico, táctico y operativo para detectar las posibles discrepancias entre las metas y objetivos planificados y los reales, solo así se puede tener una idea cabal del avance logrado en un determinado horizonte de tiempo.

La investigación se centra en la administración relacionada con el dinero y su influencia en el avance de las PYME. Se considera que este tipo de gestión cubre las opciones de financiamiento, las opciones de inversión y las opciones de ganancias para los propietarios. Se debe tener en cuenta que el crecimiento de las PYME es un aspecto multifactorial que incluye factores como la eficiencia, la efectividad, la productividad y la mejora continua de la microempresa; es por esto por lo que el 93 por ciento de los encuestados reconoce que la administración relacionada con el dinero fomenta el avance comercial. Así también el 97 por ciento reconoce que suficientes opciones de financiamiento resultan en empresas con rendimientos superiores.

La idea de gestión empresarial de acuerdo con Juárez (2014) tiene principios fundamentales relacionados con la organización, estos aplicados en una empresa o unidad productiva permiten analizar gran parte de los objetivos relacionados con ella. Es esencial tener en cuenta en esta idea que ninguna organización puede permanecer en el mercado si no consigue ningún tipo de ventaja competitiva, dicho de otra manera, es menester mantenerse en la búsqueda constante de un determinado grado de competitividad para poder lidiar con diferentes organizaciones que pertenecen al mismo sector comercial. La idea de gestión se desenvuelve en un contexto en el que, generalmente, los medios resultan ser escasos y de acuerdo con esta situación el directivo responsable de la dirección del negocio evalúa diferentes alternativas con la finalidad de que las fuentes de capital comercial sean más

accesibles. En caso de que optemos por llevar adelante un negocio con la idea de gestión que se está analizando, debemos tener en cuenta que la utilización de esta idea es de mayor aplicación en organizaciones de capital privado. Con relación a las unidades económicas de otros sectores comerciales, estas poseen enfoques diferentes en cuanto a la gestión las cuales distan mucho de la idea que venimos evaluando. Así pues, se aprecia claramente el origen de la gran desigualdad en términos de rentabilidad entre las empresas de uno y otro sector, por tal motivo resulta esencial tomar en cuenta el aspecto técnico del concepto de gestión que nos ayudará en la consecución de los objetivos organizacionales.

La idea de gestión en cuestión conectada a la dirección de empresas requiere que el concepto satisfaga cuatro capacidades centrales para el buen rendimiento de la organización. La primera de estas es el planeamiento, que servirá para organizar los activos y pasivos de tal manera que reflejen la realidad futura a donde se quiere llegar, es decir se trata de modelar el microentorno y el macroentorno con todas las variables posibles a fin de reducir la incertidumbre a la hora de realizar la toma de decisiones. Resulta también clave la organización de los activos y pasivos con los que cuenta la empresa, a fin de aprovechar la sinergia del conjunto, de modo que se logren los resultados esperados.

Toda organización esta formada por personas por lo tanto la conducción de aquella implica la conducción de estas necesariamente, así pues, para dirigir a los colaboradores con base en la idea de gestión que se viene evaluando se tiene que establecer la existencia de buenos canales de transmisión de mensajes de un nivel a otro, con la finalidad de propiciar un mejor lugar de trabajo y, en consecuencia, aumentar la productividad del trabajo empleado, ampliando el beneficio de la organización.

Para poder medir el avance en cuanto al logro de los objetivos trazados en el planeamiento, es de suma importancia realizar el proceso de control y el modelo de gestión propuesto debe cumplirlo a cabalidad.

Considerando esto al que se ha hecho referencia, podemos observar la gran importancia de conducir una empresa con base en el concepto de gestión analizado. Esta noción lleva la

organización a un nivel más alto, lo que permite que la unidad económica se desempeñe muy bien en su sector. Si se quiere llevar a la práctica alguna idea de negocio, resultará conveniente incorporar el concepto de gestión visto en todas sus dimensiones ya que en esta línea ampliará los grados de posibles victorias que se pueda tener en el mercado.

La investigación busca aclarar todos los conceptos relacionados con variables tales como inversión, financiamiento, ganancias, riesgos comerciales y cómo mejoran el desempeño de las organizaciones como regla general. A continuación, se muestran algunos de los resultados del trabajo: las alternativas de financiación fomentan las opciones para invertir. Las opciones para invertir fomentan las decisiones de rentabilidad. Las elecciones acerca del nivel de incertidumbre alientan las decisiones de beneficios. Las opciones relacionadas con las finanzas condicionan el avance de las organizaciones.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Gestión empresarial

2.2.1.1. Proceso de gestión empresarial

El proceso de gestión empresarial de acuerdo con Terry (2014) es el conjunto de actividades que busca a través de individuos (directores, supervisores, jefes, consultores) mejorar el desempeño y la capacidad de luchar en el mercado de las organizaciones. La práctica de la gestión tiene como finalidad la mejora desde una visión sistémica, para la organización, la sociedad y el medio ambiente; así pues, permite distinguir las variables que afectan el logro y el mejor desempeño de la unidad de negocio. La gestión de empresas tiene procesos claves tales como la organización y la planeación de negocios, las implicancias de estos procesos son de singular importancia en el interior del negocio a tal punto que pueden significar el éxito o el declive de una organización, luego se hace necesario aplicar las técnicas correctas que nos permitan conducir un negocio bajo los lineamientos de la gestión, que, de hecho, será uno de los factores clave para la consecución de los objetivos de una organización.

La gestión empresarial es denominada de muchas formas por ejemplo administración de negocios o ciencia administrativa sin embargo en su esencia viene a ser un tipo de ciencia social cuyo objeto de estudio es la unidad económica llamada empresa y todo lo que ella comprende; existe una variedad de ciencias afines, tales como la contabilidad,

las finanzas corporativas, el marketing, la dirección estratégica, la administración, entre otros.

Consiguientemente, son cuatro las etapas a considerar dentro del proceso de gestión empresarial, a saber: planificar, organizar, dirigir y controlar. Son las fases que se aplican a todos los medios con los que cuenta una empresa y que le orientaran hacia el logro de sus objetivos trazados. Existe una amplia variedad de ciencias auxiliares, entre ellas están la contabilidad, la economía, el derecho y muchas otras que sirven de soporte a este proceso tan dinámico y cambiante en el mundo moderno de hoy en día, en donde los sistemas de información han adquirido un papel preponderante en el desarrollo organizacional y donde las tecnologías de la información y comunicación se han vuelto la norma dentro de la organización y también entre organizaciones. El vertiginoso mundo empresarial actual exige que toda organización se desenvuelva en entornos cada vez más turbulentos.

De modo que, la microempresa del rubro comercial textil debe hacerse cargo del reto de cambiar su estilo de gestionar sus operaciones para poder competir con igualdad de condiciones en el exigente mercado actual. Así pues, gran parte de las microempresas textiles han decidido adoptar el proceso de gestión empresarial en todos sus niveles a fin y efecto de que se ajusten a las nuevas condiciones del mercado.

Cada uno de las fases del proceso de gestión empresarial requiere tener el liderazgo correspondiente es decir la capacidad de guiar a las personas hacia el logro de las metas y objetivos preestablecidos, esto lleva aparejado ciertas competencias, sin lugar a dudas, pues se requiere conocimientos especializados, capacidad analítica y otras perspectivas administrativas tales como: capacidad para la toma de decisiones; análisis, honestidad, confiabilidad, proactividad y capacidad de razonamiento; capacidad para regular; aptitud para visionar el futuro, capacidad para canalizar las emociones, para desarrollar ideas innovadoras; voluntad de asumir obligaciones y riesgos; concepto de trabajo; técnica para reconocer oportunidades y crear nuevos negocios; mecanismos para guiar a otros y resolver conflictos, valores, adaptabilidad antes los cambios permanentes, conocimientos sobre marketing para posicionar los artículos de la organización, saber escuchar, sociabilidad.

2.2.1.2. Estrategias de gestión empresarial

En su reflexión sobre el enfoque estratégico de la empresa, Gimbert (2001) afirma que la estrategia empresarial viene a ser el modo en que la organización alcanza sus objetivos y que esta se fundamenta en otros dos conceptos clave como son por un lado los valores de la empresa o de las personas que las dirigen o representan y por otro lado la misión o el propósito del negocio. Pero la estrategia no actúa sola, tiene su complemento que vienen a ser las políticas, aquellas directrices que delimitan su curso de acción. Desde este punto de vista es que se debe concebir a la estrategia empresarial de tal manera que reflexionar sobre ella implique también hacerlo sobre los otros elementos clave, esto permitirá que la organización pueda replantearse todos y cada uno de ellos con la intención de luchar en el mercado ya no de manera intuitiva o empírica sino con una auténtica estrategia de por medio. Esto a su vez implica no solo hacer planes sino también actuar. Así pues, el concepto de estrategia incluye tanto un ingrediente de reflexión, como un ingrediente de toma de decisiones o de acción.

En conjunto, estos dos componentes constituyen la base del plan estratégico general, por este motivo las estrategias de negocio pueden estar influenciadas por la cantidad de directivos, por las técnicas comerciales, por la capacidad de los directores; por las pruebas de mercado, por la capacidad de incorporar creatividad a los sistemas de participación en innovación; por la logística de negocios; por la cooperación entre proveedores, por los fabricantes y compradores. Del mismo modo, a nivel global o mundial, se debe considerar factores como las economías de escala, los riesgos adicionales a saber: el financiero, el político, el regulatorio y el fiscal, asimismo las diferencias ya sean institucionales o culturales constituyen elementos centrales de la estrategia empresarial.

La estrategia de gestión empresarial según Chiavenato (2014) engloba diversos métodos de análisis cuya puesta en práctica para la conducción de una empresa dependerá en primer lugar del tamaño de esta y en segundo lugar de la administración del artesano, comerciante o industrial. Asimismo, la gestión lo que busca es que el directivo pueda mejorar la sostenibilidad, la productividad y la competitividad, garantizando la supervivencia de la organización en el tiempo. Veamos, los métodos de la gestión empresarial:

- i. **Análisis estratégico:** analiza el micro y macroentorno, considera las variables políticas, económicas y sociales que tienen mayor probabilidad de acaecer a nivel mundial y nacional, así también analiza a los agentes económicos externos a la organización.
- ii. **Gestión organizacional:** planea las expectativas del trabajo futuro de la organización y define la metodología y los objetivos o destinos a cumplir por la empresa; organiza, decide las capacidades y la estructura importantes para lograr el objetivo estableciendo el poder y la obligación relegada a las personas que serán responsables de estas capacidades.
- iii. **Gestión de la tecnología de la información:** aplica los datos comerciales internos y externos adicionalmente y los marcos de correspondencia a todas las regiones de la organización para establecer opciones de ajuste relacionadas con la utilización de la web.
- iv. **Gestión financiera:** conseguir recurso financiero con un costo mínimo, realizar su distribución de acuerdo con el presupuesto de tal manera que se optimice su utilización y se obtenga mayores rendimientos bajo un apropiado registro contable.
- v. **Gestión de recursos humanos:** canalizar el talento humano hacia la realización tanto de la organización como del colaborador bajo procesos tales como el coaching y el mentoring.
- vi. **Gestión de operaciones:** velar por el manejo eficiente y efectivo de la cadena de suministro en la empresa y extenderla para incluir tanto el impacto de la obtención de factores productivos, como el de los productos finales en el medio ambiente.
- vii. **Gestión ambiental:** adoptar los 17 objetivos mundiales establecidos por las Naciones Unidas en el año 2015 a fin y efecto de proteger la sociedad y el ambiente.

Para mantener la continuidad en la organización existen numerosas estrategias de negocio, en cualquier caso, hay ciertas reglas cruciales que las personas de negocios, los administradores, accionistas o los directores deben considerar con la finalidad de poder conducir eficazmente sus negocios, especialmente en el caso de los microempresarios quienes deben enfocarse en sus clientes, entregarles cada vez más valor, descubrir el perfil de sus compradores, segmentar su mercado; cuidar y proteger el medio ambiente.

Para lograr la buena marcha del negocio, los ejecutivos tomarán en cuenta diversos factores,

cercanía del recurso humano, competidores, ubicación, entre otros. No obstante, la persona de negocios puede formular o adoptar un nuevo estilo de gestión acorde a sus aptitudes, habilidades y conocimientos empresariales.

Ahora bien, cuando el directivo del negocio está implementando su propio estilo de gestión, resulta conveniente tomar en cuenta el planeamiento a corto, mediano y largo plazo; asimismo la coordinación y el control del avance; el presupuesto será la herramienta clave para ello; así podrá actuar con antelación ante imprevistos y dirigir el cambio con una amplia visión integral de negocios.

2.2.1.3. Toma de decisiones empresarial

La toma de decisiones empresarial como afirma Moreno (2014) se realiza a través de diferentes métodos analíticos, por ejemplo, el análisis estratégico que comprende no solamente la elaboración de planes sino también el cambio de paradigmas y esquemas mentales para la correcta toma de decisiones empresariales. Esta metodología ayuda a reflexionar sobre la situación en que se encuentra la empresa, para esto discrimina las variables del entorno general: políticas, económicas, sociales y tecnológicas, pero hemos de ser conscientes de los dos problemas que este análisis implica a saber: la falta de información y las diferentes percepciones de una misma realidad. Asimismo, se tiene que reflexionar también sobre un entorno más cercano a la empresa denominado entorno sectorial y sobre el cual sí es posible influir; este proceso de reflexión constituye la herramienta más importante para la toma de decisiones y nos permite decidir sobre aspectos claves relacionados con la empresa, importantes para lograr los objetivos y definir las relaciones de poder y la responsabilidad asignada a las personas que estarán a cargo de determinadas funciones en la organización; luego tenemos como parte vital de la toma de decisiones empresarial a los sistemas de información, que sirven de soporte a los directivos tanto para las decisiones operativas como para las decisiones estratégicas, en los tres niveles que posee una compañía: corporativo, de negocio y funcional. No obstante, ninguna empresa opera aisladamente en el mundo de los negocios, todas están relacionadas entre sí, sobre todo en el mundo globalizado en el que vivimos donde utilizar internet para las decisiones se ha vuelto la norma. Dichas decisiones pueden estar relacionadas con el financiamiento, ya sea para la obtención de dinero fresco o para asumir un crédito con un bajo costo, o con las decisiones de inversión a fin y efecto de asignar, controlar y evaluar la

utilización de los recursos financieros con la finalidad de maximizar el rendimiento. Luego tenemos las decisiones relacionadas con recursos humanos con la finalidad de emplear, productivamente, la fuerza laboral mediante mantener y promover competencias. Además, están las decisiones relacionadas con la cadena de suministro que se encarga de aprovisionar los productos que el mercado necesita; de satisfacer las necesidades de los clientes, para ello transforma una gran cantidad de factores productivos tales como el trabajo, la tierra, el capital y la tecnología en bienes y servicios. En este mismo sentido se tiene también a la gestión ambiental que se orienta por el cuidado y la protección del medio ambiente, propone cuestiones sobre la necesidad de aplicar en la organización estrategias en defensa del ambiente y de la sociedad. Para el desarrollo de las organizaciones existen numerosas técnicas y modelos de crecimiento, a pesar de que existen ciertas reglas básicas que los hombres de negocios, los administradores o los directores deben considerar para tratar adecuadamente sus empresas, particularmente en el caso de los microempresarios, que deben enfocarse y pensar en los clientes compradores. Tienen que conocer su mercado, segmentarlo, definir el perfil de sus clientes con la finalidad de brindarles lo que realmente necesitan y deben transmitir constantemente el valor añadido; para lograr el crecimiento de un negocio, los ejecutivos dependerán de numerosos elementos, por ejemplo, las cinco fuerzas competitivas, los grupos estratégicos, entre otros. Sea como fuere, la persona de negocios puede crear su propio modelo de gestión, según lo indicado por la teoría de la administración, ajustándose a sus habilidades comerciales y activos presentes y futuros. Por otra parte, cuando el hombre de negocios o el visionario comercial está haciendo su propio modelo de administración, debe planificar consistentemente a corto, mediano y largo plazo; utilizar métodos cualitativos y cuantitativos en liderazgo básico, control y disminución de costos completos, lidiar con la producción del valor añadido, visualizar el cambio, mantener una visión comercial expansiva.

2.2.1.4. Metas, objetivos y misión empresarial

La gestión de empresas, en el mundo globalizado de hoy en día según Koontz et al. (2012), está en estrecha relación con el logro de la misión o propósito que tiene la organización, los objetivos de corto y largo plazo y las metas, esto mediante las estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuestos preestablecidos. De este modo la gestión empresarial se convierte en el sistema que, a través del potencial humano particularmente de los colaboradores, expertos, consultores, directores, entre otros, buscará mejorar tanto la

competitividad como la productividad de la empresa. Así pues, para que una administración sea efectiva, eficiente y eficaz y, en este sentido, brinde excelentes resultados, debe estar atenta a las oportunidades del entorno, y como se vio anteriormente también debe cuantificar la planeación de su misión, metas y objetivos mediante el presupuesto.

En consecuencia, la selección de las metas, objetivos y misión empresarial está íntimamente relacionada con la función gerencial denominada planeación, esta nos permite especificar a los colaboradores los resultados esperados. El establecimiento de las metas, objetivos y misión empresarial resulta ser vital a la hora de dirigir los esfuerzos del recurso humano es por esto por lo que se debe prestar especial atención a ciertos aspectos involucrados en la planeación tales como atender a las oportunidades que nos pueden ofrecer el mercado, la competencia, los clientes, nuestras fortalezas o nuestras debilidades. En segundo lugar, se deben especificar los objetivos de corto y largo plazo, según jerarquía, para cada nivel organizacional de tal manera que todos y cada uno de los trabajadores de la empresa sepan lo que se espera de ellos.

En tercer lugar, aparecen los supuestos que se deben desarrollar ya sea mediante pronósticos, políticas o planes que posee la unidad de negocio. Se trata de establecer escenarios en el que se desarrollarán los cursos de acción necesarios para alcanzar las metas, objetivos y misión empresarial. Con miras a la formulación de los supuestos se debe tomar en cuenta el nivel de comprensión y acuerdo que puedan lograr las personas involucradas en el proceso de reflexión que nos conducirá al planteamiento de diferentes escenarios.

En cuarto lugar, se debe fijar los diferentes cursos de acción. El quid del asunto se centra ahora en reducir la infinidad de alternativas de acción que se puede seguir para la consecución de las metas, objetivos y misión empresarial. Incluso en la época actual en donde se puede aplicar la tecnología de la información y comunicación para determinar la mayor cantidad de opciones posibles debemos buscar reducir la cantidad de factores a fin y efecto de evaluar únicamente las más relevantes. En quinto lugar, viene la evaluación de las alternativas de acción determinadas, aquí se examinan los alcances y limitaciones de cada una en función de los supuestos y metas organizacionales. En sexto lugar se tiene que tomar la decisión de seleccionar el curso o los cursos de acción más convenientes para la buena marcha del negocio. En séptimo lugar se debe implementar planes secundarios si fueran

necesarios, estos sirven de soporte al plan principal o primario. Como último paso se utiliza el presupuesto para cuantificar los planes, esta herramienta también sirve como mecanismo de control puesto que permite comparar los planes con los resultados, a fin y efecto de identificar posibles desviaciones que requieran tomar medidas correctivas a tiempo. El presupuesto es la parte medular de todo plan operativo empresarial o institucional el cual a su vez tiene que estar en armonía con el plan estratégico empresarial o institucional, sin el primero no se puede lograr el segundo. Asimismo, todo presupuesto implica la adquisición de bienes y servicios los cuales vienen a ser los insumos necesarios para realizar las acciones que nos permitirán cumplir con las actividades y los objetivos establecidos.

Por otro lado, las metas y objetivos deben ser verificables de tal manera que al final del plazo se pueda verificar sin lugar a duda su consecución. Asimismo, deben apoyarse entre sí según la jerarquía que poseen para evitar conflictos empresariales. La jerarquía habitual de los objetivos en los negocios va desde la misión o propósito hasta las metas individuales y específicas. En el nivel máximo se encuentra la misión el cual se compone de dos aspectos: el primero relacionado con el bienestar de la sociedad y el segundo con la rentabilidad empresarial. En seguida vienen los objetivos propios de las áreas clave en toda organización y cuyas actividades hacen posible el éxito empresarial tal como las áreas estratégicas de servicio y calidad. Siguiendo con la jerarquía de los objetivos se tiene que transmitir los de nivel estratégico hasta llegar al último eslabón, esto implica pasar por las divisiones, departamentos y demás unidades del negocio en donde se traducirán como metas incluso.

Otro punto es el establecimiento de objetivos, para esto existen dos enfoques bien definidos que los gerentes utilizan. Uno de ellos es el enfoque descendente el cual sostiene que los objetivos deben establecerse en la alta gerencia para garantizar una dirección corporativa, por su parte el enfoque ascendente argumenta que los objetivos deben establecerse en la base de la organización y por los propios trabajadores además tienen que estar relacionados con los puestos que allí existen con la finalidad de proporcionar la información necesaria a los otros niveles de la unidad de negocio. Ahora bien, no basta con establecer unos cuantos sino múltiples objetivos atendiendo a la jerarquía que poseen y sobre todo a cada nivel organizacional. Asimismo, en la formulación de los objetivos se debe considerar un plazo, un costo, la cantidad y la calidad del reto que se quiere conseguir, deben ser alcanzables e implicar crecimiento y desarrollo no solo de la organización sino también de los

colaboradores.

2.2.2. Desarrollo sostenible empresarial

2.2.2.1. Ecoeficiencia empresarial

La idea de sostenibilidad se utilizó por primera vez en el Consejo Mundial de Iglesias en Bucarest en 1974, entre investigadores, académicos y especialistas financieros (Hallman, 1997). El término se utilizó luego en la Estrategia Mundial de Conservación (Conservación de Recursos Vivos para el Desarrollo Sostenible) organizada por UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y los Recursos Naturales), WWF (World Wild Found) y PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) en 1980 y se caracterizó por dos elementos la protección y el avance para asegurar que los cambios en el planeta no afecten tanto la preservación de la vida como la prosperidad de la humanidad (UICN Unión Mundial para la Naturaleza, 2014). En todo caso, la definición que se hizo en la Comisión Mundial para el mejoramiento de la naturaleza o que también se llamó la Comisión Brundtland (1987) es una de las más difundidas; determina los rasgos del desarrollo sostenible de la siguiente manera: "El desarrollo sostenible se produce cuando se abordan los problemas actuales sin poner en peligro la capacidad de las poblaciones futuras para abordar sus propios problemas". Asimismo, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), precisa que el desarrollo sostenible debe ser entendido como un objetivo mundial.

Algunos partidarios de la defensa del medio ambiente consideran que el término desarrollo sostenible encierra una incoherencia lógica en sí mismo y que puede emplearse de manera efectiva para disimular la devastación del entorno medioambiental; Por otro lado, muchos expertos del mundo de los negocios aceptan que el desarrollo sostenible pone en riesgo el crecimiento de las economías. Como norma general, las diferencias no están relacionadas con el dilema sobre la tierra versus el crecimiento de las economías, más bien, es un tema cada vez más esencial (Duarte, 2014, p. 45).

Para Dresner (2014), el desarrollo sostenible es: "una cuestión de prudencia, de sentido común que no debemos destruir las bases de nuestra propia existencia, es en realidad una cuestión de equidad".

En la actualidad, el avance de una organización nunca más puede verse limitado

exclusivamente para garantizar la mejora en el aspecto monetario, también debe considerar las medidas sociales y ecológicas. La conducta moral es básica para caracterizar la responsabilidad social. Se impulsa la importancia de unirse y contribuir al individuo u organización con la naturaleza y la sociedad a través de sus objetivos y actividades, pensando en su impacto en la tierra (pp. 72-73).

El Instituto Ethos de Brasil, una referencia mundial en el tema de la responsabilidad social, identifica la responsabilidad social, como “... un tipo de capacidad caracterizada por la relación moral y directa de la organización con todas las personas en general con la que se relaciona y por la fundación de objetivos comerciales perfectos con la mejora sostenible de la sociedad, ahorrando activos ecológicos y sociales para quién y qué está por venir, con respecto a una variabilidad y avanzando en la disminución de los desequilibrios sociales” (Instituto Ethos, 2014).

En resumen, el desarrollo sostenible se plantea como reto equilibrar el crecimiento económico con la equidad social y la protección ambiental y la ecoeficiencia es una de las estrategias fundamentales para que las empresas puedan dirigirse con éxito hacia este propósito. Dicha estrategia tiene como objetivos generales: reducir el consumo de recursos, reducir el impacto ambiental y suministrar más valor con el producto o servicio. Así pues, la ecoeficiencia debe formar parte de la gestión empresarial moderna tanto de empresas grandes como pequeñas ya que promueve la innovación y a través de ella la competitividad de las unidades económicas (Ministerio del Ambiente, 2009).

2.2.2.2. Ecoefectividad empresarial

Según García (2014), en el contexto del código de buen gobierno de la empresa sostenible, el desarrollo con responsabilidad medioambiental implica que la organización pueda estar bien preparada para competir, aumentando el beneficio y a la vez reduciendo el costo de capital. Una organización sustentable es aquella que es capaz de generar valor monetario, ecológico y también para la sociedad a corto y largo plazo, lo que se suma a la expansión de la prosperidad y al avance genuino de los pueblos actuales y futuros, tanto a nivel local como global. Por lo tanto, el desarrollo sostenible está vinculado a integrar en las actividades cotidianas y en el planeamiento estratégico de la unidad económica, objetivos en términos monetarios, ambientales y sociales. Existen diversas razones por las cuales una empresa

se enfoca en el desarrollo sostenible como filosofía empresarial, alinea su gestión y el desarrollo de sus actividades, para mejorar continuamente en sus procesos, así como en sus productos y servicios.

Entre los motivos más relevantes se tiene:

- i. El conseguir reconocimiento como una organización que aplica métodos de producción ecoeficientes para mejorar tanto la eficiencia operativa como la competitividad en el mercado.
- ii. El liderazgo en costos debido al incremento de la eficiencia y eficacia operativa.
- iii. El incremento de la rentabilidad de la empresa, debido a la innovación en sus productos y a la mejor imagen proyectada en el mercado.
- iv. La reducción en el empleo de los recursos humanos y materiales.

El desarrollo sostenible de una empresa tiene tres pilares fundamentales: El crecimiento económico, el balance ecológico y el progreso social, los cuales constituyen el triángulo básico. Sea como fuere, la UICN afirma que el modelo de estilo antiguo tiene una deficiencia y esta radica en que no considera a la naturaleza como un sistema mundial en el que la economía y la sociedad deben progresar juntos.

El patrón triple caracteriza que un procedimiento se considera sostenible cuando tiene:

- i. Viabilidad económica: dicha viabilidad se puede traducir como productora de crecimiento y oportunidades para las organizaciones y sus stakeholders. Las organizaciones conducen al crecimiento económico: siendo fuente de empleo, cumpliendo con su tributación y mejorando la infraestructura.
- ii. Responsabilidad ambiental: La responsabilidad ambiental incluye la conservación de recursos tanto a nivel local como global.
- iii. Coherencia Social: La coherencia social se evidencia en las obras que desarrolla la empresa para la comunidad.

Así pues, indirectamente, a través del impacto que tiene sobre su entorno mediato e inmediato. La correspondencia entre la empresa y la comunidad tiene consecuencias y efectos tanto sobre la rentabilidad y sostenibilidad, como sobre el bienestar de la sociedad. (p. 52-53)

Según Cadenas (2019) la ecoefectividad constituye otra de las grandes estrategias claves a seguir, para que la empresa pueda encaminarse hacia el logro del desarrollo sostenible. Este enfoque, en esencia, busca que los bienes y servicios ofrecidos al mercado, así como los sistemas productivos que los producen sean los correctos para ello emplea cinco criterios que las empresas deben cumplir: salud de los materiales, reutilización de los materiales, gestión del agua, energías renovables y gestión del carbono, responsabilidad social-diversidad. Mediante la aplicación de estos criterios los sistemas productivos empresariales imitaran los procesos de la naturaleza en donde el concepto de residuo o desecho no existe.

2.2.2.3. Mejora continua

De acuerdo con Drummond (2001) la idea de mejora continua es uno de los tres pilares fundamentales de la filosofía de Edward Deming, los otros dos lo constituyen la orientación al cliente y el sistema determina la calidad. En conjunto se observa que la satisfacción del cliente se logra respondiendo a él y perfeccionando continuamente los bienes y servicios mediante la calidad determinada por el sistema. Así pues, la mejora continua compromete no solo algunas áreas funcionales de las microempresas sino a todas sus operaciones, a todos sus niveles y a todos sus planes a corto, mediano y largo plazo.

En consecuencia, la mejora continua tiene como pre-requisito esencial la instauración, por parte de las microempresas, de una cultura de la calidad a través de un cambio de segundo grado, es decir de sistema. Un punto de partida para ello puede ser el desarrollo sostenible que busca un cambio en la manera de hacer las cosas, esto es con una mayor responsabilidad social.

Otro punto es el que menciona Capron (2015), con relación a la definición de responsabilidad social. Él afirma que el término social tiene dos acepciones: Uno que abarca todo lo que involucra a la sociedad (la integración de la empresa con el medioambiente, relaciones con clientes, proveedores, autoridades, comunidades vecinas y la opinión pública), de esta forma la responsabilidad social consiste en atender a todas las partes involucradas. Un significado mucho más reducido de responsabilidad social se refiere sólo a los colaboradores de la empresa; es decir, se preocupa de las condiciones en que se trabaja, de la remuneración, de la salud, de la seguridad, entre otros factores.

Según lo indicado por el World Business Council for Sustainable Development (2002), el concepto de responsabilidad social empresarial involucra reconocer la importancia del interés de la organización en acciones que repercutan en el bienestar de la comunidad, de esta manera se fomenta la cooperación entre la organización, sus proveedores, su personal, los clientes y la sociedad en general, es decir se convierte en una empresa de triple impacto por su gestión ambiental. Así pues, el concepto en sí se traduce como la disposición y la capacidad de la entidad para escuchar, comprender y satisfacer los deseos e intereses genuinos de sus stakeholders.

La responsabilidad social Corporativa de acuerdo con la WBCSD (1998) es el deber permanente de las organizaciones de actuar con ética y cooperar con el progreso para mejorar la satisfacción personal de los trabajadores y sus familiares, así como de la sociedad en su totalidad.

Según el Business for Social Responsibility (2001), la responsabilidad social empresarial viene a ser el logro del éxito bajo sistemas y procesos que consideren los valores éticos y respeten a las personas, las comunidades y el medio ambiente, dicho de otro modo: lo que se hace, cómo se hace, y lo que se dice y cuándo se dice. La responsabilidad social empresarial o corporativa es el comportamiento ético de las empresas, que incluye calidad de vida y equidad tanto para los empleados como para la sociedad en su conjunto. Esto es el respeto por los demás, por la sociedad y el medioambiente. Así será posible el desarrollo económico y el éxito del negocio.

Según Bestraten y Pujol (2014), la responsabilidad social empresarial se manifiesta también en la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores, que contribuyan al bienestar; tener un procedimiento que cumpla con los estándares mínimos aceptados, optimizar en fondo y forma todos los requisitos exigibles, actuando con ética en la toma de decisiones, tanto del personal operativo como del personal directivo de tal manera que se realice todo lo que se espera de ella; la moral debe impregnar todas las elecciones de directores y personal con orden, y ser una pieza vital de la cultura de la organización; las relaciones con los trabajadores deben ser una necesidad, garantizando

condiciones de trabajo protegidas y sólidas; la tierra debe ser considerada con mucho respeto; debe coordinarse en la red de la que es una sección, reaccionando con la capacidad de afectación adecuada y adaptando las actividades sociales a los requisitos planteados, sirviéndolas de la manera más ideal y ajustando sus intereses a los de la sociedad. La actividad social de la organización es significativa, pero claramente no es la dimensión principal de responsabilidad social.

Del mismo modo, es imprescindible presentar el significado de responsabilidad social corporativa, desde la perspectiva normativa. Esta definición se extrae del Proyecto de Norma Experimental de España (2002), que caracteriza la responsabilidad social corporativa como: "Conjunto de compromisos legales y morales, nacionales y universales con las asociaciones involucradas, que se infieren de los efectos de la presencia, movimiento y actividad de las asociaciones creadas en los campos social, laboral, ecológico y de derechos humanos". Bajo esta definición, la responsabilidad social corporativa deja de ser considerada solo como un valor agregado a la imagen empresarial de la organización; y pasa a ser vista como un compromiso legal y una norma que la empresa debe cumplir con respecto a los impactos que esta ocasiona a la sociedad y el medioambiente.

Las organizaciones son conscientes de las repercusiones que tienen las actividades que realizan, vinculada a los recursos naturales, desencadena un gran interés social. Para la empresa, el sentirse vigilada por la sociedad representa un compromiso para trabajar orientados a obtener un modelo de negocio cada vez más sostenible.

Por otro lado, una reflexión importante es la que hace Vidalón (2014) con respecto a la responsabilidad social es: "En un país como el nuestro (Perú), en el que la generación de capital aún no es suficiente como para satisfacer las exigencias normativas de la formalidad, pretender que el conjunto del empresariado vaya más allá de la exigibilidad de la ley, es francamente desfasado. El costo de formalizarse es alto hasta el punto de que se evalúa que el 70 por ciento de la población económicamente activa (PEA) produce su pago a través de una organización informal; en este sentido, antes de proceder a cobrar mayores gastos al segmento privado formal, la responsabilidad social debe avanzar en la discusión de cómo hacemos para acortar la valla de la formalidad y unirnos a ese gran número de individuos y organizaciones que ahora se queda fuera. "La responsabilidad social también puede

entenderse como un componente para ayudar a las empresas en un entorno de informalidad en el que una gran cantidad de organizaciones se encuentran actualmente en el Perú y cómo la responsabilidad social incorpora a estas organizaciones informales dentro de la formalidad sin que el escaso capital sea un impedimento.

Las grandes organizaciones fueron las primeras en tomar medidas para seguir produciendo riquezas, concentrándose además en limitar el efecto negativo en el entorno natural y en aumentar el efecto positivo en la sociedad. Estos pueden comprometer más activos y causar impactos más significativos en la sociedad, pueden poner recursos en más personas empleando y ofreciendo una adaptabilidad más notable (...). Debido a numerosas PYME, su deber social se origina en las cualidades individuales de los propietarios y no en la conexión con un procedimiento recientemente estructurado (...). "En las Pymes, la responsabilidad social se desarrolla de manera distinta a las grandes corporaciones. Considera otras prioridades, necesidades y realidades. En las Pymes, la responsabilidad social refleja los valores propios de los dueños de la organización a diferencia de las grandes empresas.

Para las Pymes, la responsabilidad social incluye todo aquello que una pequeña empresa puede hacer para crear un valor agregado a su producto o servicio, y de esta forma, ganar competitividad en el mercado. Sin embargo, por la estructura y organización de las Pymes, así como por la escasez de recursos, la ejecución y difusión de prácticas responsables socialmente son mínimas (p. 75-78).

2.2.2.4. Competitividad empresarial

En esta coyuntura, los gobiernos no deberían estar exclusivamente a cargo de formular y ejecutar proyectos viables en este aspecto. El sector privado debería también asumir un papel importante en la implementación de estas soluciones sostenibles, ya que las naciones dependen mucho de la capacidad de sus empresas tal como lo sostiene Porter (1990). ¿Cómo podrían lograrlo? Según Drummond (2001) el desarrollo sostenible debe empezar por la base, es decir por la formación y el desarrollo continuo de los colaboradores, en un número cada vez mayor a tal punto que esto se manifieste, por ejemplo, en mejores niveles laborales para los trabajadores (sueldos, compensaciones, condiciones de trabajo, beneficios sociales, capacitaciones, entre otros); de esta forma ajustan sus operaciones al de una empresa de triple impacto: económico, social y medioambiental. En pocas palabras el camino que cada

organización tome para avanzar hacia el desarrollo sostenible dependerá de los factores ecológicos, monetarios y sociales que posea el entorno en el que se desenvuelve. En un país como el nuestro con bajos índices de desarrollo humano se tomará esta alternativa de manera distinta, que en aquel país donde no se tenga esta dificultad, pero sí otras necesidades de índole medioambiental, por ejemplo.

En este sentido, Undurraga (2009 a) sugiere que la empresa: “debería plantearse la pregunta acerca de cuál es la ecuación en que se encuentra situada realmente y la forma del triángulo que resulta mejor para lograr que su negocio sea sostenible en el tiempo” (p.98). La ecuación se refiere a los niveles alcanzados en cuanto a desarrollo económico, medioambiental y equidad social y la forma del triángulo hace mención de que se debe tomar en cuenta las características del territorio físico, de los actores involucrados y de los problemas a resolver en donde se aplicará.

Por lo que se refiere al concepto de competitividad empresarial, se observa en la literatura diferentes enfoques para explicarlo sin embargo la gran mayoría se caracteriza por destacar aspectos microeconómicos tales como el diseño del producto, los competidores, el porcentaje de participación en el mercado, la cadena de valor, la demanda, los precios, la optimización de los factores de producción, la productividad o el proceso productivo. Ahora bien, los diferentes puntos de vista revisados sugieren la idea de que la competitividad de las empresas viene determinada tanto por factores internos como externos a esta tal como lo sostiene Cabrera (2011a). De acuerdo con Porter (1997) en el caso de los factores internos las fuentes de competitividad se corresponden con los dos grandes tipos de ventaja competitiva como son: el liderazgo de costo y la diferenciación, además según Cabrera (2011b) se tiene a la gestión gerencial como elemento interno clave de competitividad; asimismo, para el caso de los factores externos el origen de la competitividad se relaciona con la estabilidad de variables macroeconómicas tales como el bienestar de la población circundante, así lo entiende Suñol (2006) cuando afirma que: “Cuando por competitividad se entiende solamente un crecimiento sostenido de la inversión, entonces deja de ser importante la elevación del nivel de vida de la población y la inserción de esta en procesos de desarrollo sostenible” (p. 196).

En resumen, además del aspecto microeconómico se observa que la estabilidad macroeconómica también juega un papel muy importante para que las empresas sean competitivas, esto lo sostiene Medeiros (2019). Sin embargo para el logro del desarrollo sostenible, en la práctica, ambos criterios confluyen y se habla del territorio competitivo tal como lo resalta Undurraga (2009 b): “En términos de gestión sustentable de la empresa en la comunidad, no solo se debe buscar una mayor competitividad de esta, sino que el territorio en que se encuentra inserta también debe ser competitivo” (p. 100).

2.2.3. Microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana

La mundialización, la transformación digital, la competencia intersectorial e intrasectorial, la inflación, los desplazamientos de la población, el crecimiento desordenado de las ciudades y otros hechos más, que se han intensificado con el paso de los años, han cambiado las bases mismas de las economías para adaptarse al nuevo orden empresarial imperante, donde el mercado de factores no ha sido la excepción, por lo que se han implementado nuevos enfoques para trabajar, por ejemplo. Las microempresas han resultado ser progresivamente significativas, una de las razones estriba en que dichas asociaciones tienen la característica de ser fuente de empleos e ingresos con requisitos previos de capital más bajos, exhibiendo el potencial creativo para enfrentar los retos que nos impone la competencia. En prácticamente todas las naciones, el desempleo ha venido en aumento, de modo que la administración pública y el sector empresarial (esfuerzo de grandes y medianas empresas) no han podido resolver este reto.

Se suele etiquetar a la microempresa como una unidad productiva de subsistencia, y se le asocia con el sector informal de la economía del país, de modo que existe el prejuicio de considerarla como una etapa previa en el proceso de formalización y conversión a gran empresa. Diferentes tratadistas sostienen que el emprendimiento para la creación de las microempresas tiene su origen en la incapacidad de una nación para cubrir las necesidades de empleo formal de su población y como un componente de supervivencia (Ruiz, 2014).

Sea como fuere, la microempresa es la puerta abierta más cercana para la innovación individual y comunitaria, por lo tanto, contribuye a la competitividad de los países. Las microempresas utilizan con frecuencia el trabajo familiar y los factores de producción propios de la comunidad donde opera, poco capital, tecnología artesanal o intermedia y su

fuerza laboral generalmente es no cualificada en el trabajo cuyos conocimientos suelen ser intuitivos o empíricos.

En la actualidad, las familias acostumbran a cubrir sus necesidades con diversas fuentes de ingreso; por consiguiente, las personas suelen emprender diferentes negocios por lo general familiares para obtener un ingreso adicional que, en la mayoría de los casos, le permite a la familia realizarlo desde su propio hogar. Este tipo de negocios familiares puede llegar a ser el principal sustento de la familia y una ocupación de medio tiempo, sin embargo, de acuerdo con su crecimiento termina demandando mucho más tiempo. En conclusión, el origen de las empresas y las microempresas o negocios familiares tiene el mismo común denominador, esto es la creación de la propia fuente de ingreso personal o familiar.

En el Perú, como en cualquier otro país en pleno desarrollo, este fenómeno de creación de empresas, microempresas o negocios familiares es la norma; como un caso especial tenemos a la gran empresa privada, que se la considera familiar porque el poder y el control se transmite de generación en generación. Ejemplos en el país, son la Corporación Wong, Añaños, Romero, etc.

Por consiguiente, los conceptos de microempresa y empresa familiar coinciden entre sí, ya que podríamos referirnos a uno u otro indistintamente, por lo que es necesario conocer las condiciones y los factores que hacen que un negocio familiar muy pequeño pueda crecer hasta convertirse en una empresa exitosa capaz de reeditar ingentes ganancias y generar importantes cantidades de empleo decoroso a nivel formal. Razón por la cual, es importante el papel del propietario (ya sea microempresa o empresa familiar), como pionero o visionario de una idea que se materializa en la empresa. Esta es la figura del “empresario” que se constituye como una persona natural o jurídica, dueño de una unidad productiva, que de manera individual o asociada en función a sus inspiraciones particulares o compartidas y a sus facultades para hacer, crear y dirigir una organización, decide asumir el riesgo de perder con tal de ofrecer bienes o servicios a su comunidad y de esa manera satisfacer una necesidad o deseo actual, a cambio de una contraprestación económica. Por lo tanto, se debe caracterizar qué es una microempresa, así como qué es una empresa familiar, para aprehender ambos fenómenos de la realidad de manera objetiva y de esa forma poder lograr una clasificación o tipología de microempresa.

Para comprender el sector microempresarial peruano, es apropiado comenzar por caracterizar, como lo indica el art. 2 de la Ley 28015, la idea del término Mype: "La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios". Los tipos de contraste que se presentan con las multinacionales radica en primer término en el número de trabajadores; tienen un límite de gasto y un nivel de activos mucho más pequeños que aquellas grandes organizaciones. Una gran cantidad de estas tercerizan la realización de muchas de sus actividades puesto que no están listas para ello. Entre los atributos más significativos, como lo indica el art. 3 de la Ley 28015, destacan:

I. El número completo de trabajadores: Microempresa incorpora de 1 a 10 especialistas integrales. La empresa privada incorpora de 1 a 50 especialistas integrales:

Nivel de acuerdos anuales: microempresas hasta una medida más extrema de 150 unidades fiscales (UIT). Empresa independiente de la suma más extrema mostrada para microempresas y hasta 850 Unidades Tributarias (UIT).

En el Perú, las Mypes se pueden agrupar en tres niveles. El nivel primario está compuesto por organizaciones productivas que vienen a ser pequeñas y medianas empresas (PYME). Es decir, son aquellas organizaciones que tienen actividades comerciales realizadas desde un enfoque de puertas abiertas para la inversión del dinero y el autoconocimiento. Las variables que permitirían llegar a este nivel serían un acceso más notable a fuentes de financiamiento, un interés más destacado por sus productos o administraciones creadas, etc. El segundo nivel está integrado por empresas de producción simple, cuya característica es que los dueños tienen grandes expectativas sobre el desarrollo de la organización más adelante. El último nivel está compuesto por organizaciones de supervivencia, cuya gestión es deficiente para crear beneficios. Se podría afirmar que el funcionamiento de estas organizaciones se basa en el intercambio fundamentalmente ambulatorio.

Las Mypes asumen un trabajo importante en el desarrollo del Perú, ya que son nacionales y dinamizadoras del mercado. Sin tener en cuenta esto, las MYPE están restringidas en su mejora y formalización por la promulgación de gastos actual, que no les concede otra opción que el reconocimiento de los sistemas existentes, por ejemplo, El Régimen Simplificado Único (RUS) y el Régimen Especial de evaluación personal (RER).

Por el sistema principal, este incorpora el impuesto a la renta, el impuesto general a las ventas y el impuesto municipal de promoción. Las Mypes que están sujetas al RUS pueden emitir y transmitir para sus actividades ofertas de boletos, tiques o cintas emitidas con inscripciones de dinero que no permiten practicar el privilegio de crédito de impuestos o costos de refuerzo o costos con fines de evaluación. Es decir, las organizaciones no pueden permitir solicitudes, lo que constituye un impedimento, ya que los acuerdos con solicitudes se refieren al nivel más elevado de acuerdos completos. Esto se debe a que sus clientes son organizaciones que necesitan los cupones para ayudarlos con sus costos o gastos, y en este sentido tienen la opción de utilizar el crédito de impuestos del IGV. Por otra parte, la ventaja de la RUS es que reúne cada una de las tres evaluaciones en un gasto único, siendo muy baja la tasa de impuestos. El sistema posterior ha sido para las personas formales y legales, el legado unificado y las organizaciones conyugales que adquieren un pago de tercera clase; este sistema se basa en que los 11 ciudadanos que se benefician del RER pagarán un gasto del 1.5 por ciento de su ganancia neta mensual. Para tener un lugar en el RER, el pago anual no debe superar los S/. 525000, la estimación de los recursos fijos influenciados al movimiento, aparte de las propiedades y vehículos, no debe superar S/. 126,000, la medida reunida de adquisiciones cada año no debe superar los S/. 525,000 y la facultad influenciada por el movimiento no debe sobrepasar a 10 individuos por cada movimiento de trabajo. Esto habla de una dificultad en el avance de la intensidad, la formalización y la mejora de Mypes, ya que las organizaciones con más de 10 trabajadores no se incorporarán al RER, en este sentido, el Estado debe construir una estructura administrativa que promueva Mypes y, además, garantizar la coherencia con las pautas de su propia legislación, de modo que los costos de cambio, la tasa de impuestos y la sobrecarga de trabajo no detengan su formalización y desarrollo.

En la parte laboral de Mypes, la mayoría de la población pobre del territorio se ha visto obligada a crear sus propios tipos de entrada salarial, haciendo empleos y ocupaciones al enmarcar pequeñas unidades llamadas Mypes. El desarrollo vertiginoso de las ocupaciones en los Mypes ha creado una decadencia más notable de las condiciones donde los individuos acceden a los empleos. Del mismo modo, el negocio dado por Mypes, por regla general, es de baja calidad en cuanto a rentabilidad, salario y condiciones de trabajo. Sin duda, las Mypes contribuyen decididamente a la era de los negocios y, a pesar de que los hechos confirman que en múltiples ocasiones no lo produce en las condiciones correctas, calma el ritmo de

desempleo de la nación. De esta manera, como se puede encontrar en el esquema de abajo, las Mypes crean trabajo para el 62 por ciento de la fuerza laboral del Perú, mientras que las organizaciones medianas y grandes contribuyen solo con el 7 por ciento de ellos.

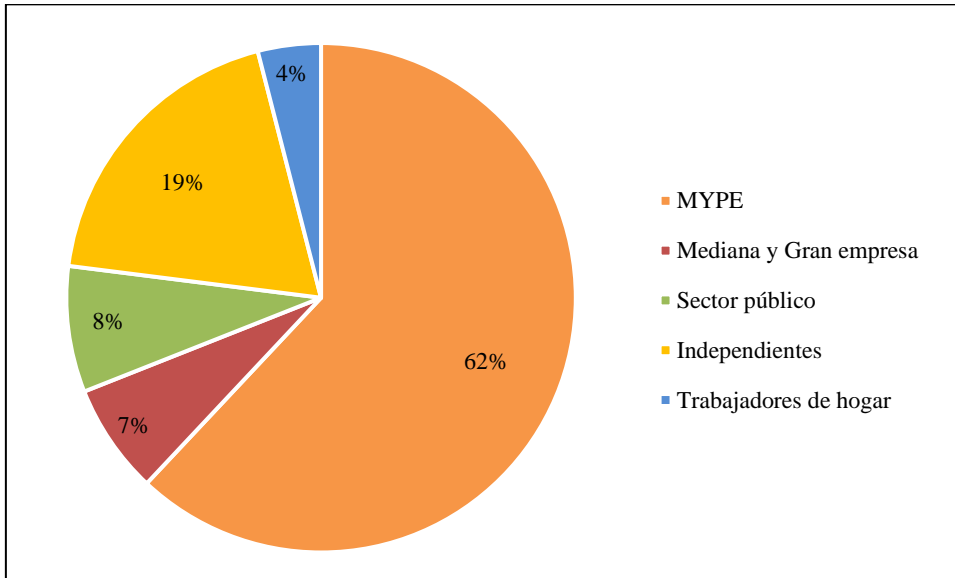


Figura 1: PEA- Empleo por Segmento Laboral.

Fuente: Ministerio de la producción (2018).

A través de la Ley sobre el avance de la intensidad, la formalización y la mejora de las microempresas y el acceso a negocios con una rentabilidad por encima del promedio, se controlan las relaciones entre los especialistas individuales y los jefes.

A través de esta norma legal y otras complementarias, se reglamenta el régimen laboral general o común aplicable en el Perú, cuyos beneficios se observan en la tabla inferior.

Tabla 1: Beneficios laborales para Mypes peruanas

Beneficios	Microempresa	Pequeña empresa
Remuneración	RMV (puede ser menor si lo acuerda el CNT)	RMV
Jornada	8 horas diarias	8 horas diarias
Descanso semanal	Mínimo de 24 horas consecutivas	Mínimo de 24 horas consecutivas
Feriatos	De acuerdo con la normativa común	De acuerdo con la normativa común
Vacaciones	Como mínimo 15 días calendario de descanso por cada año completo de servicio	Como mínimo 15 días calendario de descanso por cada año completo de servicio Se computa a razón de 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios, hasta alcanzar un mínimo de 90 remuneraciones diarias
CTS	No aplica	2 gratificaciones al año de medio sueldo cada una
Gratificaciones	No se aplica	Se rige en base al Decreto Legislativo N° 892
Utilidades	No se aplica	Es equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un máximo de 120 remuneraciones diarias
Despido injustificado	Es equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un máximo de 90 remuneraciones diarias	Se aplica la Ley de Relaciones colectivas de trabajo
Derecho colectivo	No llegan a número para formar organizaciones	

Fuente: Sociedad de comercio exterior del Perú.

El nuevo régimen Mypes podría materializarse en todo su efecto para los trabajadores que recientemente ingresaron al escaparate de trabajo o para las personas que han sido recientemente contratadas por una Mype. Una parte de la preocupación a la hora de hablar sobre la Ley fue la probabilidad de tergiversación por parte de las empresas, ya que podían aislar a sus organizaciones para obtener nuevas ventajas o dejar a los trabajadores poderosos para irse a aplicar un sistema de trabajo más bajo.

Frente a esto, el estándar establece que el sistema es apropiado para trabajos que están cerrados desde su entrada en el poder.

La globalización y las circunstancias actuales en Perú han producido una situación de dificultades extraordinarias para la creación y actividad de Mypes. Estas organizaciones enfrentan una progresión de confinamientos internos y externos, obtenidos de su escala limitada, participación débil y conexiones de esfuerzo escasamente coordinadas. Los factores que influyen en las Mypes son:

1. La informalidad: este problema es generado, en gran medida, por cuestiones tributarias, puesto que los trámites que se tienen que cumplir para formalizarse son engorrosos y no se obtiene ningún tipo de beneficio e incentivo fiscal.
2. Acceso al mercado: en la actualidad, uno de los medios para acceder a nuevos mercados es internet, si mediante dicho medio se solicita un pedido de enorme volumen, el Mype no podrá cumplir con dicho requerimiento, ya que todavía está trabajando exclusivamente, no está configurado para hacer arreglos de tal magnitud. Por ejemplo, en el caso del mercado extranjero, la oferta de las Mypes no será suficiente para la demanda de las empresas internacionales.
3. Acceso al financiamiento: el impedimento que poseen las Mypes para acceder a créditos para su financiamiento afecta directamente al aumento de su productividad y competitividad. En la actualidad, existe una gama de instituciones que atienden al sector Mype, por ejemplo, las cajas de crédito municipales y rurales, cooperativas de ahorro y crédito, bancos y Ed pymes. Sin embargo, estas instituciones responden sobre todo a las demandas de capital de trabajo; mientras que los requerimientos de inversión de largo plazo no tienen suficiente atención.
4. Limitadas capacidades gerenciales: los empresarios que asumen responsabilidades en la conducción de las empresas requieren facilidades especiales (horarios, localización) y métodos que tomen en cuenta sus competencias y limitaciones para lograr un mayor acceso a la capacitación, tanto técnica como empresarial.
5. Dificultad para acceder al conocimiento: la competitividad en el mercado actual y la entrada de empresas del extranjero, demanda que las Mypes y el resto de las compañías deban desarrollar productos innovadores. Con los Tratados de Libre Comercio que el Estado ha firmado con países como Estados Unidos, México, China y la Unión, europea, la demanda exige mayor innovación en los productos.

6. Marcas y patentes: La ausencia de innovación con licencia y el avance de las licencias es uno de los problemas de Mypes, muchos de ellos desean adquirir, legal o ilícitamente, marcas y logotipos de organizaciones nacionales y / o remotas. Sea como fuere, en caso de que construyeran sus propias marcas y licencias, crearían un incentivo más destacado para sus artículos y una capacidad de gestión más notable para sus organizaciones.

En nuestra nación, discutir el negocio textil alude al emporio de Gamarra. Esta es una unidad productiva y comercial beneficiosa para el país, pero se encuentra enfocado desde hace un tiempo significativo en la producción y despacho de vestimenta y se encuentra situada en la zona concurrida de La Victoria. Está hecho de varias fundaciones modernas y comerciales; alrededor del 1 por ciento son organizaciones medianas, el 8 por ciento de empresas independientes y el resto organizaciones de menor envergadura.

La característica principal del sector textil en Gamarra es la feroz competencia entre todas las empresas que pertenecen al clúster, lo que significa una presión fuerte a mantener los precios bajos. Fueron estos precios, lo que permitieron que el sector textil resistiera a la invasión de las confecciones provenientes de China, Corea, Taiwán, Vietnam e Indonesia; con la finalidad de dar a conocer mejor la situación real del sector y saber cuáles son las principales características, problemas y carencias de este, el equipo de investigación ha realizado numerosas entrevistas a Mypes textiles formales.

El número de Mypes textiles que exporta es muy bajo, lo que significa que hay dificultades para ello. Los resultados obtenidos en base a una elaboración propia por el equipo de investigación evidenciaron que el principal motivo por el que no pueden exportar es la falta de financiamiento. Es decir, las Mypes tienen problemas para acceder a un crédito, puesto que son percibidas como entidades de alto riesgo, por lo que los bancos prefieren desviar sus recursos a organizaciones de mayor tamaño que puedan cumplir con sus obligaciones. También, las Mypes tienen como obstáculo la falta de capacidad. El no contar con el suficiente activo para una producción masiva constituye una gran debilidad para el clúster.

Los resultados de la encuesta se pueden observar en el cuadro inferior.

Tabla 2: Número de Mypes según motivos para no exportación

Motivos	Nº Empresas	%
Falta de financiamiento	75	28%
Falta de organización	41	15%
Falta de capacitación	69	26%
Falta de capacidad	28	10%
Otros	79	29%
No sabe / No opina	82	30%
Total	374	

Fuente: Encuesta desarrollada por el Ministerio de la Producción (2018).

El gran reto de Gamarra es pasar de una estrategia defensiva frente a la competencia externa a una estrategia ofensiva de incursionar en las exportaciones y competir en los propios mercados mundiales. Para ello, los empresarios, tienen que vencer una de sus antiguas desventajas, el individualismo, que fue la base de la competencia salvaje, para dar lugar a la cooperación, la asociatividad.

A continuación, se desarrollarán algunas características que presentan las Mypes del sector textil.

1. Relaciones productivas: En la actualidad muchos de los empresarios de Gamarra han entendido a la especialización productiva como un mecanismo para elevar la productividad y las buenas conexiones entre ellos. Además de ello, no se debe perder de vista la existencia de mayor interés por estrategias de asociación entre pequeños empresarios para responder a nuevas demandas del mercado o a oportunidades productivas esporádicas que requieran de un tamaño determinado de empresa. En Gamarra, las Mypes son las que se encargan de abastecer la demanda en la zona. La articulación de las empresas de menor tamaño con las grandes empresas, especialmente las de confecciones, que no se ubican geográficamente dentro de este clúster, se presenta a través de la subcontratación estacional. Dicho término hace referencia a que existe en el mercado un pedido de producción hecho a una de las grandes empresas. Para poder hacer frente a tal situación, éstas subcontratan a pequeños empresarios para que produzcan, bajo parámetros de calidad y diseño determinado.

2. Tecnología: El sector textil en Gamarra no cuenta con un sistema que le permita promover el desarrollo tecnológico de sus unidades productivas. Mucha de la maquinaria es importada y si bien existen talleres y empresas de confecciones eficientes, esto se debe a la especialización y a la rutina técnica mas no a mejores condiciones de productividad Paralelamente, los esfuerzos de homologación de proveedores para que se logre incrementar la calidad de los productos y mejorar los procesos productivos, así como también reducir costos a través de una mayor especialización y eficiencia, mejorar la utilización de la capacidad instalada, entre otros, son nulos.
3. Demanda: La producción en Gamarra se destina mayormente al mercado interno. No se trata de productos de alta calidad, sino de productos de confección sencilla. Por esto, uno de los mayores nichos de mercado es el público de pocos ingresos.
4. Empresarialidad y normatividad. El apoyo gerencial es bastante limitado, tanto en su oferta como en resultados. Existen proyectos de apoyo de capacidad reducida y para grupos determinados; pero se carece de un plan integral que fortalezca las ventajas del sector textil en Gamarra. En la actualidad, se cuenta con un desarrollo empresarial bastante débil, hecho que puede evidenciarse en el alto grado de productores informales que se han aglomerado en la zona, así como al caos urbano existente. Los agentes que participan en el clúster no reconocen una acción estatal a favor de la formalización de las unidades productivas. Los empresarios están asociados en nueve organizaciones privadas, entre las que destacan la Coordinadora de Empresarios de Gamarra y la Federación de Empresarios de Gamarra del Perú (FEDEGA). La presencia paralela de un número importante de gremios es un indicio de disgregación entre los agentes. Esto se afirma debido a que cada gremio representa un sector empresarial. Determinado, en base a su actividad y tamaño empresarial, y no fomenta los lazos entre los agentes al interior de Gamarra.
5. Competencia cooperadora: Las prácticas asociativas no son comunes en el quehacer empresarial, esto por su poca difusión como estrategia de crecimiento, o por la aversión a la misma entre Mypes del mismo sector.
6. Logros y elementos críticos: El máximo logro de Gamarra es haberse posicionado como un foco comercial de gran dinamismo. La afluencia de clientes es bastante alta y fomenta la articulación entre los productores. En cuanto a carencias; la falta de niveles mínimos de calidad y volumen de producción, así

como la ausencia de mejoras en los diseños, son los elementos que traban el posible incremento del volumen de las exportaciones. Finalmente, los empresarios de Gamarra carecen de una actitud y un plan agresivo por la búsqueda de ventajas competitivas, al menos para el mercado local, frente a la mayor importación de productos asiáticos que empiezan a ser más demandados por su bajo precio.

Referente a las oportunidades para las Mypes textiles en Gamarra, se tiene que una de las más importantes acciones que tomó el Estado Peruano para impulsar el desarrollo del emporio de Gamarra fue presentada el día 22 de mayo del año 2014, por el presidente de la República Ollanta Humala, la Primera Dama Nadine Heredia y la ex ministra de la Producción Gladys Triviño. El objetivo de esta acción es potenciar el desarrollo del emporio y destacar su importancia como centro textil y comercial para convertirla en la más importante de América Latina. Esto se planea realizar a través de un modelo de intervención multisectorial basada en cuatro componentes: calidad empresarial, calidad del producto, calidad del entorno y visibilidad en mercado interno y externo. Para ello se va a contar con la participación de diversas carteras ministeriales como son: Producción, Trabajo y Promoción del Empleo, Salud, Mujer, Energía y Minas, y Desarrollo e Inclusión Social. Por otro lado, se desarrolló un concurso denominado Gamarra produce.

Este evento se realizó el día 18 de junio del 2014. Asistieron los empresarios del centro comercial de Gamarra quienes expusieron sus marcas en el mundo de la moda. Esta competencia tuvo como objetivo mostrar la creatividad, productividad, calidad, talento e innovación de los micros y pequeños empresarios, en cuatro categorías. A los primeros 20 finalistas del concurso se les otorgó grandes premios, además de una certificación y evaluación de sus empresas por un valor superior a los 15 mil soles. Los grandes ganadores obtuvieron la oportunidad de participar en diversas ferias de talla internacional, donde mostraron sus productos al mercado. Dicho concurso premió a los más destacados confeccionistas y textiles del emporio extranjero. Esta fue una gran oportunidad para las Mypes textiles de Gamarra quienes pudieron recibir capacitación y asesoría de importantes personalidades e instituciones.

Referente a la seguridad y salud ocupacional en las Mypes textiles de Gamarra, se tiene que dicha seguridad y salud en el trabajo es uno de los aspectos más importantes de la actividad

laboral. El trabajo sin medidas de bienestar adecuadas puede causar problemas importantes para el bienestar y la confiabilidad de las personas y las oficinas de la planta. En este sentido, a la seguridad no se le presta atención como debería, lo que puede provocar problemas importantes para los trabajadores y los empresarios. Según la encuesta, la importancia que los empresarios le otorgan al tema de seguridad y salud ocupacional es de un 95 por ciento del total encuestado. En la realidad, este resultado no va de la mano con las actividades de prevención que se deberían realizar, ya que dichas actividades son casi nulas.

2.2.4. Centro comercial Gamarra

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012), Gamarra es un centro comercial e industrial del rubro textil el cual se localiza en el distrito de la Victoria en Lima, Perú. En este centro comercial se puede encontrar 20 mil reservas de materiales de tiendas de cargadores, productores de materiales, trabajadores contractuales y proveedores de materiales. Gamarra presenta un aumento extraordinario en el que se puede encontrar una increíble variedad de organizaciones materiales, desde microempresarios hasta grandes corporaciones, brindando una gama de opciones para los consumidores finales o empresarios.

Para Ponce (1994), este conglomerado comercial tuvo sus inicios en la década de los 50's cuando comenzaron a aparecer pequeños talleres y fábricas establecidas por comerciantes que aprendieron el negocio textil en su trabajo como operadores en fábricas textiles. A partir de 1972, Gamarra comienza a crecer gracias a la protección que el estado brindó a la industria nacional. En la actualidad, este emporio comercial es el principal conglomerado del sector textil en el que se realizan actividades de comercialización y confección.

- El producto, El producto ha ido mejorando desde sus inicios gracias a la gran competencia que ha tenido Gamarra, también a la vinculación de las empresas del emporio con el mercado externo. Además, las condiciones actuales del mercado exigen mejoras en la calidad de los productos textiles, la estandarización de procesos productivos, y la mejora de procesos.
- El Precio. Este emporio comercial cuenta con los mejores precios y ofertas del mercado textil por lo que es el mercado más concurrido a nivel nacional. Por consiguiente, la competencia está orientada a la reducción de precios.

- Promoción. Las estrategias de promoción que utilizan son diversas, entre la cuales se encuentran: elaboración de ferias, creación de marcas, agrupar a los productores, los llamados “jaladores” encargados de atraer clientes desde la calle, distribución de volantes y la promoción hecha por los propios clientes.
- Distribución. Los establecimientos ubicados en Gamarra funcionan como puntos de ventas. Estos establecimientos están organizados en redes de comerciantes ya sea formales o informales encargados de distribuir las prendas.
- Clientes y Proveedores. Para “El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo”, la gran mayoría de productos textiles elaborados en Gamarra están orientados al mercado interno, siendo los consumidores personas de todos los niveles socioeconómicos concentrados en su mayoría en los sectores C y D. También son consumidores comerciantes de provincias, comerciantes ambulantes, tiendas comerciales, empresas de producción y servicios, entre otros. Además, podemos encontrar a clientes potenciales localizados generalmente en el extranjero siendo el principal consumidor Estados Unidos.

Por lo cual, grandes empresas se encuentran analizando la posibilidad de elaborar estrategias con microempresarios textiles para atender la gran demanda del país norteamericano.

Con respecto a los proveedores, existen en gran variedad atendiendo ofertas de las empresas manufactureras, servicios y comercializadoras de Gamarra, por ejemplo: proveedores de insumos para confeccionistas, proveedores de servicios de teñidos, proveedores de servicio de remalle, proveedores de servicio de diseño y acabados, entre otros.

- Competidores. Entre los principales competidores se encuentran las galerías y boutiques de los distintos distritos de Lima, como son: Jesús María, Magdalena, Polvos Azules, Polvos Rosados, entre otros. Los cuales son una gran competencia por los precios bajos de sus productos. También, entre sus competidores se encuentran las tiendas por departamento de “Saga Falabella” y “Ripley” las cuales son una gran competencia cuando lanzan sus promociones por temporada, además, de abastecerse con productos a precios bajos provenientes de China.

III. METODOLOGÍA

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis principal

La gestión empresarial facilita el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

3.1.2. Hipótesis secundarias

- a. El proceso de gestión empresarial facilita la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.
- b. Las estrategias de gestión empresarial facilitan la ecoefectividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.
- c. La toma de decisiones empresariales facilita la mejora continua de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.
- d. Las metas, objetivos y misión empresarial facilitan la competitividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

3.2. Tipo de investigación

El tipo de estudio es explicativa y descriptiva.

Es explicativa porque tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que encuentra las causas de este.

La investigación es descriptiva porque especifica en forma exacta las actividades, procedimientos y personas asociadas con el negocio de la gestión y la mejora sostenible en

las organizaciones de escala miniaturizada del territorio comercial de Gamarra en Lima Metropolitana. Su objetivo no se limita a la recopilación de información, sino a la expectativa y la prueba distintiva de las conexiones que existen entre los dos factores. No se realizó un arreglo menor de información, sin embargo, esta se recopiló en base a una hipótesis, los datos se descubrieron y se resumieron con cautela y luego se examinaron deliberadamente los resultados, para separar las especulaciones críticas que se sumaron al aprendizaje.

3.3. Diseño

El diseño fue el plan o estrategia que se desarrolló para obtener los datos que el examen ha requerido. El plan para conectar con la realidad fue el no experimental.

El diseño no experimental es definido como la investigación que se completó sin manipular deliberadamente la gestión empresarial y el desarrollo sostenible en las microempresas de menor escala del negocio de materiales Gamarra de Lima Metropolitana.

En este diseño se observa la gestión empresarial y el desarrollo sostenible en las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana tal y como se dieron en su entorno normal, después de lo cual se examinaron y obtuvieron los resultados comparativos.

3.4. Técnicas e Instrumentos

Las técnicas que se utilizaron en la investigación fueron las siguientes:

- a. Encuestas:** Se conectaron con el personal de ejemplo para obtener respuestas en relación con los negocios, la junta y la mejora económica en los esfuerzos a pequeña escala de la división de negocios de materiales de Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.
- b. Toma de información:** Se conectaron para tomar datos de libros, escritos, estándares y diferentes fuentes de datos identificados con los ejecutivos de negocios y la mejora sostenible en empresas en escala miniaturizada del área de negocios de materiales de Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

- c. Análisis documental:** Se utilizaron para analizar la importancia de los datos que se consideraron para el trabajo de investigación, identificados con los ejecutivos de negocios y el avance sustentable en las organizaciones de pequeña escala del área de negocios de materiales de Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. Los instrumentos que se utilizaron en la investigación fueron los cuestionarios, fichas de encuesta y Guías de análisis.
- d. Cuestionarios:** Estos informes se utilizaron para presentar consultas cerradas sobre los negocios de los ejecutivos y el avance práctico en empresas de menor escala en el área comercial de materiales de Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. La naturaleza cerrada se debe al breve lapso accesible para que los encuestados reaccionen al examen. También contendrá un cuadro de reacción con las opciones de comparación.
- e. Fichas bibliográficas:** Se utilizaron para explicar libros, escritos, revistas, estándares y todas las fuentes comparativas de datos sobre negocios de los ejecutivos y la mejora práctica en los esfuerzos a escala miniaturizada del área comercial de materiales de Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.
- f. Guías de análisis documental:** Se utilizaron como una guía para tener los datos que realmente se considerarán en la exploración de la junta directiva y la mejora manejable en los esfuerzos a pequeña escala del área de negocios de materiales de Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población de la investigación estuvo conformada por 10,215 personas relacionadas con las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.

3.5.2. Muestra

La muestra está conformada por 370 personas relacionadas con las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.

Para definir el tamaño de la muestra se ha utilizado el método probabilístico y aplicando la fórmula generalmente aceptada para poblaciones menores de 100,000.

Formula:

$$n = \frac{(p.q)Z^2.N}{(E)^2 (N - 1) + (p.q)Z^2}$$

Donde:

- n: Es el tamaño de ejemplo a considerar para el trabajo de campo. La variable a calcular.
- P y q: Representa la probabilidad de que la población sea o no sea incluida en el ejemplo. Según el precepto, cuando esta probabilidad no se conoce mediante exámenes de hechos, se espera que p y q tengan la estimación de 0.5 cada uno.
- Z: Representa las unidades de desviación estándar que en la curva ordinaria caracterizan una probabilidad de error = 0.05, que es proporcional a un 95% de certeza provisional en el indicador de ejemplo, posteriormente el valor $Z = 1.96$
- N: La población completa. En este caso 10,215 personas, considerando solo las personas que pueden dar datos importantes para el examen.
- E: Representa el error estándar de la estimación. En este caso se tomará 5.00%.

Sustituyendo:

$$n = (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2 \times 10,215) / (((0.05)^2 \times 10,214) + (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2))$$

$$\mathbf{n = 370}$$

3.6. Operacionalización de las variables de la Investigación

Tabla 3: Operacionalización de las variables e indicadores

VARIABLES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	NR DE ITEM	RELACIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE X. GESTIÓN EMPRESARIAL	X.1. Proceso de gestión empresarial	Alto, Medio, Bajo	2	
	X.2. Estrategias de gestión empresarial	Alto, Medio, Bajo	2	
	X.3. Toma de decisiones empresariales	Alto, Medio, Bajo	2	
	X.4. Metas, objetivos y misión empresarial	Alto, Medio, Bajo	3	
VARIABLE DEPENDIENTE Y. DESARROLLO SOSTENIBLE EMPRESARIAL	Y.1. Ecoeficiencia empresarial	Alto, Medio, Bajo	3	
	Y.2. Ecoefectividad empresarial	Alto, Medio, Bajo	4	
	Y.3. Mejora continua	Alto, Medio, Bajo	2	
	Y.4. Competitividad empresarial	Alto, Medio, Bajo	1	
	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	NR DE ITEM	X- Y- Z X.1., Y., Z X.2., Y., Z X.3., Y., Z X.4., Y., Z
	X.1. Proceso de gestión empresarial	Alto, Medio, Bajo	2	
	X.2. Estrategias de gestión empresarial	Alto, Medio, Bajo	2	
	X.3. Toma de decisiones empresariales	Alto, Medio, Bajo	2	
X.4. Metas, objetivos y misión empresarial	Alto, Medio, Bajo	3		
Y.1. Ecoeficiencia empresarial	Alto, Medio, Bajo	3		
Y.2. Ecoefectividad empresarial	Alto, Medio, Bajo	4		
Y.3. Mejora continua	Alto, Medio, Bajo	2		
Y.4. Competitividad empresarial	Alto, Medio, Bajo	1		

Fuente: Modelo de investigación desarrollado.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de la investigación

Tabla 4: *Resultados de la encuesta para la hipótesis general*

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	241	65.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	129	35.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado apoya el modelo de investigación desarrollado; dado que el 65 por ciento de los encuestados reconoce que la gestión empresarial de los ejecutivos podrá facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

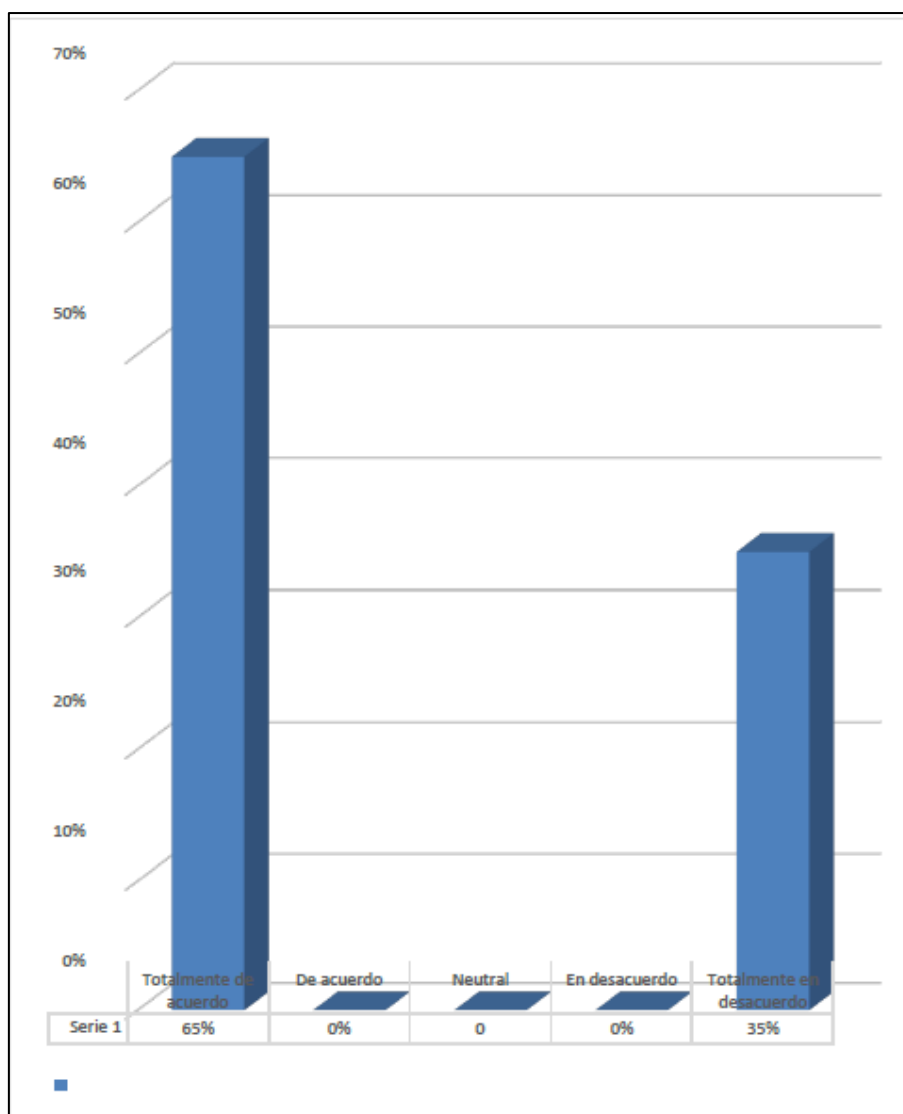


Figura 2: Resultados de la encuesta para la hipótesis general.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número uno.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	252	68.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	118	32.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado apoya el modelo de investigación desarrollado; dado que el 68 por ciento de los encuestados reconoce que el proceso de gestión empresarial podrá facilitar la ecoeficiencia empresarial mediante el avance práctico de los esfuerzos de menor escala en la división comercial de materiales de Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

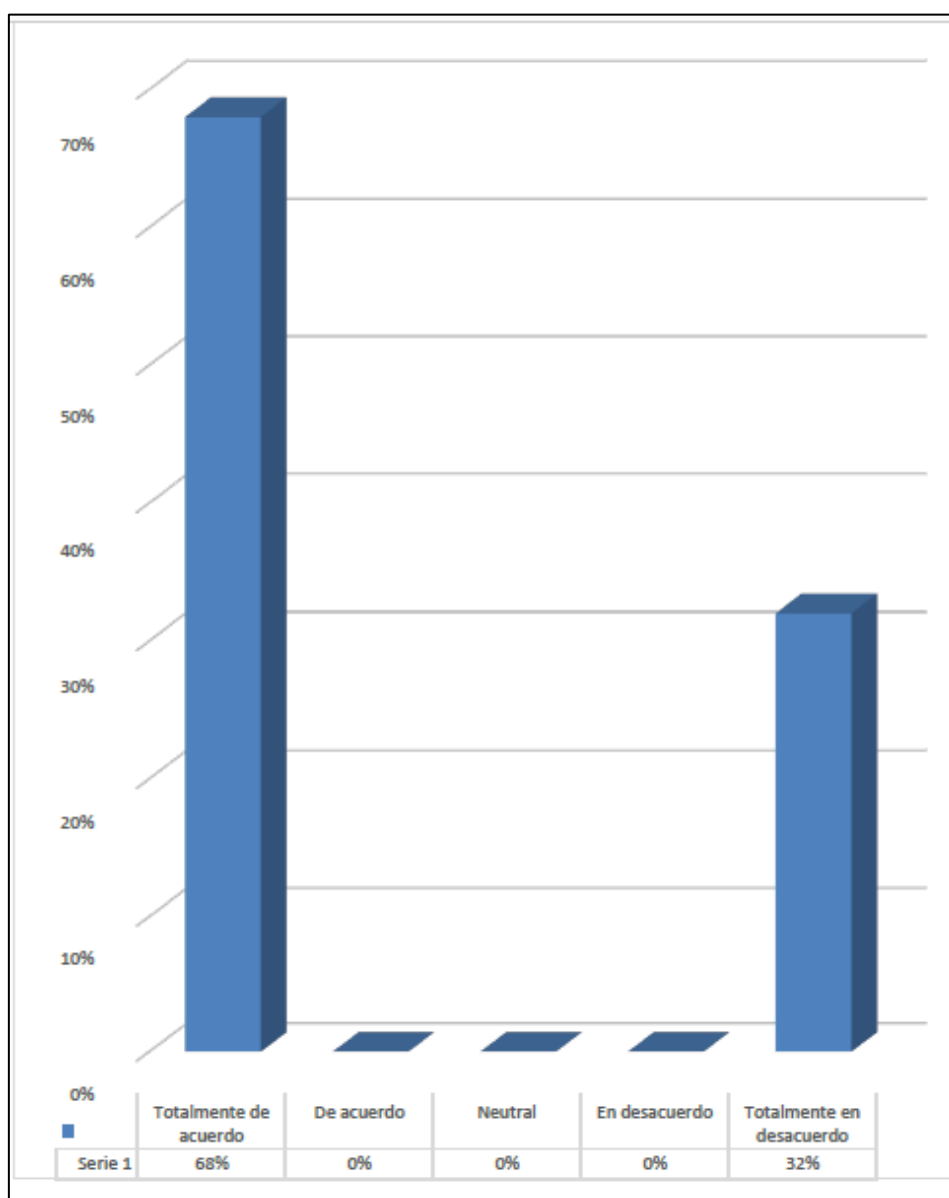


Figura 3: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número uno.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número dos.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	237	64.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	133	36.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 64 por ciento de los encuestados acepta que las estrategias de gestión empresarial podrán facilitar la eco-efectividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

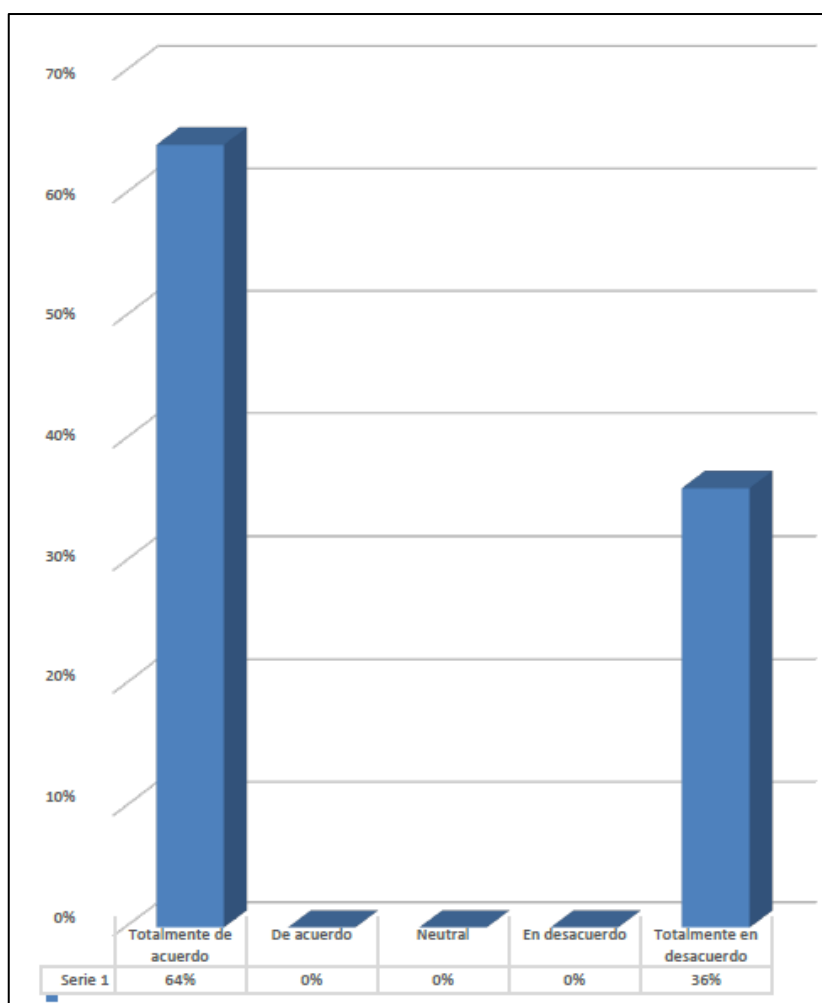


Figura 4: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número dos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número tres.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	241	65.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	129	35.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 65 por ciento de los encuestados acepta que la toma de decisiones empresariales podrá facilitar la mejora continua de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

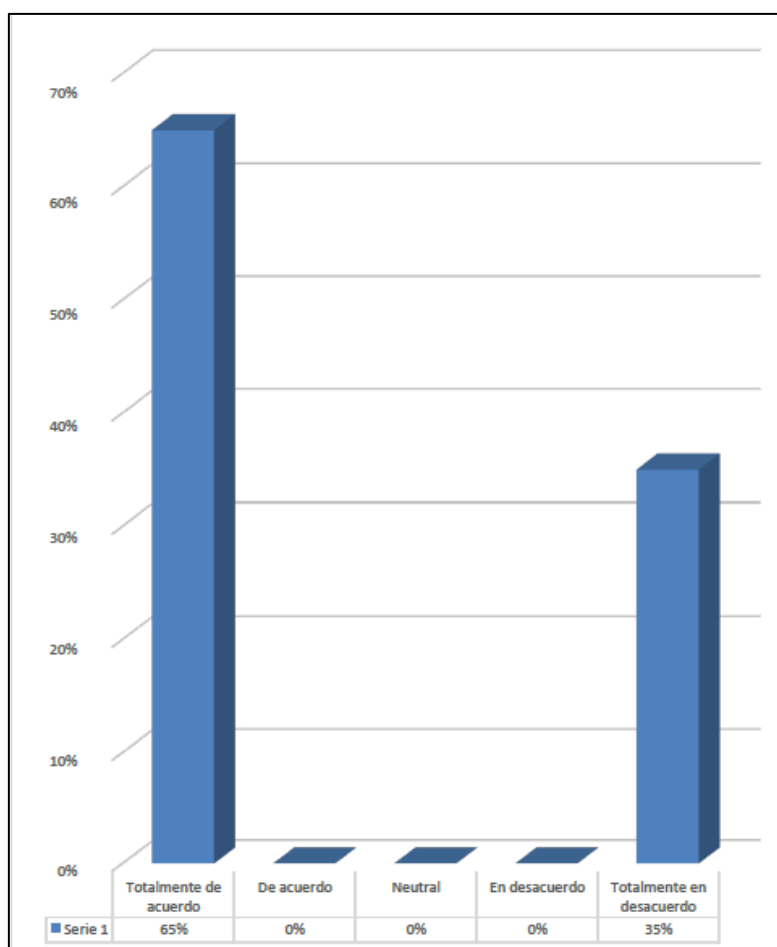


Figura 5: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número tres.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8: Resultados de la encuesta para la hipótesis secundaria número 4

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	281	76.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	89	24.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 76 por ciento de los encuestados acepta que las metas, objetivos y misión empresarial podrán facilitar la competitividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

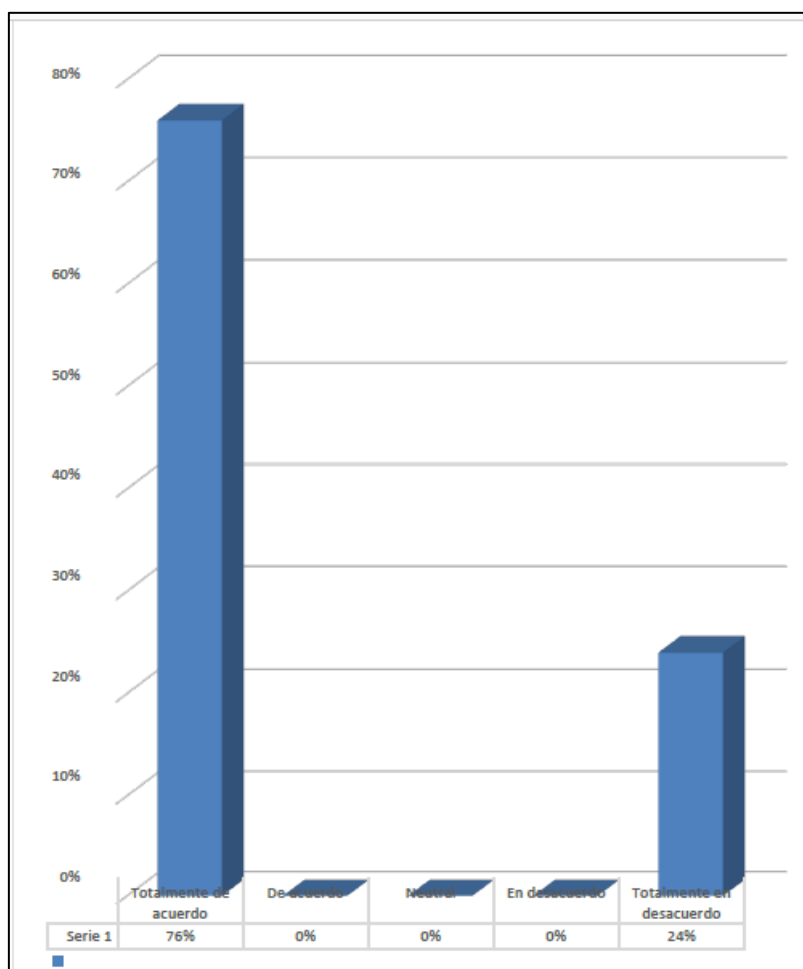


Figura 6: Resultados de la Encuesta para la Hipótesis Secundaria Número Cuatro.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9: Resultados de la encuesta para el indicador X 1

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	285	77.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	85	23.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación. Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 77 por ciento de los encuestados acepta que el proceso de gestión empresarial consistente en la planeación, organización, dirección, coordinación y control de los recursos y actividades podrá facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

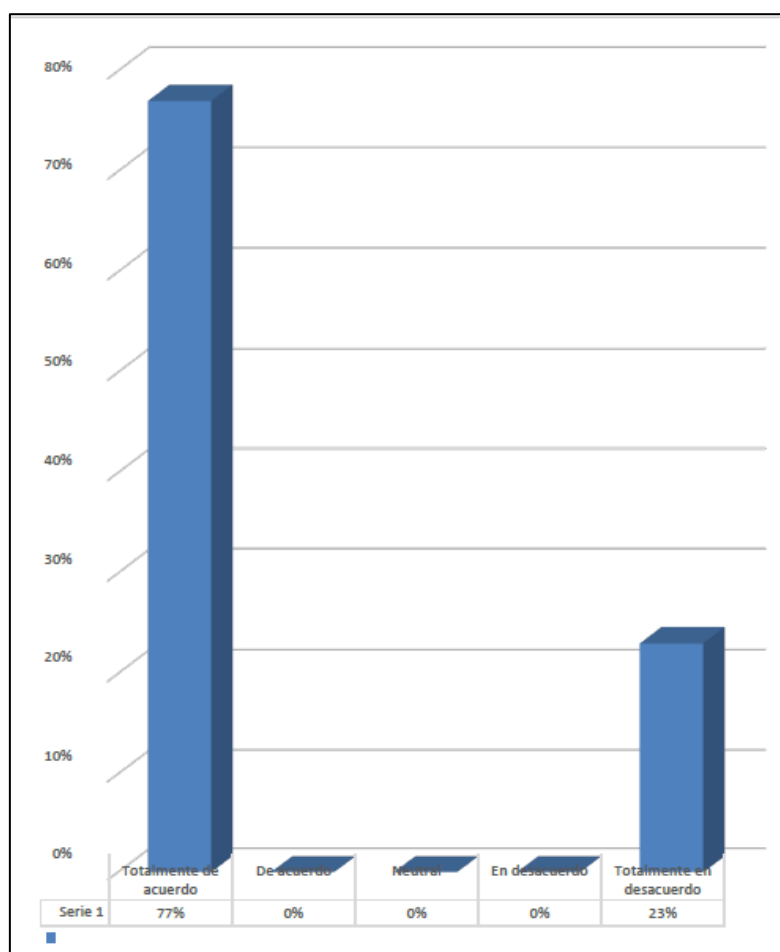


Figura 7: Resultados de la encuesta para el indicador X 1.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10: Resultados de la encuesta para el indicador X 2.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	289	78.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	81	22.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 78 por ciento de los encuestados acepta que las estrategias de gestión empresarial son las acciones que permitirán plasmar las políticas y contribuir al desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

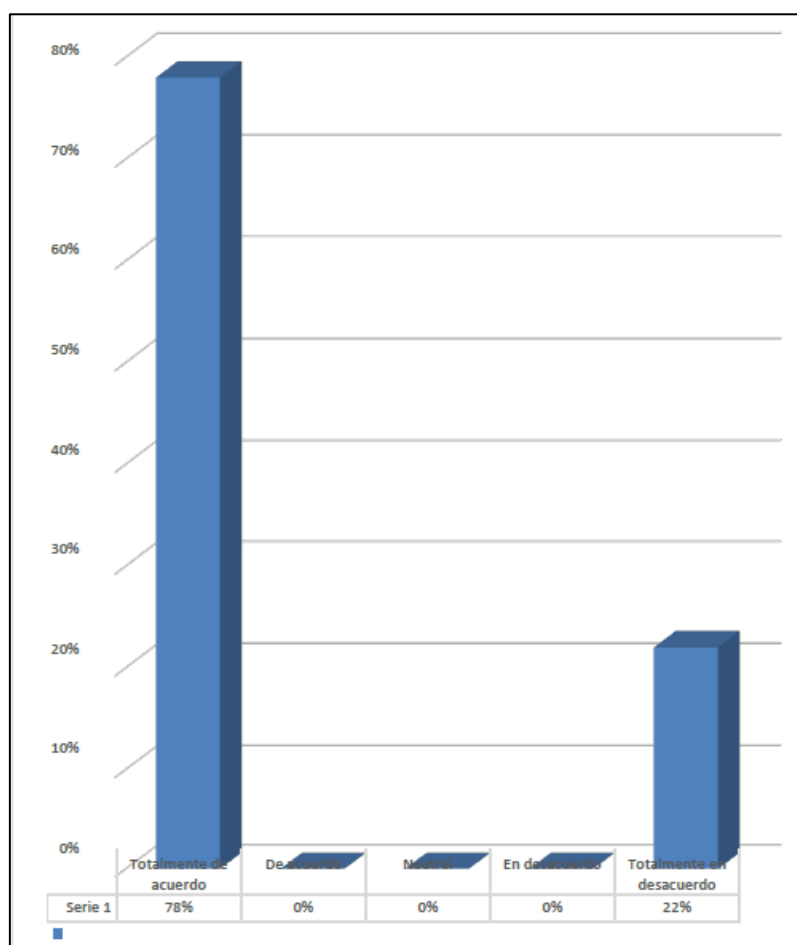


Figura 8: Resultados de la encuesta para el indicador X 2.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11: Resultados de la encuesta para el indicador X 3.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	248	67.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	122	33.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación. Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 67 por ciento de los encuestados acepta que la toma de decisiones empresariales consiste en seleccionar entre varias opciones, la más adecuada para facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

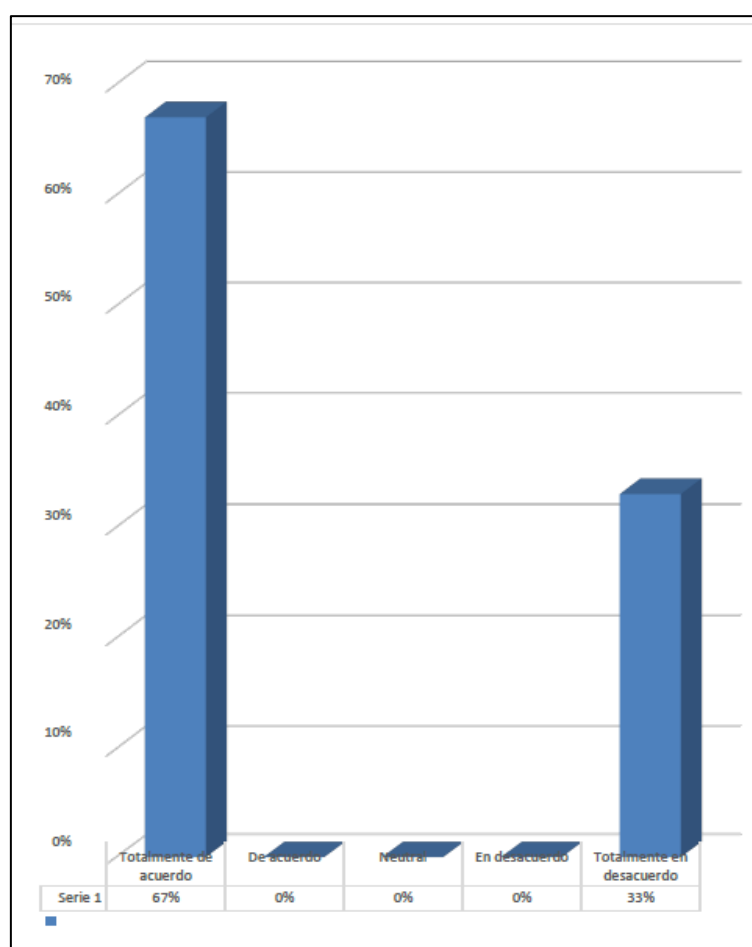


Figura 9: Resultados de la encuesta para el indicador X 3.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12: Resultados de la encuesta para el indicador X 4

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	207	56.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	163	44.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 56 por ciento de los encuestados acepta que las metas y objetivos empresariales sobre inversiones, deudas, ventas, costos, gastos y resultados tienen que lograrse para que se pueda contribuir con el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

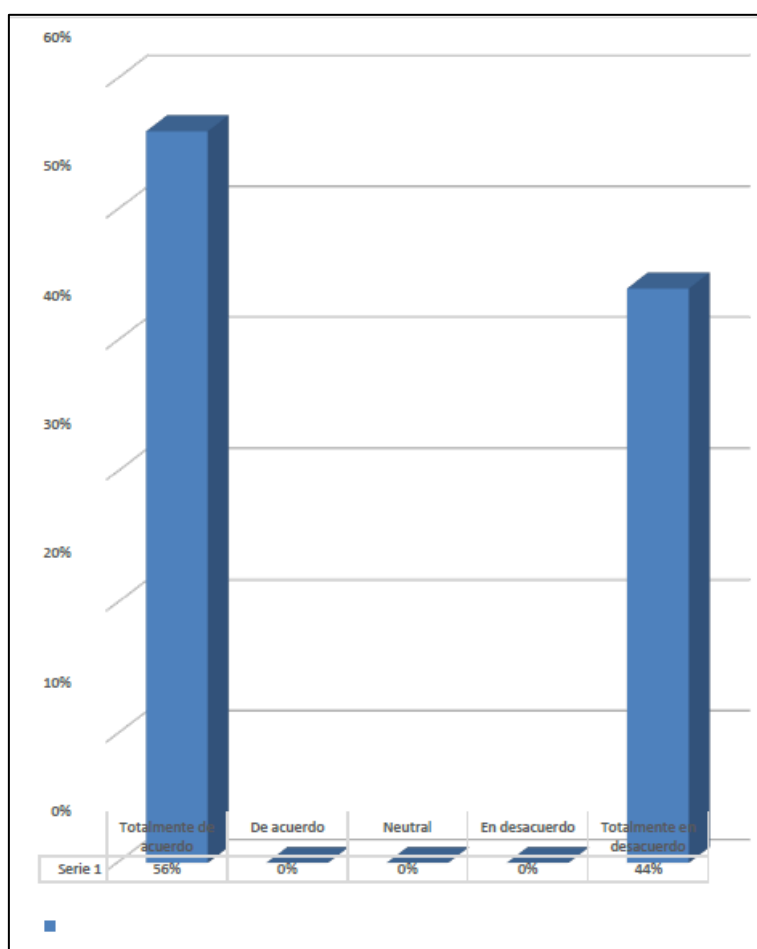


Figura 10: Resultados de la encuesta para el indicador X 4.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13: Resultados de la encuesta para la misión empresarial.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	211	57.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	159	43.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación. Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 57 por ciento de los encuestados acepta que la misión empresarial es la razón de ser de las organizaciones, por tanto, los responsables deben desarrollar todos sus esfuerzos para lograrlo; solo así se puede contribuir al desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

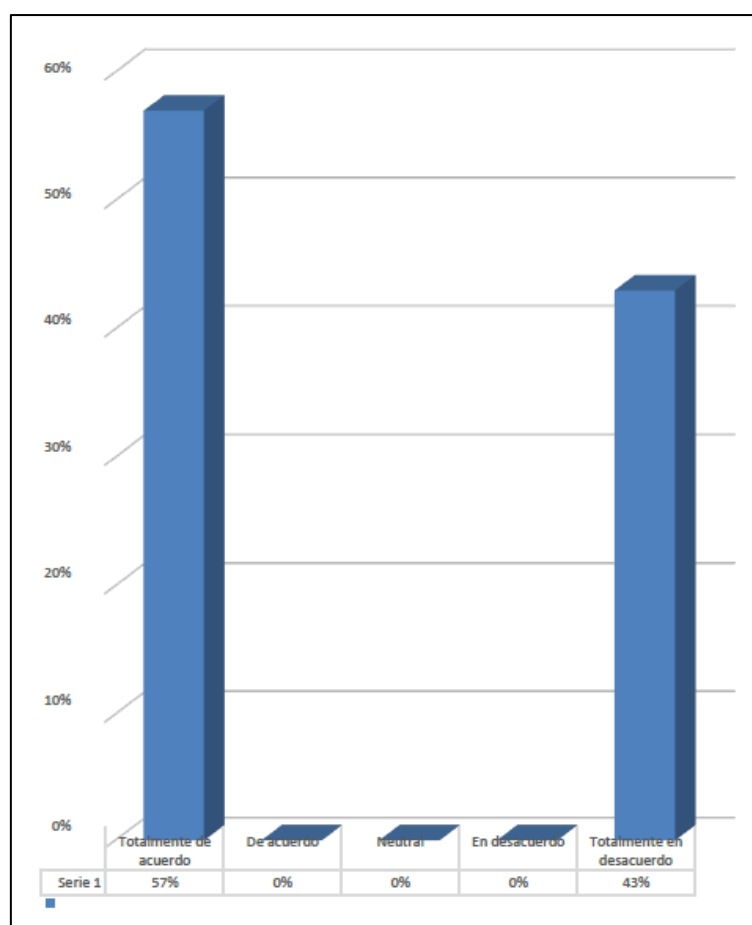


Figura 11: Resultados de la encuesta para la misión empresarial.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14: Resultados de la encuesta para el indicador Y 1.

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	222	60.00
2	De acuerdo	00	00.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	148	40.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 60 por ciento de los encuestados acepta que la ecoeficiencia empresarial es una estrategia de gestión empresarial que permite el uso eficiente de recursos sin afectar la calidad de los procesos o servicios que brindan las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

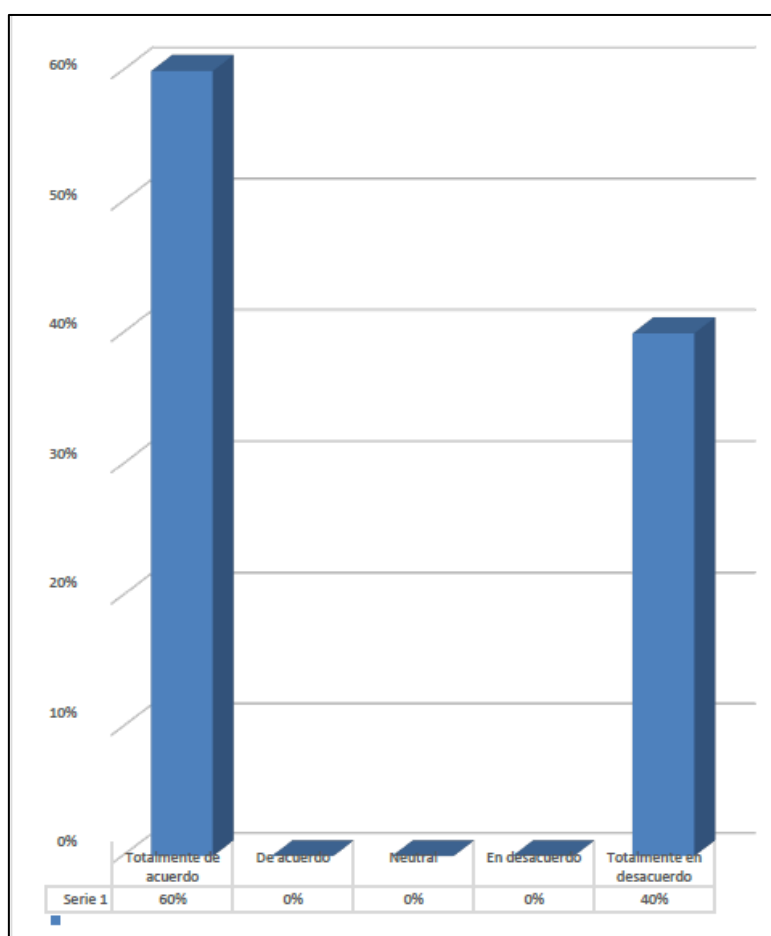


Figura 12: Resultados de la Encuesta para el Indicador Y 1.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15: Resultados de la encuesta para el indicador Y 1 y sus implicancias

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	263	71.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	0.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	107	29.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 71 por ciento de los encuestados acepta que la ecoeficiencia empresarial implica realizar una gestión empresarial eficiente, reduciendo el consumo de recursos materiales y minimizando el impacto en el ambiente. De esta manera, se aporta al cuidado del ambiente, a la reducción del impacto del cambio climático, al logro de ahorros económicos significativos y a la mejora de la calidad del servicio y competitividad de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

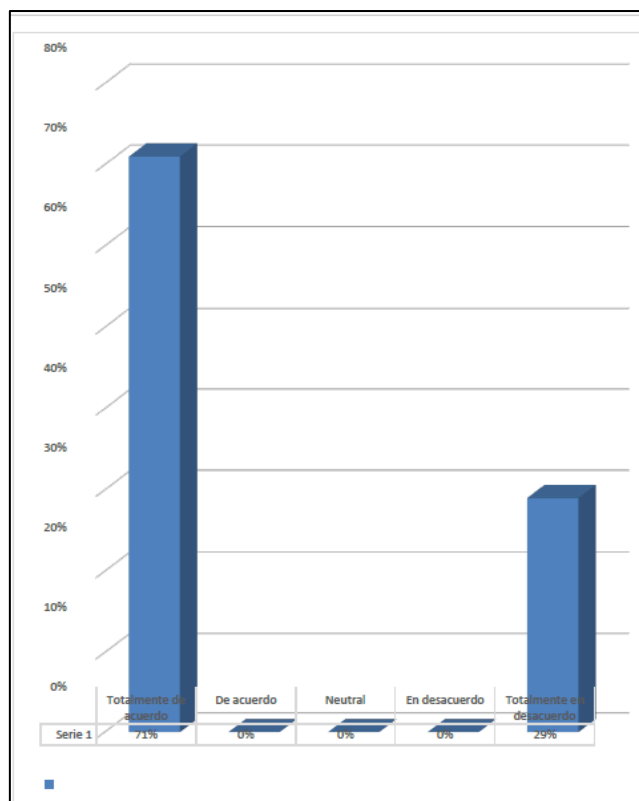


Figura 13: Resultados de la encuesta para el indicador Y 1 y sus implicancias.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: Resultados de la encuesta para la ecoeficiencia institucional

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	278	75.00
2	De acuerdo	00	00.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	92	25.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 75 por ciento de los encuestados acepta que la ecoeficiencia institucional tiene el compromiso de fomentar una nueva cultura de uso eficiente de energía, papel, agua, combustible y materiales de oficina, recursos que tienen la potencialidad de representar un ahorro importante para las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

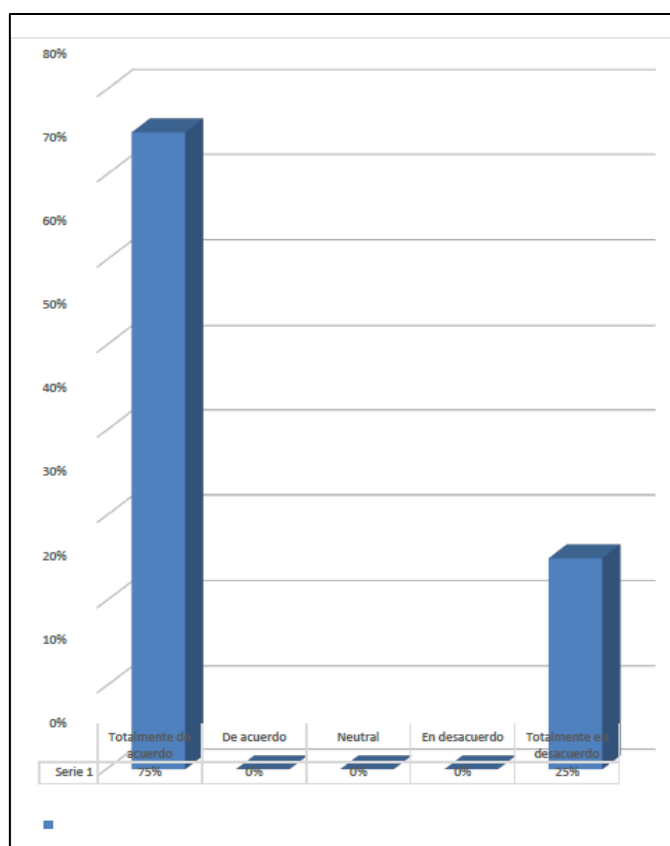


Figura 14: Resultados de la encuesta para la ecoeficiencia institucional.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17: Resultados de la encuesta para el indicador Y 2

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	289	78.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	81	22.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 78 por ciento de los encuestados acepta que la eco-efectividad consiste en lograr las metas y objetivos en el cuidado del ambiente, la reducción del impacto del cambio climático, los ahorros económicos significativos de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

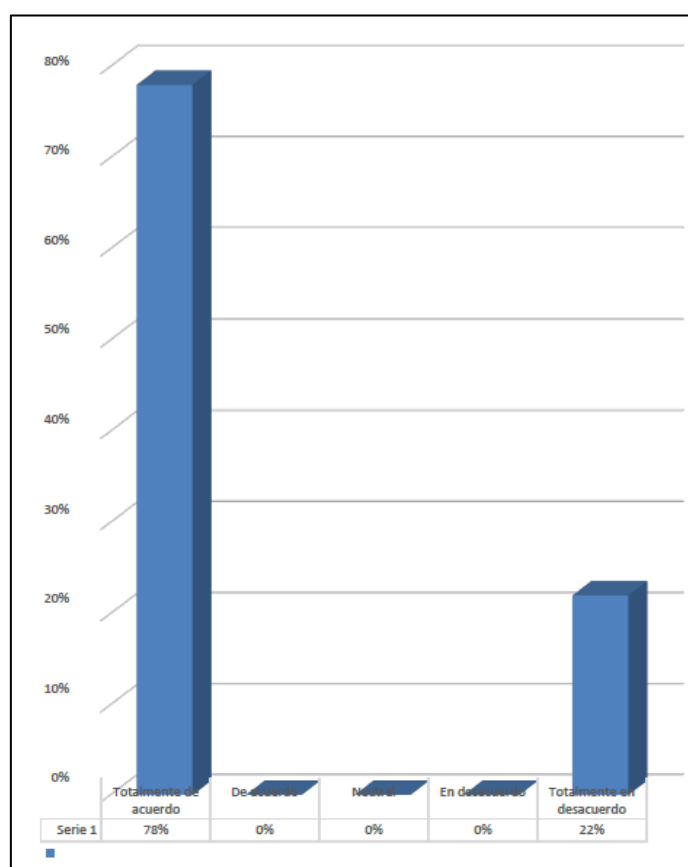


Figura 15: Resultados de la encuesta para el indicador Y 2.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18: Resultados de la encuesta para el indicador Y 2 y sus implicancias

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	289	78.00
2	De acuerdo	00	00.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	81	22.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 78 por ciento de los encuestados acepta que la eco-efectividad empresarial implica lograr las metas y objetivos en la mejora de la calidad del servicio y competitividad en el marco del desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

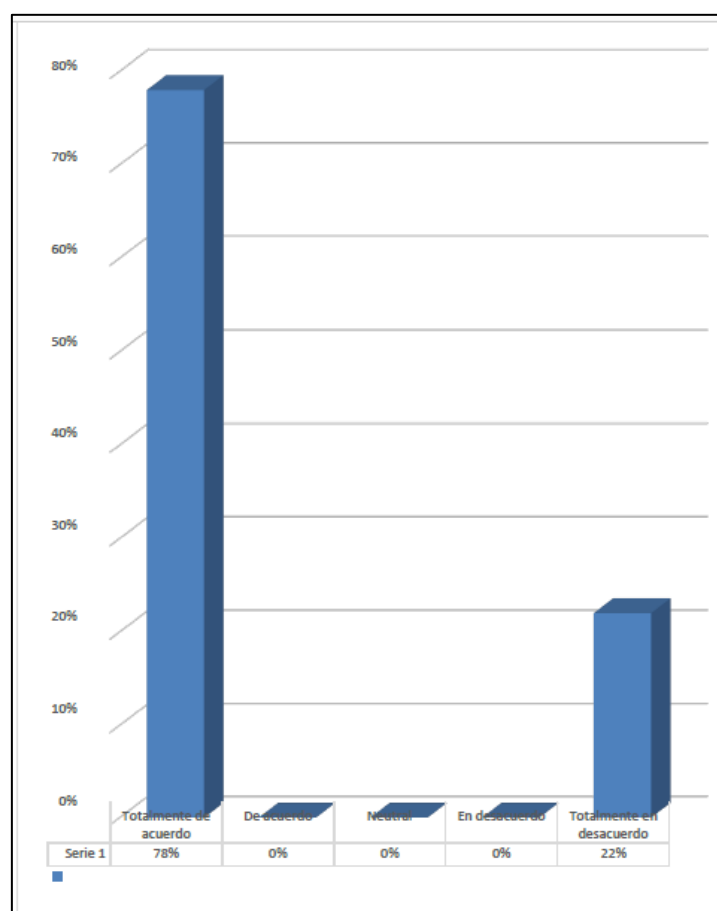


Figura 16: Resultados de la encuesta para el indicador Y 2 y sus implicancias.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19: Resultados de la encuesta para las acciones de reciclaje y de durabilidad

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	207	56.00
2	De acuerdo	00	0.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	163	44.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 56 por ciento de los encuestados acepta que resultará adecuado realizar acciones de reciclaje y de durabilidad de los productos en las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

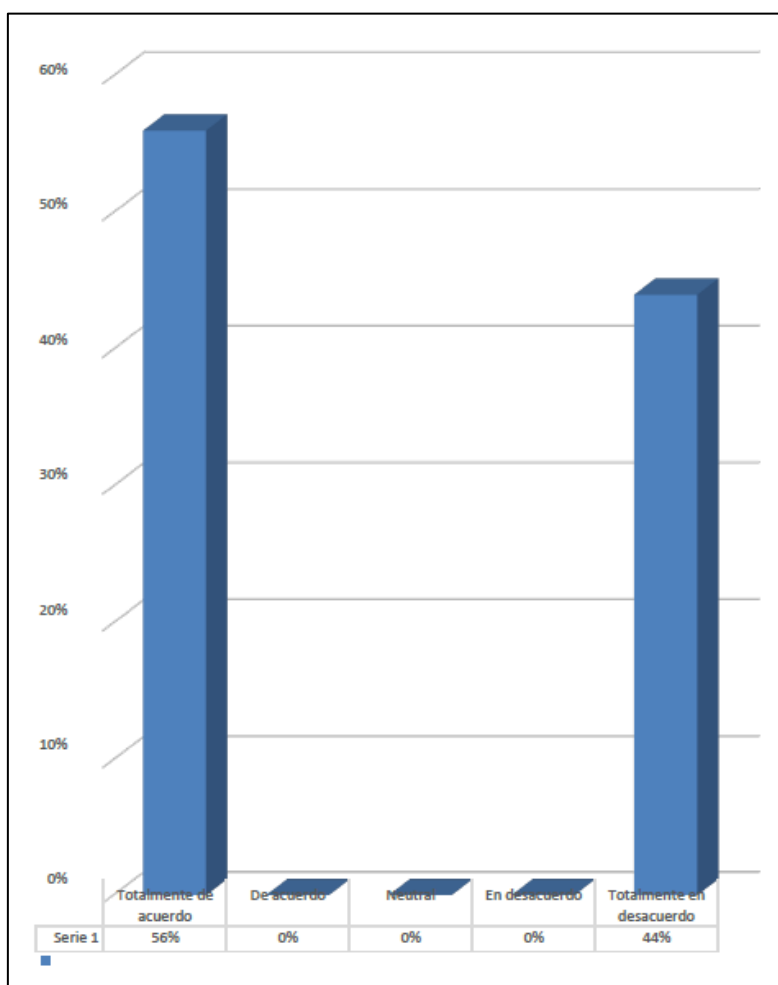


Figura 17: Resultados de la Encuesta para las Acciones de Reciclaje y de Durabilidad.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20: Resultados de la encuesta para el proceso de comercialización

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	200	54.00
2	De acuerdo	00	00.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	170	46.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 54 por ciento de los encuestados acepta que es posible que el proceso de comercialización de bienes en las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana, tenga impacto sobre el medioambiente.

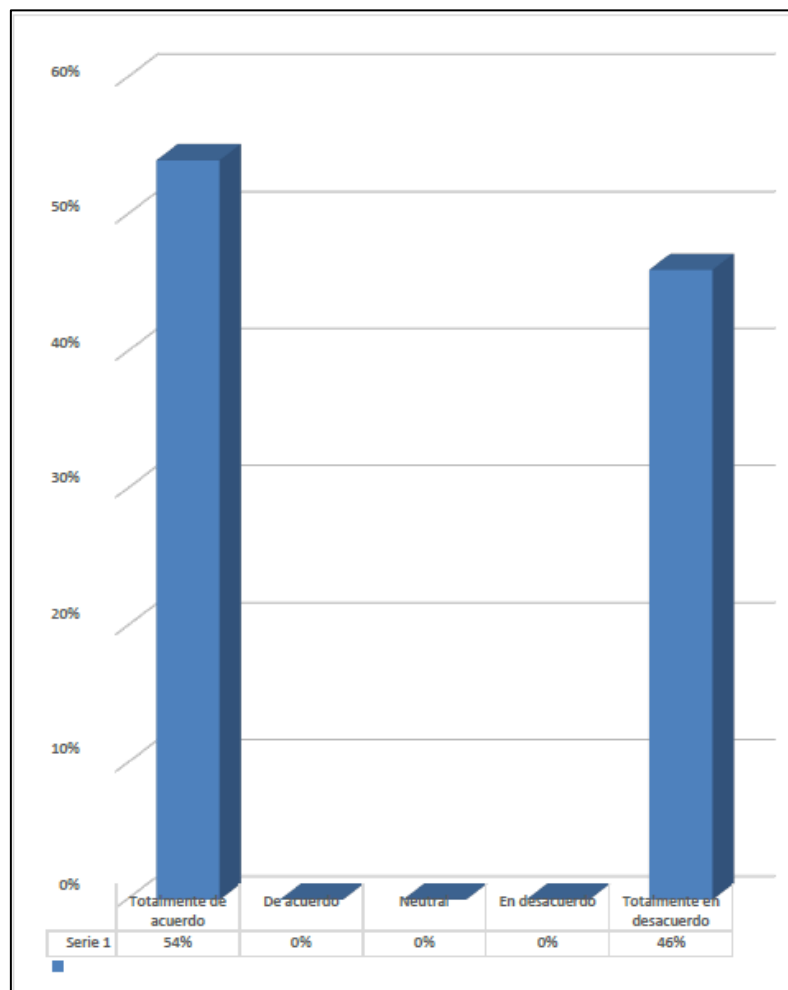


Figura 18: Resultados de la encuesta para el proceso de comercialización.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21: Resultados de la encuesta para el indicador Y 3

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	241	65.00
2	De acuerdo	00	00.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	129	35.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 65 por ciento de los encuestados acepta que la mejora continua empresarial incluye la innovación de políticas y estrategias a favor del medioambiente en el cual se desarrollan las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

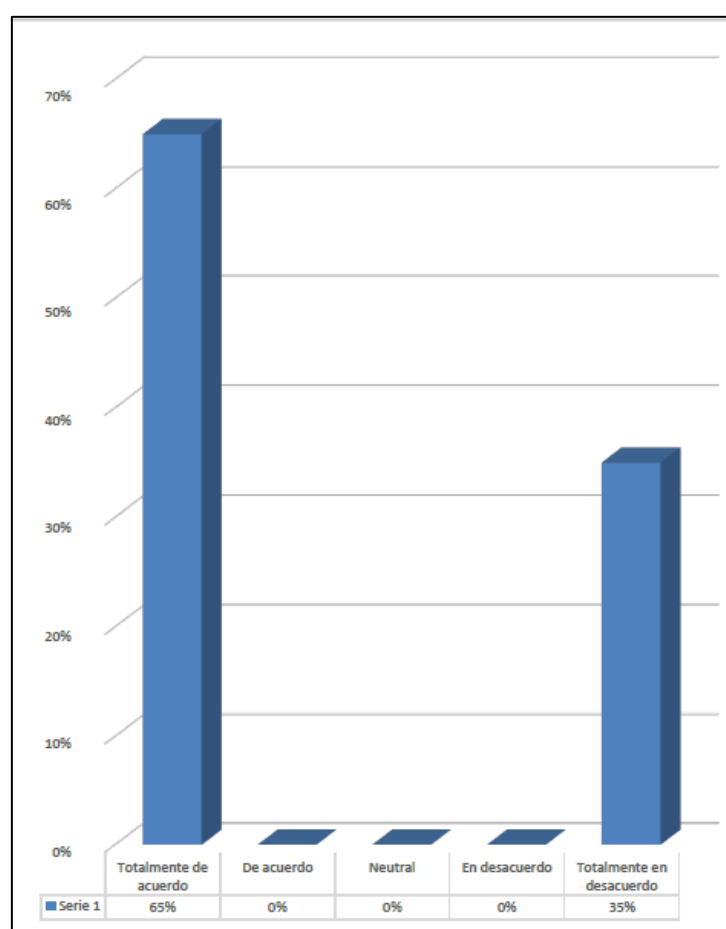


Figura 19: Resultados de la encuesta para el indicador Y 3.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22: Resultados de la encuesta para el indicador Y 3 y sus implicancias

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	241	65.00
2	De acuerdo	00	00.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	129	35.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 65 por ciento de los encuestados acepta que la mejora continua se refiere a los mejores niveles de ecoeficiencia, y ecoefectividad que logran las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana en el marco del desarrollo sostenible empresarial.

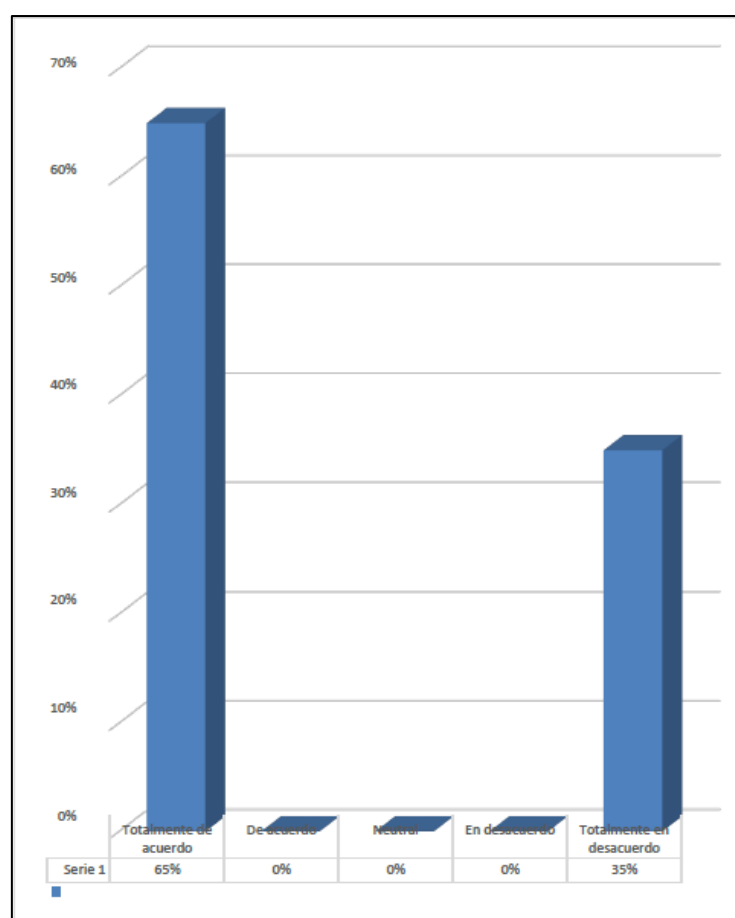


Figura 20: Resultados de la encuesta para el indicador Y 3 y sus implicancias

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23: Resultados de la encuesta para el indicador Y 4

NR	ALTERNATIVAS	CANT	%
1	Totalmente de acuerdo	237	64.00
2	De acuerdo	00	00.00
3	Neutral	00	00.00
4	En desacuerdo	00	00.00
5	Totalmente en desacuerdo	133	36.00
TOTAL		370	100.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Este resultado favorece el modelo de investigación desarrollado; por cuanto el 64 por ciento de los encuestados acepta que la competitividad empresarial incluye la responsabilidad social empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

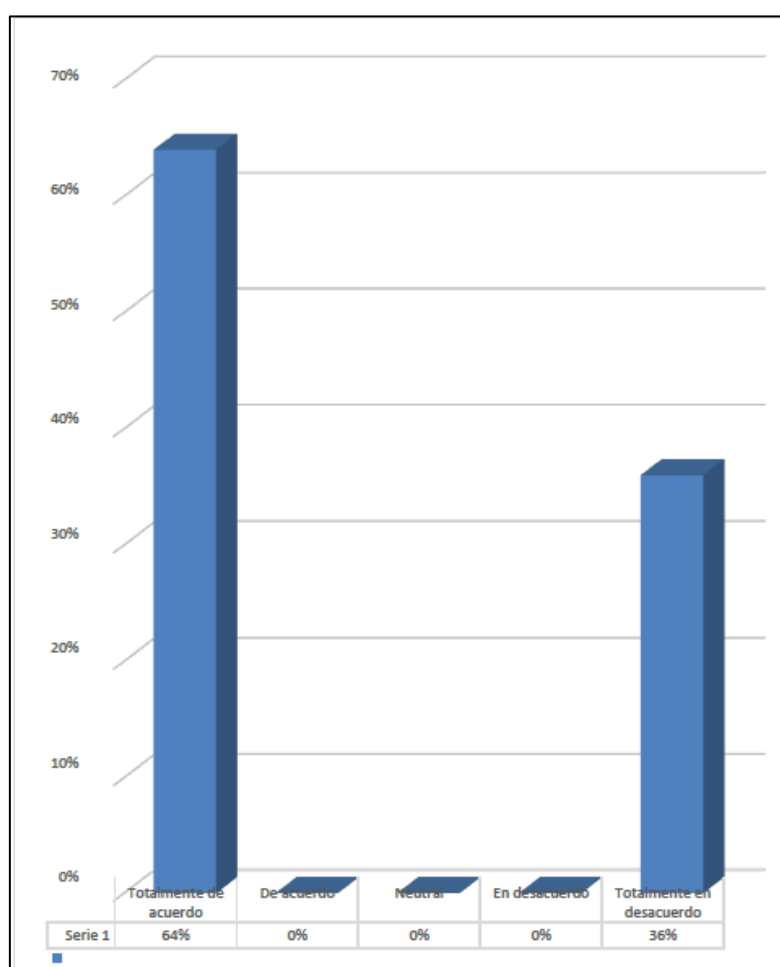


Figura 21: Resultados de la Encuesta para el Indicador Y 4.

Fuente: Elaboración propia.

4.2. Discusión de resultados

La discusión de los principales resultados es la siguiente:

1. El 65 por ciento de los encuestados acepta que la gestión empresarial podrá facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. Este resultado corrobora el obtenido por Ramos y Torres (2015) quienes demostraron la existencia de una relación significativa y positiva entre la gestión empresarial y el desarrollo de las Microempresas Proveedoras de bienes y servicios al Gobierno Regional de Huancavelica, periodo 2013. Asimismo Apac (2017) llega a la misma conclusión sobre la relación de estas dos variables en su estudio sobre la gestión empresarial y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Huánuco.
2. El 68 por ciento de los encuestados acepta que el proceso de gestión empresarial podrá facilitar la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. Este resultado es consecuente con los escenarios para la implementación de la ecoeficiencia empresarial planteados por el Ministerio del Ambiente (2009) en su Guía de ecoeficiencia para empresas. Además, el resultado obtenido confirma lo hallado por Quispe (2013) quien encontró que la falta del manejo y conocimiento de un proceso de gestión empresarial por parte de la micro y pequeña empresa puede conducirla a resultados desfavorables, incluso para cualquier programa o proyecto asistencial dirigido al sector que no incluya dicho proceso entre sus metas.
3. El 64 por ciento de los encuestados acepta que las estrategias de gestión empresarial podrán facilitar la ecoefectividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. Este resultado es coherente con lo que sostienen Rodríguez y Rodríguez (2019) en su artículo denominado estrategias gerenciales para promover la gestión empresarial en PyMEs de confección del Departamento del Atlántico (Colombia) en el cual afirman como conclusión que la aplicación y promoción de estrategias gerenciales es necesaria en el sector textil. De manera similar Melendez (2018) afirma que gran parte de los ejecutivos que encuestó aceptaron que se debieran utilizar estrategias

para la mejora de procesos en las micro y pequeñas empresas que comercializan telas del centro comercial e industrial Gamarra.

4. El 65 por ciento de encuestados acepta que la toma de decisiones empresariales podrá facilitar la mejora continua de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. Este resultado es congruente con lo que sostienen Garza et al. (2007) en su artículo sobre toma de decisiones empresariales, donde muestran mediante un modelo multicriterio y multiexperto para la toma de decisiones que dicho proceso puede conducir a una mejora del desempeño de la organización. El resultado hallado también es semejante con el obtenido por Díaz (2018) quien determinó la existencia de una relación significativa y alta entre la toma de decisiones y la productividad en sus dimensiones de eficiencia, conocimiento y motivación, además señala que ante una mejor aplicación de la toma de decisiones existirá una mejor productividad.

5. El 76 por ciento de los encuestados acepta que las metas, objetivos y misión empresarial podrán facilitar la competitividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana. Este resultado es equiparable al hallado por Fernandez y Rojas (2017) quienes en su investigación concluyeron que la gestión empresarial incide positiva y significativamente en la competitividad de las MYPES comerciales en la ciudad de Huaraz, asimismo, el resultado nuestro corrobora el obtenido por Martos (2009), quien refiere que a nivel empresarial disponer de una Cultura Corporativa permite avances en la gestión del potencial humano y facilita una mayor capacidad de respuesta y competitividad a los retos del mercado. Así pues se verifica que el establecimiento de metas, objetivos y misión empresarial es propio también de las micro y pequeñas empresas que intentan sobresalir de su competencia y que buscan el desarrollo de competitividad tal como lo menciona Sarracino (2016).

V. CONCLUSIONES

Las conclusiones de la investigación son las siguientes:

1. Se determinó que la gestión empresarial facilita el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante los procesos de gestión empresarial, estrategias de gestión empresarial, toma de decisiones empresariales, y el logro de las metas, objetivos y misión empresariales, debido a que el 65 por ciento de los encuestados reconoce que la gestión empresarial de los ejecutivos podrá facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.
2. Se determinó que el proceso de gestión empresarial facilita la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante la planeación, organización, dirección, coordinación y control empresarial de los recursos y actividades empresariales, debido a que el 68 por ciento de los encuestados reconoce que el proceso de gestión empresarial podrá facilitar la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.
3. Se determinó que las estrategias de gestión empresarial facilitan la eco-efectividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante las tácticas y acciones de las políticas que viabilizan la gestión empresarial económica, eficiente y efectiva de las empresas, debido a que el 64 por ciento de los encuestados acepta que las estrategias de gestión empresarial podrán facilitar la eco-efectividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana

4. Se determinó que la toma de decisiones empresariales facilita la mejora continua de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante las decisiones sobre inversiones, deudas, ventas, costos, gastos, liquidez, solvencia y rentabilidad de dichas microempresas, debido a que el 65 por ciento de los encuestados acepta que la toma de decisiones empresariales podrá facilitar la mejora continua de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

5. Se determinó que las metas, objetivos y misión empresariales facilitan la competitividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante el logro de todas las actividades presupuestadas de tal modo que estas realicen su giro de la mejor manera y contribuyan con la responsabilidad social empresarial, debido a que el 76 por ciento de los encuestados acepta que las metas, objetivos y misión empresariales podrán facilitar la competitividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.

VI. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones de la investigación son las siguientes:

1. Los propietarios, directivos, funcionarios y trabajadores deben considerar que el proceso de gestión empresarial facilita la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante la planeación, organización, dirección, coordinación y control empresarial de los recursos y actividades empresariales. Por tanto, dicho proceso debe llevarse a cabo utilizando todos los aspectos técnicos que les corresponden para lograr el desarrollo sostenible de las empresas.
2. Los propietarios, directivos, funcionarios y trabajadores deben considerar que la gestión empresarial facilita el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante el proceso de gestión empresarial; estrategias de gestión empresarial; toma de decisiones empresariales y el logro de las metas, objetivos y misión empresarial. Por tanto, se deben desarrollar los mayores esfuerzos para llevar una gestión económica, eficiente, efectiva, en mejora permanente y competitiva.
3. Los propietarios, directivos, funcionarios y trabajadores deben considerar que las estrategias de gestión empresarial facilitan la eco-efectividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante las tácticas y acciones de las políticas que viabilizan la gestión empresarial económica, eficiente y efectiva de las empresas. Por tanto, con base en las políticas empresariales se deben establecer en forma clara y precisa las mejores estrategias para sacar el mayor provecho a las deudas, inversiones, ingresos, costos y gastos empresariales.

4. Los propietarios, directivos, funcionarios y trabajadores deben considerar que la toma de decisiones empresariales facilita la mejora continua de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante las decisiones sobre inversiones, deudas, ventas, costos, gastos, rentabilidad, liquidez y solvencia de dichas empresas. Por tanto, se debería tener la mayor información posible para tomar decisiones bien informadas y buscando lograr el desarrollo que anhelan las empresas.

5. Los propietarios, directivos, funcionarios y trabajadores deben considerar que las metas, objetivos y misión empresariales facilitan la competitividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana; mediante el logro de todas las actividades presupuestadas de tal modo que las empresas realicen su giro de la mejor manera y contribuyan con la responsabilidad social empresarial. Por tanto, todos los esfuerzos deben abocarse a lograr dichas metas, objetivos y misión empresariales.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Ángeles Hernández & Bazán, D.Z. (2014). *El análisis financiero y su incidencia en las decisiones de las micro y pequeñas empresas*. (Tesis de Maestría). Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres. pp. 78-79.
- Barturén, L.A. (2014). *Ecoeficiencia y ecoefectividad empresarial*. Madrid, España: Editorial España.
- Bermúdez, L.A. (2015). *Capacitación: Una herramienta de fortalecimiento de las PYMES*. COSTA Rica: Universidad de Costa Rica.
- Bestraten, C. & Pujol, C. (2014). *Desarrollo sostenible*. Madrid, España: Editorial España.
- Carmona Muñoz, P. (2014). *Dirección financiera, herramienta para la efectividad de las micro y pequeñas empresas*. (Tesis de Maestría). Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. pp. 45-49.
- Capron, M. (2002). *The Evaluation of the Corporate Social Responsibility of Social Economy Firms*. France.
- Casanova Rojas, A. (2014). *Decisiones financieras efectivas para la eficiencia empresarial de las micro y pequeñas empresas*. (Tesis de Maestría). Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Castro Rivera, D.S. (2014). *Gestión empresarial efectiva para la mejora continua de las micro y pequeñas del sector comercio*. (Tesis de Maestría). Lima, Perú: Universidad Inca Garcilaso de la Vega. pp. 65-68.

- Chiavenato, I. (2014). *Metas, objetivos y misión empresarial*. Santa Fe de Bogotá, Colombia: Editorial Norma. pp. 85-88.
- Duarte, A. (2014). *Desarrollo Sostenible*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma. pp. 45.
- García, D. (2014). *Desarrollo sostenible*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma. pp. 52-53.
- González Terrazas, G. (2016). *La efectividad de la gestión y la competitividad empresarial*. (Tesis de Doctorado). Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. pp. 52-55.
- Herrera Góngora, J. (2016). *Decisiones financieras para el desarrollo de las micro y pequeñas empresas*. (Tesis de Maestría). México: Universidad Autónoma de México.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2012). *Emporio Comercial de Gamarra Alberga más de 24 Mil Establecimientos*. Lima, Perú
- Iriarte Gomero, A. (2016). *Incidencia de la gestión empresarial en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en el Perú*. (Tesis de Doctorado). Lima, Perú: Universidad Nacional Federico Villarreal. pp. 78-82.
- Koontz, H. & O'Donnell, C. (2014). *Administración contemporánea*. México: Litográfica Ingramex S.A. pp. 92-93.
- Mendoza Tueros, K. (2015). *Gestión financiera estratégica para la competitividad de las pymes del sector comercio*. (Tesis de Maestría). Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. pp. 60-62.
- Moreno Oblitas, R. (2014). *Gestión empresarial*. México: Litográfica Ingramex S.A. pp. 65-66.
- Ponce Monteza, C.R. (1994). *Gamarra: Formación, Estructura y Perspectiva*. Lima, Perú: Fundación Friedrich Ebert.

- Stoner, J. (2014). *Gestión empresarial*. México: Litográfica Ingramex S.A. pp. 79-81.
- Terry, R. (2014). *Principios de Administración*. México: Prentice-Hall.
- Zambras, R. (2014). *La gestión financiera y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en la actividad industrial textil de Lima Metropolitana*. (Tesis de Maestría). Lima, Perú: Universidad Nacional del Callao. pp. 85-88.
- Undurraga, J. (2009). *La ingeniería blanda: O el lado incierto de los negocios*. [Version E-reader]. Recuperado de: <http://www.ingenieriablanda.cl/wp-content/uploads/2009/08/La-ingeniar%C3%ADa-blanda.pdf>
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona, España: Plaza & Janes Editores S.A. pp. 168-169
- Porter, M. (1997). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México, México: Compañía Editorial Continental S.A. pp. 20-43
- Koontz, H., Weihrich, H. & Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. [Version E-reader]. Recuperado de: https://www.soy502.com/sites/default/files/administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_14_edici%C3%B3n_koontz.pdf
- Gimbert, X. (2001). *El enfoque estratégico de la empresa: Principios y esquemas básicos*. Lima, Perú: Empresa editora El Comercio S. A. pp. 15-125
- Drummond, H. (2001). *La calidad total: El movimiento de la calidad*. Lima, Perú: Empresa editora El Comercio S. A. pp. 32-238
- Martos, R. (2009). *Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España*. (Tesis de Doctorado). Barcelona, España: Universidad Politécnica de Cataluña. pp. 172-173. Recuperado desde: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6784/TRMC1de1.pdf>.

Sarracino, N. (2016). *Planeación Estratégica Organizacional*. (Monografía). Estado de México, México: Universidad Autónoma del Estado de México. p 24. Recuperado desde: <http://hdl.handle.net/20.500.11799/65755>

Fernandez, M. & Rojas, L. (2017). *La gestión empresarial y su incidencia en la competitividad de las micro y pequeñas empresas comerciales en la ciudad de Huaraz 2017*. (Tesis de grado). Huaraz, Perú: Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo. pp 129-131. Recuperado desde: http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2164/T033_47065594_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, T. & Torres, N. (2015). *La gestión empresarial y el desarrollo de las microempresas proveedoras de bienes y servicios al gobierno regional de Huancavelica, periodo 2013*. (Tesis de grado). Huancavelica, Perú: Universidad Nacional de Huancavelica. pp 81-86. Recuperado de: <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/349/TP%20-%20UNH.%20CONT.%200061.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodriguez, A. L. & Rodriguez, A. L. (2019). Estrategias gerenciales para promover la gestión empresarial en PyMEs de confección del Departamento del Atlántico (Colombia). *Espacios*, Vol. 40 (Nº 6), Pp 1-14. Recuperado de <https://revistaespacios.com/a19v40n06/a19v40n06p26.pdf>

Quispe, L. (2013). *La gestión empresarial y el impacto en el desarrollo de la micro y pequeña Empresa, gestionado a través del Convenio Binacional ALBA-TCP, entre el Estado plurinacional de Bolivia y la República Bolivariana de Venezuela, en las gestiones 2006-2012*. (Tesis de grado). La paz, Bolivia: Universidad Mayor de San Andres. Pp 156-161. Recuperado de: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/3844/T-1445.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Apac, L. (2017). *Gestión empresarial y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del distrito de Huánuco 2017*. (Tesis de grado). Huánuco, Perú: Universidad Católica

Los Ángeles de Chimbote. Pp 82-85. Recuperado de:
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2369/GESTION_AP
AC_ACOSTA_JHUL_%20LEONARD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2369/GESTION_AP_AC_ACOSTA_JHUL_%20LEONARD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Ministerio del Ambiente. (2009). *Guía de ecoeficiencia para empresas*. Lima, Perú.
Recuperado de: [https://www.minam.gob.pe/calidadambiental/wp-
content/uploads/sites/22/2013/10/guia_de_ecoeficiencia_para_empresas.pdf](https://www.minam.gob.pe/calidadambiental/wp-content/uploads/sites/22/2013/10/guia_de_ecoeficiencia_para_empresas.pdf)

Melendez, L. (2018). *La gestión estratégica y su relación con la competitividad en las MYPES del centro comercial e industrial Gamarra*. (Tesis de grado). Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola. Pp 57-61. Recuperado de: [La gestión estratégica
y su relación con la competitividad en las Mypes del Centro Comercial e Industrial
Gamarra \(usil.edu.pe\)](http://www.usil.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26262/diaz_rl.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Díaz, L. (2018). *Relación entre toma de decisiones y productividad en las Fiscalías de Coronel Portillo, Ucayali 2018*. (Tesis de maestría). Ucayali, Perú: Universidad César Vallejo. Pp. 52-55. Recuperado de:
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26262/diaz_rl.pdf?sequence
=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26262/diaz_rl.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Medeiros, V., Goncalvez, L., & Camargos, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL, I* (129), pp. 8-23. Recuperado de:
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad, XXXI* (2), pp. 179-196. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>

Cabrera, A., López, P., & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: Un marco conceptual para su estudio*. (Documentos de investigación). Bogotá, Colombia: Universidad Central. Pp. 7-54. Recuperado de: [https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-
files/2015_competitividad_empresarial_001.pdf](https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/2015_competitividad_empresarial_001.pdf)

Garza, R., González, C., & Salinas, E. (2007). Toma de decisiones empresariales: Un enfoque multicriterio, multiexperto. *Ingeniería Industrial*, XXVIII (1), pp. 29-36. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433562007.pdf>

VIII. ANEXOS

Anexo 1: Ficha técnica de los elementos a utilizar

**“LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS
MICROEMPRESAS DEL RUBRO COMERCIAL TEXTIL GAMARRA DE LIMA
METROPOLITANA”**

- **AUTOR** : JUAN CARLOS MEJIA ORELLANA
- **ENTIDAD ACADÉMICA** : Universidad Nacional Agraria La Molina
- **NIVEL ACADÉMICO** : Titulación
- **ESPECIALIDAD** : Gestión Empresarial
- **MARGEN DE ERROR ASUMIDO:** 0.5%
- **No. DE ENCUESTADOS** : 370
- **LUGAR DE APLICACIÓN** : Lima - Perú

Anexo 2: Definición de Términos

1. Competitividad empresarial.

Analizando a Urtecho (2013):

La competitividad empresarial es la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan. Se entiende por ventaja comparativa aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, etc., de que dispone una empresa, de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a estos” (p. 80).

Según Redondo (2015):

La competitividad empresarial es la capacidad para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúa. Se entiende por ventaja comparativa aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, etc., de que dispone una empresa, de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a estos”. Para Porter, en su artículo “Cómo las Fuerzas Competitivas le dan forma a la Estrategia, esa ventaja tiene que ver en lo fundamental con el valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores y que exceda al costo de esa empresa por crearlo (p. 90).

2. Ecoefectividad empresarial.

Según Barturén (2014):

La ecoefectividad o ecoeficacia tiene como objetivo minimizar los procesos de la cuna a la tumba (creadle to grave) y generar metabolismos cíclicos de la cuna a la cuna (cradle to cradle) que permitan que los materiales mantengan su estatus como recursos en cualquier parte del proceso, ya sea dentro de la Biosfera o de la Tecnosfera. No hay que olvidar que en la biosfera también se dan un montón de reacciones químicas, como la fotosíntesis o la digestión, pero, a diferencia de la mayoría de las reacciones que diseñamos y llevamos a cabo los humanos, tienen como requisito que cualquier residuo debe ser inherentemente el

alimento de otro proceso. La idea es: Residuo = Alimento, desapareciendo por completo el concepto de residuo. Ésta es la clave del triunfo de la biosfera durante tantos millones de años y que de momento no sabemos imitar. La naturaleza mantiene directamente la calidad de los recursos a través de todos sus ciclos en vez de eliminar los residuos. Lo que se produce no son residuos, sino nuevos recursos (p. 98).

Según Koontz & O'Donnell (2014):

La efectividad empresarial, se refiere al grado en el cual se logra las metas, objetivos y misión u otros beneficios que pretendía alcanzar, previstos en la legislación o fijados por la gerencia y/o exigidos por los clientes. Si nos centramos en la efectividad, debiéramos comenzar por identificar las metas de los programas y por operacionalizar las metas para medir la efectividad. También necesitará identificar el grupo meta (población objetivo) del programa y buscar respuestas a preguntas como:

- a. ¿Ha sido alcanzada la meta a un costo razonable y dentro del tiempo establecido?
- b. ¿Se definió correctamente el grupo meta?
- c. ¿Está la gente satisfecha con la ayuda y equipo suministrados?
- d. ¿En qué medida el equipo suministrado satisface las necesidades del grupo meta?
- e. ¿Está siendo utilizado el equipo por los trabajadores?

Desde el punto de vista de la efectividad, la entidad, debe lograr promover el desarrollo de las empresas proponiendo y supervisando el cumplimiento de las políticas, así como coordinar la ejecución de estas. La efectividad, no se logra fácilmente, es producto del trabajo permanente y en buena cuenta aparece como consecuencia de la productividad institucional, que es la producción de bienes y servicios con los mejores estándares de eficiencia, economía y efectividad. (p.59)

3. Ecoeficiencia empresarial.

Según Barturén (2014):

La ecoeficiencia se alcanza mediante la distribución de "bienes con precios competitivos y

servicios que satisfagan las necesidades humanas y brinden calidad de vida a la vez que reduzcan progresivamente los impactos medioambientales de bienes y la intensidad de recursos a través del ciclo de vida entero a un nivel al menos en línea con la capacidad estimada de llevarla por la Tierra".

La ecoeficiencia se obtiene por medio del suministro de bienes y servicios con precios competitivos, que satisfacen las necesidades humanas y dan calidad de vida, al tiempo que reducen progresivamente los impactos ecológicos y la intensidad de uso de los recursos a lo largo de su ciclo de vida, a un nivel por lo menos acorde con la capacidad de carga estimada de la Tierra. En pocas palabras, se relaciona con crear más valor con menos impacto. La ecoeficiencia lleva a obtener más valor de menos recursos, por medio del rediseño de productos y servicios y a través de nuevas soluciones. Las compañías más exitosas serán aquellas que se fijen a sí mismas estrictas metas ambientales, unidas a nuevas tecnologías y prácticas (p. 105).

4. Estrategias de gestión empresarial.

Según Chiavenato (2014):

Las técnicas de negocios y ejecutivos son uno de los campos reales de concentración que ha estimulado la mejor ventaja, tanto en el mundo académico como en el mundo de los negocios. La importancia de la administración vital reside en su conexión inmediata con los resultados comerciales. Esta idea de la técnica se distingue a nivel empresarial porque la organización necesita un curso de desarrollo y grado bien caracterizado, que los destinos no solo satisfagan la necesidad y que se requieran estándares de elección adicionales si la organización necesita tener una eficiencia desarrollo y productivo.

La presencia de una metodología comercial formal puede ser tan nueva como la presencia de asociaciones comerciales complejas en sí mismas, es decir, remontarse al malestar moderno. Sin embargo, de manera verificable, la metodología se conectó con la artesanía militar donde es una idea expansiva y caracterizada ambigualmente de una batalla militar por el uso de poderes contra el enemigo, esto a nivel comercial puede entenderse al enemigo

como el desafío y los poderes de las elecciones que hacemos para obtener ganancias por casualidad (p. 73).

5. Toma de decisiones empresariales.

Según Robbins y Coulter (2015):

La toma de decisiones es la llave final de todo el proceso administrativo: ningún plan, ningún control, ningún sistema de organización tiene efecto, mientras no sé de una decisión. Tan importante es que, quiere reducir el estudio de la administración al aprendizaje de una técnica para tomar decisiones (p. 93).

Según Terry (2014):

En el liderazgo básico, la experiencia es un componente clave ya que las elecciones deben hacerse en una realidad profundamente desconcertante debido a la gigantesca cantidad de factores que posiblemente se conviertan en el factor más importante. La colección de experiencia es larga y costosa. En el caso de que pensemos en eso cuando se descubra más debido a los errores en sí mismos, lograr un estado anormal de participación en el mundo de los negocios puede tener un gasto terriblemente alucinante. El resultado inmediato es que toda la experiencia que se pueda obtener sin los impactos que se podrían obtener de una elección equivocada o, básicamente, de una elección no ideal, será generalmente bienvenida y cada vez más prudente, sea cual sea su gasto. (p. 37).

6. Decisiones administrativas.

Según Flores (2015), estas decisiones son de diferente índole, desde trámites ante entidades públicas, trámites con clientes, trámites con proveedores, trámites con acreedores, actividades secretariales, actividades contables, actividades tributarias y toda la parafernalia administrativa de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana (p. 140).

7. Decisiones financieras.

Según Flores (2015):

Las decisiones financieras pueden ser agrupadas en dos grandes categorías: decisiones de inversión y decisiones de financiamiento (p. 66).

8. Decisiones operativas.

Según Flores (2014):

Las decisiones operativas en las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana, están referidas a la determinación del costo de producción de estas empresas y abarcan desde la planeación de dicho costo, pasa por la aplicación y terminan en los reportes del costo de producción semanal, quincenal o mensual (p. 86).

9. Mejora continua empresarial.

Según Barturén (2014):

La naturaleza de la tierra en la que vivimos afecta directamente nuestro bienestar y prosperidad. Una situación perfecta es una fuente de satisfacción, mejora la prosperidad mental, permite a las personas recuperarse de la preocupación de la existencia diaria regular y completar ejercicios físicos (p. 87).

Desglosando Urteaga (2013), la mejora constante del negocio alude al desarrollo que hicieron en las microempresas; comprende todas las cosas consideradas para los ajustes en las modelos y tipos de prendas; ejercicios y elementos de las empresas de vestimenta; tal como en los procedimientos y sistemas mecánicos para disminuir costos, costos, tiempos, desarrollos y otras perspectivas relacionadas. También se entiende como una mejora persistente del procedimiento de administración identificado con la satisfacción de las actividades, estrategias, objetivos, metas, misión y visión de la organización dentro del sistema del avance perpetuo que se realiza (p. 93).

10. Metas empresariales.

Para Chiavenato (2014):

Los objetivos comerciales son el resultado de transición que debe lograr en un momento dado. Para lograr un objetivo particular, debe aislarse en objetivos más cercanos. Cada objetivo debe ser concreto y evaluable. Los objetivos son propósitos explícitos, comunicados en una estructura cuantitativa, se completa como una guía para las elecciones, ejercicios y actividades realizadas por la asociación, así como un sub. Los destinos y objetivos dependen de los objetivos (p. 33).

Robbins (2014):

Él acepta que los objetivos son vehículos que nos pueden llevar a lograr más de lo que somos actualmente. Necesitamos menos objetivos para los últimos resultados, pero como los buscamos, cambiamos. Lo principal que limita nuestros logros es la posibilidad de que no estemos listos para lograrlo. No es nuevo para nadie la forma en que las personas que afirman que pueden, pueden; y las personas que afirman que no pueden, no pueden. Las restricciones que establecemos son nuestro deber.

Desechar las marcas que colgamos es el movimiento inicial hacia una vida alegre. En cualquier momento que cuestionemos nuestra capacidad para lograr algo, merece la pena evaluar las obstrucciones que otros han sobrevivido. Lo que comprueba no es el lugar donde comienzas, sino el lugar donde eliges terminar.

Las cargas son un regalo en caso de que las consideremos así, y las usemos como motivadores para mejorar cada vez más. Constantemente experimentamos puertas abiertas extraordinarias bajo el asombroso camuflaje de un problema sin resolver. Podemos ocuparnos de los problemas y encontrar nuevas estrategias para hacer las cosas.

Los problemas son una pieza fundamental del mundo y nos mueven a aprender, a explorar, a ubicarnos sin dudarlo. Lo extraordinario de los individuos es que podemos encontrarnos sustancialmente más que diferentes animales. Podemos hacer de la nada.

La forma en que somos individuos sugiere problemas, sin embargo, también implica que podemos amar, reír, llorar, apuñalar algo, caer, levantarnos. Quien piensa enfáticamente confirma que un problema es solo una oportunidad para aprender. Los jóvenes se animan con un impulso increíble y entusiasta. Las mayores dificultades absolutas a lo largo de tu vida ocurrieron en tus años más jóvenes, ¡y lo hiciste! Por razones desconocidas, las de los niños eran héroes precipitados, los adultos son increíblemente espantosos, tan modestos que la menor de las razones les parece una bestia fuerte (p. 47).

Según, Koontz & O'Donnell (2014):

Cuando buscamos un objetivo constantemente adquirimos muchas más cosas, de aquí en adelante la importancia de saber qué cantidad y cuáles son los objetivos, para tener la opción de intentar las actividades para lograrlos. Los objetivos deben ser cultivados, sí o sí. No puede haber sustancia que no cumpla sus objetivos. No todos los objetivos pueden lograrse, sin embargo, se debe lograr un gran nivel de ellos. Lo importante no es simplemente llegar al objetivo, sino aprender y mejorarnos todo el tiempo. Los logros que obtienes al buscar tus objetivos no son significativos. Lo principal es aquello en lo que te moviste para convertirte. Cuando te esfuerzas por llegar a un objetivo, merece recordar cómo funcionan las cosas en este planeta. Nada se mueve en línea recta. No se logra ningún objetivo sin haber derrotado a diferentes inconvenientes. Los inconvenientes son un pedazo de este mundo. Trágicamente, ciertas personas quieren avanzar sin considerar esta circunstancia. Los individuos fructíferos no son tan brillantes, ni tan excepcionales, ni tan capaces. Simplemente ve cómo funcionan las cosas y se da cuenta de que el avance individual debe suceder según las reglas que supervisan todo lo que existe a su alrededor. Comprenden que el logro de nuestros objetivos se basa en que nos enderezamos sin cesar (p. 46).

11. Objetivos empresariales.

Interpretando la teoría de Terry (2014):

Las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana como toda entidad del estado pretende alcanzar objetivos. Un objetivo empresarial es una situación deseada que las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana intentan lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo

deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado. La palabra objetivo proviene de *objectum*, que significa "a donde se dirigen nuestras acciones.

Según Chiavenato (2014), los objetivos deben servir a las microempresas del sector comercial textil Gamarra; por lo tanto, deben reunir ciertas características que reflejan utilidad. Los objetivos incluyen fechas específicas del objetivo o su terminación implícita en el año fiscal; resultados financieros proyectados (pero lo están limitados a ello); presentan objetivos hacia los cuales disparará la empresa o institución conforme progresa el plan; logrando llevar a cabo su misión y cumplir con los compromisos de la empresa. Los objetivos de las microempresas del sector comercial textil Gamarra deben reunir alguna de estas características:

- a. Claridad: un objetivo debe estar claramente definido, de tal forma que no revista ninguna duda en aquellos que son responsables de participaren su logro.
- b. Flexibilidad: los objetivos deben ser lo suficientemente flexibles para ser modificados cuando las circunstancias lo requieran. Dicho de otro modo, deben ser flexibles para aprovechar las condiciones del entorno.
- c. Medible o mesurable: los objetivos deben ser medibles en un horizonte de tiempo para poder determinar con precisión y objetividad su cumplimiento.
- d. Realista: los objetivos deben ser factibles de lograrse; v) Coherente: un objetivo debe definirse teniendo en cuenta que éste debe servir a la empresa. Los objetivos por áreas funcionales deben ser coherentes entre sí, es decir no deben contradecirse.
- e. Motivador: los objetivos deben definirse de tal forma que se constituyan en elemento motivador, en un reto para las personas responsables de su cumplimiento.

Deben ser deseables y confiables por los miembros de la organización; Deben elaborarse con la participación del personal de la empresa (administración por objetivos). (p. 49).

12. Misión empresarial.

Según Koontz & O'Donnell (2014);

La misión empresarial, es la razón de ser de una entidad; es decir es hacer lo que debe hacer; si lo hace bien, ergo cumple la misión empresarial; si no hace o no lo hace bien, ergo no cumple la misión y no tiene sentido mantener una institución de esa manera. Lograr la misión empresarial es el fin supremo. También la misión empresarial es la formulación de los propósitos de las entidades, como la Policía Nacional del Perú, que los distingue de otras entidades en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, su población a la cual sirven y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos.

La misión empresarial define la actividad a la que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización (p. 52).

Según Robbins & Coulter (2011);

Lograr la misión empresarial, es un proceso que se da en el tiempo, con la asignación de los recursos suficientes, competentes y relevantes para lo que tiene que cumplir. No se puede decir que la misión es parte de un mes ni siquiera de un año es lo que deben hacer las instituciones siempre. La base para alcanzar la misión empresarial es lograr los objetivos empresariales es que vienen a ser el conjunto de pretensiones a alcanzarse con relación al crecimiento, posicionamiento, rentabilidad, sobrevivencia o desarrollo de la organización o unidad estratégica, expresado cualitativamente, como resultado principalmente, del análisis estratégico, de la visión del futuro y de la creatividad de los estrategas.

Teniendo en cuenta que el proceso de planificación estratégica comienza con la fijación clara, exacta y precisa de la misión de la empresa u organización, resulta imprescindible que los planificadores (entre los que se encuentran, empresarios, ejecutivos y mercadólogos) conozcan antes, cuál es la definición de misión, con la finalidad que tengan el fundamento básico para iniciar la elaboración de una misión que sea capaz de mover a las personas a ser parte activa de lo que será la razón de ser de la empresa u organización. La misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va a hacer. Es el motivo de su existencia, da

sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes cautivos, de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general. La misión es el propósito de una organización; el cual, es una función de cinco elementos:

- (1) La historia de la organización
- (2) Las preferencias actuales de la gerencia y/o de los dueños
- (3) Las consideraciones ambientales
- (4) Los recursos de la organización
- (5) Sus capacidades distintivas.

Asimismo, la misión es la finalidad pretendida por una empresa o definición del papel que desea cumplir en su entorno o en el sistema social en el que actúa, y que real o pretendidamente, supone su razón de ser (p. 53).

13. Proceso de gestión empresarial.

Según Chiavenato (2014);

En la gestión empresarial se dan cuatro funciones básicas como la planeación, organización, dirección y control. Por tanto, la capacitación en cuestión empresarial deberá fortalecer en todo momento los conceptos referidos a las 4 funciones básicas (p. 60).

Según Chávez (2014);

En el proceso de gestión empresarial, se conocerá sobre la importancia que tiene dentro de una empresa ya que si no se llevan los pasos como son la planeación, organización, dirección y control no funcionaría adecuadamente, también es fundamental tener una buena comunicación dentro de la empresa ya que si se siguen todos los pasos correctamente nos ayudara a la toma de decisiones. La planeación es lo primero que se debe tomar en cuenta ya que en ella el administrador se debe anticipar con la meta y las acciones, ya que se deben basar solo en metas y lógicas. Dentro de la planeación se deben hacer los siguientes pasos como: la investigación, estrategias. Políticas, propósitos, procedimientos en la planeación pueden ser de largo plazo, mediano plazo y corto plazo. El proceso de gestión empresarial se conocerá sobre la importancia que tiene dentro de una empresa ya que si no se llevan

los pasos como son la planeación, organización, dirección y control no funcionaría adecuadamente, también es fundamental tener una buena comunicación dentro de la empresa ya que si se siguen todos los pasos correctamente nos ayudara a la toma de decisiones. La planeación es lo primero que se debe tomar en cuenta ya que en ella el administrador se debe anticipar con la meta y las acciones, ya que se deben basar solo en metas y lógicas. Dentro de la planeación se deben hacer los siguientes pasos como: La investigación, estrategias. Políticas, propósitos, procedimientos en la planeación pueden ser de largo plazo, mediano plazo y corto plazo.

Son funciones básicas de la gestión empresarial la planeación, organización, dirección y control. Por tanto, la capacitación en cuestión empresarial deberá fortalecer en todo momento los conceptos referidos a las 4 funciones básicas:

1. Planeación: Esta función contempla definir las metas de la organización, establecer una estrategia global para el logro de estas metas y desarrollar una jerarquía detallada de planes para integrar y coordinar actividades, contempla las siguientes actividades: Asignación de recursos, Programación.
2. Organización: Es la manera de diseñar la estructura de un negocio o empresa. Incluye la determinación de las tareas a realizar, quien las debe realizar, como se agrupan las tareas, quien reporta a quien y donde se toman las decisiones. La estructura organizacional debe diseñarse de tal manera que quede claramente definido quien tiene que hacer determinadas tareas y quien es responsable de los resultados.
3. Dirección, conducción y liderazgo: Toda empresa, negocio, organización o institución a está formada por personas, es responsabilidad de los administradores dirigir y coordinar las actividades de estas personas. La dirección consiste motivar a los subordinados, dirigir actividades de otros.
4. Control: Una vez fijadas las metas, formulado los planes, delineados los arreglos estructurales, entrenado y motivado el personal, existe la posibilidad de que algo salga mal. Para asegurar que las cosas vayan como deben, se debe monitorear el desempeño del negocio u organización para comparar los resultados con las metas fijadas y presupuestos. Dirigir Comprende: Producir: Resultados, metas, eficacia.

Administrar: Eficiencia, funciones. Emprender: Crear, innovar. Integrar: Personas, equipos y cultura.

Los responsables de la gestión empresarial deben conseguir resultados; conocer su especialidad; estar muy motivados, ser buenos administradores, ser unos apasionados del detalle, ser magníficos coordinadores, ser creativos, tener vocación empresarial estar dispuestos a asumir riesgos, ser sensibles a las personas y ser líderes de sus equipos. (p.33)

Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA FACULTAD DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN

ENCUESTA

Le agradecemos anticipadamente por su colaboración dirigido al trabajo de investigación titulado: “LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO COMERCIAL TEXTIL GAMARRA DE LIMA METROPOLITANA”.

Instrucciones:

A continuación, le presentamos una serie de afirmaciones. Considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, tenga a bien, por favor, marcar con un aspa, en la opción que mejor exprese su punto de vista de acuerdo con la siguiente tabla:

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

LA GESTIÓN EMPRESARIAL		CATEGORÍAS				
N°	AFIRMACIÓN	1	2	3	4	5
	INDICADOR: Proceso de gestión empresarial	1	2	3	4	5
1	El proceso de gestión empresarial consistente en la planeación, organización, dirección, coordinación y control de los recursos y actividades podrá facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
2	El proceso de gestión empresarial podrá facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
	INDICADOR: Estrategias de gestión empresarial.	1	2	3	4	5

3	Las estrategias de gestión empresarial son las acciones que permitirán plasmar las políticas y contribuir al desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
4	Las estrategias de gestión empresarial podrán facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
	INDICADOR: Toma de decisiones empresariales.	1	2	3	4	5
5	La toma de decisiones empresariales consiste en seleccionar entre varias opciones, la más adecuada para facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
6	La toma de decisiones empresariales podrá facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
	INDICADOR: Metas, objetivos y misión empresarial.	1	2	3	4	5
7	La metas y objetivos empresariales sobre inversiones, deudas, ventas, costos, gastos y resultados tienen que lograrse para que se pueda contribuir con el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
8	La misión es la razón de ser de las organizaciones, por tanto, los responsables deben desarrollar todos sus esfuerzos para lograrlo; solo así se puede contribuir al desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
9	Las metas, objetivos y misión empresarial podrán facilitar el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
EL DESARROLLO SOSTENIBLE EMPRESARIAL						
N°	AFIRMACIÓN	CATEGORÍAS				
	INDICADOR: Ecoeficiencia empresarial.	1	2	3	4	5
10	La ecoeficiencia es una estrategia de gestión empresarial que permite el uso eficiente de recursos sin afectar la calidad de los procesos o servicios que brindan las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
11	La ecoeficiencia implica realizar una gestión empresarial eficiente, reduciendo el consumo de recursos materiales y minimizando el impacto en el ambiente. De esta manera, se aporta al cuidado del medio ambiente, a la reducción del impacto del cambio climático, al logro de ahorros económicos significativos y a la mejora de la calidad del servicio y competitividad de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
12	La ecoeficiencia institucional tiene el compromiso de fomentar una nueva cultura de uso eficiente de energía, papel, agua, combustible y materiales de oficina, recursos que tienen la potencialidad de representar un ahorro importante para las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
	INDICADOR: Ecoefectividad empresarial.	1	2	3	4	5
13	La ecoefectividad consiste en lograr las metas y objetivos en el cuidado del ambiente, la reducción del impacto del cambio climático, los ahorros económicos					

	significativos de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
14	La ecoefectividad consiste en lograr las metas y objetivos en la mejora de la calidad del servicio y competitividad en el marco del desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
15	Resultará adecuado realizar acciones de reciclaje y de durabilidad de los productos en las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
16	Es posible que el proceso de comercialización de bienes en las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana, tenga impacto sobre el medio ambiente.					
	INDICADOR: Mejora continua.	1	2	3	4	5
17	La mejora continua empresarial incluye la innovación de políticas y estrategias a favor del medioambiente en el cual se desarrollan las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					
18	La mejora continua se refiere a los mejores niveles de ecoeficiencia y ecoefectividad que logran las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana en el marco del desarrollo sostenible empresarial.					
	INDICADOR: Competitividad empresarial.	1	2	3	4	5
19	La competitividad empresarial incluye la responsabilidad social empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del distrito La Victoria de Lima Metropolitana.					

Anexo 4: Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	
¿La gestión empresarial facilita el desarrollo sostenible de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?	Determinar si la gestión empresarial facilita el desarrollo sostenible de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.	La gestión empresarial facilita el desarrollo sostenible de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana	<p>1. Variable Independiente: Gestión Empresarial Indicadores: X.1. Proceso de gestión empresarial X.2. Estrategias de gestión empresarial X.3. Toma de decisiones empresariales X.4. Metas, objetivos y misión empresarial</p> <p>2. Variable Dependiente: Desarrollo Sostenible Empresarial Indicadores: Y.1. Ecoeficiencia empresarial Y.2. Ecoefectividad empresarial Y.3. Mejora continua Y.4. Competitividad empresarial</p> <p>3. Tipo y nivel de investigación La investigación es descriptiva – explicativa.</p> <p>4. Método y diseño de investigación El diseño es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que ha requerido la investigación. El diseño que se aplica es el no experimental.</p> <p>5. Población. La población de la investigación está conformada por 10,215 personas relacionadas con las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.</p> <p>6. Muestra. La muestra está conformada por 370 personas relacionadas con las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.</p>
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS SECUNDARIOS	HIPÓTESIS SECUNDARIOS	
1. ¿El proceso de gestión empresarial facilita la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?	1. Determinar si el proceso de gestión empresarial facilita la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana	1. El proceso de gestión empresarial facilita la ecoeficiencia empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.	
2. ¿Las estrategias de gestión empresarial facilitan la ecoefectividad empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?	2. Determinar si las estrategias de gestión empresarial facilitan la ecoefectividad empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana	2. Las estrategias de gestión empresarial facilitan la ecoefectividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.	
3. ¿La toma de decisiones empresariales facilita la mejora continua de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?	3. Determinar si la toma de decisiones empresariales facilita la mejora continua de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.	3. La toma de decisiones empresariales facilita la mejora continua de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.	
4. ¿Las metas, objetivos y misión empresarial facilitan la competitividad empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana?	4. Determinar si las metas, objetivos y misión empresarial facilitan la competitividad empresarial de las microempresas del rubro comercial textil Gamarra de Lima Metropolitana.	4. Las metas, objetivos y misión empresarial facilitan la competitividad empresarial de las microempresas del sector comercial textil Gamarra del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana.	