



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y
RENTABILIDAD DE LAS MYPES, SECTOR COMERCIO,
RUBRO CALZADO PARA DAMAS Y NIÑAS, EN EL DISTRITO
DE AGUAS VERDES-ZARUMILLA, 2018.**

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

AUTOR

ASCENCIO DIOSES, LUCIO GABRIEL

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ JOSÉ FERNANDO

TUMBES – PERÚ

2018

HOJA DE MIEMBROS DEL JURADO



Mgtr. Lic. Adm. Edita Jerid Periche Castro

Presidente



Mgtr. Lic. Adm. Galvani Guerrero Garcia

Miembro



Lic. Adm. Pablo Santiago Becerra Ortiz

Miembro



Mgtr. Lic. Adm. José Fernando Escobedo Gálvez

Asesor

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento en especial es para la universidad Uladech filial tumbes la cual me abrió las puertas para formarme como profesional dándome las herramientas necesarias para terminar mi informe de investigación.

También agradezco a las MyPes que acogí para seguir con mi investigación gracias por el tiempo que me brindaron.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado en primer lugar a Dios, que gracias al el he podido salir adelante porque siempre me fortalece en todo lo que hago, de igual modo dedico esta tesis a mi madre que desde muy pequeño me ha ayudado a salir adelante en los momentos más complicados de mi vida

También a mi padre que siempre ha estado conmigo dándome su apoyo y confianza
Y por último a mi hermana que siempre ha estado junto a mí brindándome su cariño y su respaldo.

RESUMEN

En la presente investigación denominada “Caracterización de la competitividad y rentabilidad de las MYPES, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018”. Es por ello que luego de investigar e identificar el problema ¿Cuáles son las características de la Competitividad y rentabilidad de las MyPes, sector comercio, rubro calzado para damas y niñas, en el distrito de aguas verdes, 2018? Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la competitividad y rentabilidad del sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.

La presente investigación se ubica en el tipo Descriptiva, con un nivel de investigación Cuantitativo y un diseño No Experimental de corte transversal, la población es de 68 clientes y 10 propietarios de las diez (10) MyPes en el rubro calzado para damas y niñas, en el sector comercio, se aplicó la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos. Por lo tanto se concluye que cada empresa del rubro calzado para damas y niñas se preocupa por sus trabajadores ya que les brindan las herramientas necesarias para que se desenvuelvan y desempeñen de la mejor manera posible y esto va también para los clientes, ya que se les brindará una buena atención y un producto que cumpla con las exigencias que ellos requieren, de manera que se sientan satisfechos.

Palabras claves: competitividad, Rentabilidad y MyPes.

ABSTRACT

In the present investigation called "Characterization of the competitiveness and profitability of the MYPES, sector trade footwear for ladies in the district of green water, 2018". That is why after investigating and identifying the problem, what are the characteristics of the competitiveness and profitability of the MyPes, trade sector, footwear for ladies and girls, in the district of aguas verdes, 2018? Its general objective was: Determine the characteristics of competitiveness and profitability of the footwear trade sector for ladies and girls in the district of aguas verdes, 2018.

The present investigation is located in the descriptive type, with a level of quantitative research and a non-experimental cross-sectional design, the population is 68 clients and 10 owners of the ten (10) MyPes in the footwear category for ladies and girls, In the commerce sector, the survey and questionnaire were applied as data collection instruments. Therefore, it is concluded that each company in the women's and girls' footwear sector cares for its workers, since it provides them with the necessary tools to develop and perform in the best possible way and this also goes for the clients, since they are will provide good service and a product that meets the demands they require, so that they feel satisfied.

Keywords: competitiveness, profitability and MyPes.

INDICE

HOJA DE MIEMBRO DE JURADO	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INDICE	vii
I. INTRODUCCION	11
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES	35
2.2.1. COMPETITIVIDAD	35
2.2.2. RENTABILIDAD	40
2.2.3. LAS MYPES	44
2.2.4. HISTORIA CALZADOS	46
III. HIPOTESIS	50
IV. METODOLOGÍA	51
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	51
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	51
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	51
4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	51
4.5. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	53
4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATO	56
4.7. PLAN DE ANÁLISIS	56
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA	57
4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS	58
V. RESULTADOS	59
5.1. PRESENTACION DE RESULTADOS	59
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	68
VI. CONCLUSIONES	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXOS	84
ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	84
ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	85
ANEXO 03: ENCUESTA	86
ANEXO 04: VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS	90
ANEXO 05: LIBRO DE CÓDIGOS	106
ANEXO 06: ALBÚM DE FOTOGRAFÍAS	110

ANEXO 07: TURNITIN.....111

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Población.....	51
Cuadro 2: Operacionalización De Las Variables	53
Cuadro 3: Matriz De Consistencia De Competitividad y rentabilidad en Las MyPes Sector comercio, Rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Considera usted que todas las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un administrador de empresas?	59
Tabla 2: ¿Considera usted que la publicidad (afiches entre otros) es importante para las micro y pequeña?.....	59
Tabla 3: ¿Considera usted que los precios bajos son importantes para la adquisición de un producto?.....	59
Tabla 4: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de ofrecer varias promociones, (descuentos, ofertas etc.)?.....	60
Tabla 5: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben contar con productos de marca?	60
Tabla 6: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben diferenciarse de lo que hace su competencia?	60
Tabla 7: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un buen local para la atención al público?	60
Tabla 8: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de estar en constante innovación de nuevos productos?	61
Tabla 9: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de capacitar a sus trabajadores (ventas)?.....	61
Tabla 10: ¿Considera usted los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas está comprometido con su trabajo?	61
Tabla 11: ¿Considera usted que la atención que brinda los trabajadores cumplen un rol importante en el funcionamiento de las Micro y pequeñas empresa?	61
Tabla 12: ¿Considera usted que el personal de ventas de las Micro y pequeñas empresas es respetuoso?.....	62

Tabla 13: ¿Considera usted que el trato que le brindan en las Micro y pequeñas empresas es el más adecuado?	62
Tabla 14: ¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas es activo a la hora de atenderle?.....	62
Tabla 15: ¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas tiene poder de convencimiento?.....	62
Tabla 16: ¿Considera usted que la presentación de cada trabajador es importante para las Micro y pequeñas empresas?	63
Tabla 17: ¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales?.....	63
Tabla 18: ¿Usted cree que sus ingresos son mayores que la de su competencia?.....	63
Tabla 19: ¿Los rendimientos de sus ventas cumplen con sus expectativas?	63
Tabla 20: ¿La empresa cuenta con una liquidez disponible para resolver algún imprevisto? ..	64
Tabla 21: ¿Utiliza frecuentemente en los créditos financieros en sus actividades Comerciales?.....	64
Tabla 22: ¿La optimización de los costos es importantes para usted?.....	64
Tabla 23: ¿Considera que su negocio corre riesgo de endeudamiento?.....	64
Tabla 24: ¿Sus gastos son mayores que sus ventas?.....	65
Tabla 25: ¿Considera que sus proveedores son los más eficientes del mercado?.....	65
Tabla 26: ¿El tipo de cambio es importante para usted?.....	65
Tabla 27: ¿Formular o elaborar presupuesto es importante para usted?	65
Tabla 28: ¿Considera usted que una mala toma de decisión puede traer consecuencia en su negocio?	66
Tabla 29: ¿Considera que la productividad en su empresa ha mejorado en el último año?	66
Tabla 30: ¿Sus pedidos los hace con frecuencia (una vez a la semana)?	66
Tabla 31: ¿El rendimiento de su efectivo es el más alentador?.....	66
Tabla 32: ¿Cuenta con el suficiente capital como para no contar con préstamos a los bancos? 67	

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado “Caracterización de la competitividad y rentabilidad de las MYPES, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018” La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración y comprenden el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

Las unidades económicas materia de trabajo son MyPes del departamento de Tumbes, dedicadas entre otras actividades al rubro de calzado para damas y niñas; en el distrito de aguas verdes se han identificado que existen 10 MyPes dedicadas a este rubro objeto de la investigación, el estudio parte del problema la competitividad y rentabilidad en el distrito de aguas verdes, en donde se pretende investigar ¿Cuáles son las características de la competitividad y rentabilidad de las MYPES, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación Determinar las principales características la competitividad y rentabilidad de las MYPES, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018. Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas tiendas comerciales sea factible para la comodidad de los propietarios, para así posteriormente se hace poder determinar diferentes características que ayuden a la competitividad y rentabilidad en el mercado y así poder

brindar estrategias para la solución mediante este informe de investigación.

Dentro del entorno externo las MyPes les comprometen investigar los aspectos claves del entorno que envuelve el negocio y que actúa de manera directa e indirecta, empleando el método PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal).

En el ámbito *político*. Las MyPes presentan limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, informalidad, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información; factores que ha originado el crecimiento de problemas que en la actualidad las MyPes del país atraviesan, y no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional. (Quispe, 2016)

El ministro de la Producción de Perú Pedro Olaechea, señaló que el Gobierno busca el crecimiento de la micro y pequeña empresa (MyPe) a través de su asociatividad en las cooperativas, a fin que reduzcan sus costos de operación y aumenten su productividad. Para ello, señaló que el proyecto de la nueva Ley General de Cooperativas estará listo para ser debatido por el Congreso de la República en la primera legislatura del 2018, a fin de consolidar un único marco normativo y fomentar el crecimiento de este sector. Destaco que el impulso a las cooperativas ya es una política de Estado, porque el 97% de las unidades productivas del país son pequeñas, y no cuentan por sí solas con el capital suficiente para incrementar su producción. En la inauguración del Encuentro Nacional

de Cooperativas (ENCOOP PERU 2017). Actividad, refirió que las cooperativas son un modelo productivo con mucho éxito en Estados Unidos, Francia y otros países del mundo. (Portal américaeconomía.com, 2017).

En el ámbito *económico*. Sabemos, que uno de los problemas que no nos va a resolver la economía globalizada es el despegue y consolidación de la Micro y Pequeña Empresa. Tanto, para fortalecer la actividad empresarial MyPes privada industrial, como para pensar en el futuro y suponer un Perú mejor, y movilizar la capacidad nacional de creación colectiva. Por otro lado, se tiene también en claro, que el trabajo lo tiene que generar el sector privado, básicamente. No una responsabilidad del Estado crear directamente puestos de trabajo. A nivel local y regional, el fenómeno de la aparición de la micro y pequeña empresa industrial, ha sido y es para muchos estudiosos de las ciencias sociales, consecuencia del tipo de crecimiento socio económico que ha tenido el país desde mediados del siglo XX. (QUIÑONES _2015).

Comercio minorista: 77,5% de empleos peruanos son informales Según el Instituto Peruano de Economía (IPE), el 90% de peruanos trabajan en una MyPe y perciben un sueldo un 50% más pequeño que quienes laboran en una gran empresa. Luego de tres años consecutivos de estancamiento y caída progresiva en la inversión privada, la expectativa de crecimiento para este 2018 es de 3,5% a 4%, según estimaciones alentadoras. Por ello, la situación económica del país evidencia como principal reto incrementar la inversión pública y privada del país, uno de los ejes de

trabajo que forman parte del plan expuesto por el presidente Martín Vizcarra. (Diario el comercio_2018)

En el ámbito *social*. La responsabilidad social que tiene el empresario, más allá de que su primer interés sea generar riqueza. “Contribuir al desarrollo de la sociedad es una tarea indelegable. El empresario no puede ser una isla en un mar de frustración y atraso”, sostiene Espinosa. En ese sentido, debe ser consciente de que una buena reputación es un buen negocio. Y qué mejor reputación que contribuir con la comunidad. “La responsabilidad social del empresario no es filantropía ni reemplazar al Estado, es apoyar al crecimiento de la comunidad en la que vive. ¿Cómo? Generando trabajo, pagando impuestos, cuidando la educación de sus trabajadores y preservando el clima ambiental”, finaliza Espinosa (diario la gestión, 2018).

Gobierno potenciará Fondo Productivo de MyPes para incrementar su desarrollo, Mejorar implican usar garantías y que entidades financieras no pidan a clientes estar en régimen de la MyPe Tributario Por Malena Miranda. El Ministerio de la Producción (Produce) dio a conocer que trabaja con el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y Cofide para mejorar el Fondo para el Fortalecimiento Productivo de las Micro y Pequeñas Empresas (Forpro). De esta manera, se busca facilitar e incrementar el financiamiento, reactivar y afianzar el crecimiento de estos emprendedores en todo el país, señaló. En ese contexto, el director general de Desarrollo Empresarial de Produce destacó que se analiza introducir garantías (no recíprocas) en el ámbito del Forpro y fijar que no

se soliciten a los emprendedores la condición de encontrarse en el régimen de MyPe Tributario. (Andina.pe_2018)

En el ámbito *tecnológico*. El ambiente competitivo de las empresas cambia muy a menudo de la misma forma que evolucionan las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). En el transcurso de los años los avances tecnológicos han contribuido al crecimiento de la competitividad del ambiente empresarial. Asimismo, han provocado oportunidades de crecimiento y desarrollo de mejores prácticas empresariales para todo tipo de empresas. Sin embargo, la rapidez de la dinámica exige a las empresas mantener el ritmo, es decir, la estructura empresarial se está viendo transformada por el cambio incesante de las TIC. (Tesis de RUIZ Y TRINIDAD, 2017).

El 60% de MyPes que usan la tecnología duplica su facturación Ministerio de la Producción lanzó el Kit Digital, una plataforma que busca incrementar las ventas de MyPes, que generan más del 85% del empleo privado en el país. De los 1.7 millones de micro y pequeñas empresas (MyPes) formales que existen en el Perú, el 60% usan las Tecnologías de la Información (TI) con las cuales facturan el doble frente a las MyPes que no lo utilizan (40%), informó Gonzalo Villarán, Director General de Innovación, Tecnología, Digitalización y Formalización del Ministerio de la Producción (Produce). (Diario la exitosa 2017).

En el ámbito *ecológico*. En la actualidad, la situación del medio ambiente no es la más alentadora. El ser humano ha afectado la naturaleza desde sus

épocas más primitivas. Las actividades del hombre impactan de manera directa en el ecosistema, provocando su degradación y desequilibrio. El modelo de vida actual utiliza y explota los recursos de la Tierra a una velocidad mayor a la de su capacidad de regeneración. Supone un consumo de recursos naturales cada vez más creciente e insostenible. La contaminación del aire, del agua y los suelos, la extinción de especies, la sobre explotación y la disminución de los recursos renovables y no renovables son prueba de la degradación ambiental provocada por el hombre. Es indiscutible que el deterioro del medio ambiente acarrea una serie de consecuencias realmente alarmantes en el planeta, que se verán incrementadas a través del transcurso de los años. Frente a este contexto es necesario adoptar una actitud realmente crítica y reconsiderar el lugar que el cuidado del medio ambiente ocupa en la sociedad. Esta situación reclama una toma de conciencia y un compromiso mayor de toda la sociedad destinada a proteger y preservar el planeta. Las empresas como principales agentes contaminantes, deben buscar un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el desarrollo social, de forma tal de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. (Lecuona, 2012).

Hoy en día existe una gran preocupación por el cuidado y preservación del medio ambiente a nivel mundial, las personas, empresas y los gobiernos están empezando a tomar conciencia sobre lo realmente importancia que es cuidar los ecosistemas. En este contexto, uno de los temas que han cobrado importancia en el ámbito de las empresas es el de la gestión

ambiental. Esto se debe a que se ha generado un interés cada vez mayor por el control y la prevención de los impactos negativos de sus actividades productos y servicios sobre el medio ambiente. La industrialización es un factor decisivo que actúa sobre el medio físico: las emisiones contaminantes a la atmósfera, los vertidos a ríos y mares, la producción de residuos, etc (revista global de negocios, 2016).

En el ámbito *legal*. Según el Decreto Ley 23189, establece a la pequeña empresa como ente unipersonal o EIRL, la cual será encaminada por su propietario quien ejercería las veces de trabajador. Esta norma establece el parámetro máximo de 10 trabajadores para actividades de producción y 5 para servicios; además fija como límite máximo de ingresos los 100 SMV para la pequeña empresa industrial y 50 SMV para la actividad comercial. Finalmente se establece un régimen tributario especial y un fondo de promoción. (Tesis de Santander, 2013)

Las MyPes podrán ser construidas en tres días por la nueva ley MyPe. La norma busca que la micro y pequeñas empresas apunten a la formalización, preciso la ministra de la producción Mercedes Araoz. El ministerio de la producción comenzó una agresiva campaña con el propósito de dar a conocer y promocionar a nivel nacional los beneficios que brinda la nueva ley de promoción y formalización de la micro y pequeñas empresas (ley MyPe) en factor de su desarrollo. (Diario la gestión_2018). Frente a lo propuesto se formuló el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las características de la Competitividad y rentabilidad de las MyPes, sector comercio, rubro calzado para damas y niñas, en el distrito

de aguas verdes, 2018? Permitiendo elaborar el objetivo general de investigación: Determinar las características de la Competitividad y rentabilidad de las MyPes, sector comercio, rubro calzado para damas y niñas, en el distrito de aguas verdes, 2018. Y los objetivos específicos: a) Describir los factores competitivos de las MyPes sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018. b) Determinar al personal calificado de las MyPes sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018. c) Describir la rentabilidad económica de las MyPes sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018. d) Determinar el manejo de inversión de la MyPes rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.

Este estudio se justifica porque nos permitirá describir las características de la competitividad y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio en el rubro Calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, periodo 2017-2018 es decir, determinará las principales características de los rubros empresariales anteriormente especificado del sector comercio del distrito de aguas verdes, Asimismo, la investigación nos permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera la competitividad y la rentabilidad en las acciones de las MYPES del sector servicio, rubro calzado para damas y niñas. Finalmente, el estudio servirá de base para realizar otros estudios similares en diferentes sectores productivos y de servicios del distrito aguas verdes.

Practico: La investigación de la tesis va de acuerdo a las encuestas, y en los cuadros estadísticos, y los resultados, y además porque nos permite tomar buenas decisiones al recoger los datos de dicha investigación 3

Profesionalmente: Por haberme dado la oportunidad de titularme como licenciado en Administración de Empresa, agradecerle a los docentes por haberme brindado su dedicada enseñanza.

Metodología: según Hernández, Fernández y batista (2000), se justifica a través de los resultados y gracias por las intervenciones técnicas, instrumentos de tipos de fuentes de información, aproximando en los resultados coherentes y claros, contribuyendo en la creación de nuevos instrumentos y en la recolección de datos y en el análisis de los datos, estaremos realizando un diseño de investigación Descriptivo, ya que buscamos describir relaciones entre las variables en un momento determinado.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Según Bruno (2018), en su tesis *“Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MyPes del sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes, 2017”*.

Sostiene que, la presente investigación tiene por título, Cuyo problema general es como se caracteriza el financiamiento y rentabilidad de las MyPes, sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes, 2017. Frente a ello, la investigación en relación a la pregunta general, el objetivo general es: Determinar las características del financiamiento y rentabilidad de las MyPes, sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes, 2017. El tipo de investigación es descriptivo, de nivel cuantitativo y de diseño no experimental; para este trabajo se usó una población de 12 empresas MyPes del sector en estudio, a quienes se les aplicó un cuestionario dirigido a los propietarios, usando la encuesta como técnica. Se concluyó lo siguiente: De acuerdo al financiamiento, dimensión préstamos bancarios, la mayor parte de las MyPes en estudio si trabajan con entidades financieras, teniendo en cuenta la tasa de interés y los plazos que le es otorgado sus créditos; respecto a dimensión capacidad de endeudamiento, las empresas MyPes encuestadas si tienen una capacidad económica como hacer frente a su pasivo. En lo que consiste a rentabilidad, dimensión ventas las MyPes en su totalidad si cumplen con las ventas estimadas de su plan de negocio, por ende, se considera un negocio rentable; respecto a dimensión liquidez, las MyPes

si cuentan con una liquidez factible para cubrir cualquier imprevisto económico que se pueda presentar dentro de la misma.

De acuerdo con Espinoza (2018), en su tesis “caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MyPes del sector comercio rubro ferreterías del distrito de tumbes, año 2017”. sostiene que, el presente trabajo de investigación tiene por título, “caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MyPes del sector comercio rubro ferreterías del distrito de tumbes, año 2017”. Cuyo problema general es ¿Cuáles son las Características del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio Rubro Ferreterías del Distrito de Tumbes, año 2017?, tiene como objetivo general Determinar características del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio - Rubro Ferretería del Distrito de Tumbes, año 2017.

La metodología de investigación utilizada es de nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por los 08 Gerentes de las Mypes del Rubro Ferretería del Distrito de Tumbes, se tuvo como técnica la encuesta, el instrumento fue el cuestionario.

Dentro de las principales conclusiones se pudo identificar que las MyPes supera su falta de liquides aplicando estrategias de reinversión de utilidades y venta de activos, en cuanto al crecimiento y expansión estos acceden a las fuentes de financiamiento internas y externas, así también tenemos que el disminuir sus gastos generales e introducir nuevos productos al mercado pero sin excederse en los stocks.

Considera Navarro (2017), en su tesis *“caracterización del financiamiento y capacitación en la rentabilidad de las MyPes del sector comercio, rubro boticas del distrito de yarinacocha, año 2015”*. Sostiene que, El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo determinar la caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MyPes en el sector comercio, rubro boticas del distrito de Yarinacocha, año 2015. La investigación fue descriptiva, se escogió una muestra poblacional de 17 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios; el 47,1% de los representantes legales oscilan entre 36 a 45 años. El 58,8% son del sexo femenino. El 76,5% tienen grado de instrucción Superior no universitaria completa. El 64,7% son convivientes. El 52,9% son químicos farmacéuticos. Respecto a las características de las microempresas; el 70,6% de las empresas tienen de 4 a 8 años en el rubro. El 100% de las empresas son formales. El 64,71% de las empresas tuvo como motivo de formación “obtener ganancias”. Respecto al financiamiento; el 76,5% de las empresas contaron con financiamiento de terceros. El 58,8% contaron con financiamientos bancarios. El 35,3% de las empresas invirtió el crédito en capital de trabajo. Respecto a la percepción de la rentabilidad de las MyPes; el 88,2% indica que con el financiamiento, si mejora su rentabilidad. El 88,2% indica que con la capacitación, si mejora su rentabilidad. El 76,5% de las empresas mejoró su rentabilidad en los dos últimos años. El 76,5% de las empresas indica que no disminuyó su rentabilidad en los dos últimos años.

Según Gamarra (2017), en sus tesis “*gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de huarmey, 2016*”. Sostiene que, La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. El tipo de investigación fue aplicada – cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Se utilizó una población de 22 Micro y Pequeñas Empresas la cual se determinó una muestra dirigida de 18 Micro y Pequeñas Empresas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta que se realizó a través de un cuestionario conformado de 20 preguntas. De esta manera se obtuvo los siguientes resultados: el 55% de los empresarios tienen entre 31-50 años de edad. El 67% de los empresarios respondieron que son de sexo masculino. El 61% tienen grado de instrucción secundaria. El 100% de las Micro y Pequeñas Empresas son formales. El 61% de las Micro y Pequeñas Empresas fueron creados con la finalidad de generar ganancia. El 44% de los empresarios señalaron que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención. El 72% de los empresarios si conocen el término de gestión de calidad, pero el 72% no utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación. Concluyendo que, los empresarios tienen edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen grado de instrucción secundaria, las Micro y pequeñas empresas son formales, se crearon para generar ganancia, y atienden con prontitud. Sus propietarios

conocen la gestión de calidad pero no usan las Tecnologías de Información y Comunicación.

De acuerdo con Aguilera Aguilar (2016), en su tesis *“caracterización de la formalización de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas de la urbanización bellamar ii etapa del distrito de nuevo chimbote, provincia del santa, periodo junio 2013 a mayo 2014”*. Sostiene que, El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo determinar las principales características de la formalización de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas de la Urbanización Bellamar II Etapa del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, Período Junio 2013 a Mayo 2014. La investigación fue de tipo cuantitativa – descriptiva, su diseño fue no experimental – Descriptivo de corte transversal. Se trabajó con una muestra de 17 MYPES de la Urbanización Bellamar II Etapa del Distrito de Nuevo Chimbote, a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Los principales resultados encontrados fueron: El 35,3% sí consideran que la formalización le proporciona rentabilidad, el 41,2% sí creen que la formalización ayuda a crecer en el mercado, el 35,3% no opinan cuanto tiempo demora realizar los trámites para la formalización, el 41,2% perciben todas las ventajas de la formalización (aumento de ventas, acceso a crédito, incremento de clientes) el 47,1% la medida que les motivaría para su formalización es que el estado a través de las entidades les brinden facilidades, el 82,4% creen que la municipalidad no ayuda a formalizar una MYPES.

Finalmente, las conclusiones son: En su gran mayoría, la formalización, a las MYPES en estudio; si les proporciona rentabilidad y ventajas, ayudándoles a crecer en el mercado.

Considera Tapia (2016), en su tesis *“caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del mercado las malvinas de chimbote, 2013”*. Sostiene que, La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro ferretería del mercado Las Malvinas de Chimbote, 2013. La investigación fue no experimental – transversal descriptiva, para el recojo de la información se obtuvo una muestra de 30 MYPES de una población de 120, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de las MYPES encuestadas tienen estudios secundarios, el 73% respondieron que iniciaron su empresa con la finalidad de obtener ganancias, la totalidad de las MYPES saben que significa competitividad, el 40% considera su negocio competente ya que ofrecen a sus clientes precios accesibles, el 53% de los encuestados aplicarían la promoción como nueva estrategia y el 70% fue capacitando indicando que fue provechoso para su negocio y para ellos como dueños de su MYPE. Finalmente, las conclusiones son: El 53% de las MYPES encuestadas del sector comercio, rubro ferretería del mercado las Malvinas de Chimbote, son personas de 51 años a mas, el 60% se encuentra permanente en el mercado de 1 a 20 años y el 53% considera

que son recomendados a sus clientes potenciales por los precios que ofrecen.

De acuerdo con hung (2016), en su tesis *“caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de calzado, en el mercado modelo del distrito de chimbote, 2013”*. Sostiene que, La investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de calzado, en el mercado modelo del distrito de Chimbote, 2013. La investigación utilizó el diseño no experimental, transversal. Para el recojo de la información se tuvo una población de 30 MyPes en la cual se escogió una muestra dirigida de 10 MyPes a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 70% en las micro y pequeñas empresas encuestadas del sector comercio-rubro venta de calzado, en el mercado, distrito de Chimbote conocen que la capacitación mejora la eficiencia de sus colaboradores, mientras el 100% considera su empresa es competitiva debido a la capacitación de sus colaboradores, por mejores ventas, mejor servicio al cliente, captación de clientes he incremento de utilidades. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría 70% de micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro venta de calzado, en el mercado modelo del distrito de Chimbote, conocen la eficiencia de la capacitación en sus colaboradores y 100% consideran a su empresa competitiva.

Considera Llacas (2016), en su tesis *“caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta*

minorista de abarrotes en el mercado César Vallejo de Chimbote, 2014”.

Sostiene que, El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de abarrotes en el Mercado César Vallejo del Distrito de Chimbote, año 2014. La investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptiva, de diseño no experimental - transversal; para el recojo de información se escogió de una población de 13 Micro y pequeñas empresas, una muestra del 100% de la población, a quienes se les aplicó un cuestionario de 11 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Con respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas, el 84.62% son de género femenino y el 69,23% tienen estudios secundarios; con respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas, el 100% son informales, el 66,67% tienen más de 6 años en la actividad empresarial y el 100% tienen el objetivo de subsistir y obtener ganancias; con respecto al financiamiento de las micro y pequeñas empresas, el 69,23% cuentan con capital propio y de terceros, el 53,85% solicitó créditos en las cajas municipales, el 69,23% solicitó de S/. 20,001.00 soles a más. Finalmente, se concluye que las micro y pequeñas empresas del Mercado César Vallejo de Chimbote dedicadas a la venta minorista de abarrotes financian su actividad comercial y la mayoría recurre a las cajas municipales.

Según López (2015), en su tesis *caracterización de la formalización y el financiamiento de las mypes del sector comercio - rubro venta de prendas de vestir para damas del distrito de nuevo chimbote, del año 2013* sostiene que, La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la formalización y el financiamiento de las MYPES del sector comercio–rubro venta de prendas de vestir para damas del Distrito de Nuevo Chimbote del año 2013. La investigación fue Cuantitativa-Descriptiva; para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 15 MYPES de una población de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 40% de las MYPES encuestadas está debidamente formalizada, mientras que el 60% trabaja en la informalidad. En cuanto al financiamiento el 33% de las MYPES encuestadas obtienen financiamiento de entidades no bancarias, el 20% utilizó financiamiento de usureros y solo el 7% utiliza financiamiento bancario. Con respecto en que invirtieron el financiamiento el 40% de los representantes de las MYPES, contestaron que lo utilizaron para su capital de trabajo. Finalmente, las conclusiones son: La gran mayoría de las MYPES encuestadas no está debidamente formalizadas y se deciden por un financiamiento no bancario.

De acuerdo con Meza (2015), en su tesis “*caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro producción y venta de calzado del distrito el porvenir – trujillo, 2013*”. sostiene que, La presente

investigación tuvo como objetivo general: determinar y describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro producción y venta de calzado del distrito El Porvenir – Trujillo, 2013. La investigación fue de diseño no experimental transeccional descriptiva, para llevarla a cabo, se escogió una muestra poblacional de 15 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: en cuanto a las características de los empresarios estudiados, el 100% son adultos, el 60% son del sexo masculino, el 47% tiene instrucción superior universitaria incompleta y el 100% son empresarios. En cuanto a las características de las MYPE, el 60% lleva más de 3 años en la actividad empresarial y el 100% son formales. En cuanto al financiamiento, el 80% financia su actividad con préstamos de terceros, el 100% de créditos otorgados fue en los montos solicitados y el 67% invirtió el crédito recibido en capital de trabajo. Respecto a la capacitación, el 67% recibió capacitación antes del otorgamiento de los préstamos y para el 87% la capacitación es una inversión. Respecto a la rentabilidad, el 60% percibió que el financiamiento mejoró la rentabilidad de sus empresas, el 53% percibió que la capacitación mejoró la rentabilidad y el 80% percibió que la rentabilidad mejoró en los 2 últimos años. Finalmente, las MYPE estudiadas, obtuvieron financiamiento de terceros para desarrollar sus actividades productivas.

Considera chero (2015), en su tesis *“influencia del financiamiento en la gestion de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio*

rubro venta mayorista de alimentos del distrito de nuevo chimbote, año 2014” sostiene que, La investigación tuvo como objetivo general, determinar la influencia del financiamiento en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta mayorista de alimentos del distrito de nuevo Chimbote año 2014. La investigación fue No experimental-Trasversal-correlacional, para el recojo de información se utilizó una muestra de 71 MyPes de una población de 100, a quienes se les aplicó un encuesta de 20 de preguntas cerradas. Obteniéndose los siguientes resultados: cuando el financiamiento de MyPes, es bajo se puede alcanzar una gestión estable de la calidad del 13.60%, si el financiamiento de Mypes es normal se alcanza una gestión estable del 85.3% y una gestión del 50% en proceso de mejora, podemos indicar que cuando el financiamiento de Mypes es alto, alcanza una gestión estable del 3%, y una gestión en proceso de mejora de 50%. El valor de chí cuadrado es 16.06 con una significancia de 0.003, el cual es menor a 0.05 por lo que se acepta la hipótesis El financiamiento influye en la gestión de calidad de las mypes del sector comercio del rubro venta mayorista de alimentos del distrito de nuevo Chimbote año 2014.

Según Bazán (2015), en su tesis “caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro librerías del distrito de virú, 2013.” Sostiene que, el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: determinar y describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro librerías del Distrito de Virú, 2013. La investigación fue

descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 8 Mype, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los representantes legales de las MyPes: el 50% de los dueños de las Mypes estudiadas son adultos, el 63% son de género masculino y el 70% tienen secundaria completa. Respecto a las principales características de las MyPes: el 63% de las Mypes estudiadas tienen más de 3 años en la actividad empresarial, el 62% son formales y el 63% tienen un trabajador permanente. Respecto al financiamiento: el 100% de las Mypes financiaron su actividad económica con préstamo a terceros, el 75% lo invirtió en capital de trabajo y al 88% el crédito otorgado fue a corto plazo. Finalmente, se concluye que el financiamiento otorgado por terceros a las Mypes estudiadas, genera mayor rentabilidad porque incrementa sus activos.

De acuerdo con Bravo (2015), en su tesis *“caracterización de la capacitación y formalización de las MyPes del sector comercio - rubro ventas de prendas de vestir, distrito de chimbote, año 2013”* sostiene que, La presente investigación tuvo por objetivo describir las principales características de la capacitación y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro venta de prendas de vestir, distrito de Chimbote, año 2013; bajo un enfoque de investigación Descriptiva con diseño no experimental. De una población de 30 MYPES dedicadas a la venta de prendas de vestir de las cuales se seleccionó la muestra de forma intencionada o dirigida de 20 MYPES a quienes se realizó un cuestionario de 18 preguntas mediante la encuesta obteniendo los

siguientes resultados; el 60% de los representantes legales su edad fluctúa entre 18 – 30 años, el 50% de las MYPES tiene entre 0 – 3 años de constitución; el 40% fue para generar ganancias, el 75% de las MYPES son informales, el 40% indicaron que la causa es el hecho de pagar impuestos, el 50% de las MYPES no ha recibido capacitación alguna, de ello el 70% indica que es por falta de tiempo, el 80% de las MYPES afirmaron que la capacitación contribuyó en el aumento de sus ventas. Conclusión: La mayoría de los representantes de las MYPES tienen entre 18 a 30 años de edad, la mitad tiene entre 0 a 3 años de constituido, donde la mayoría relativamente fue para generar ganancias; por ello la mayoría de las MYPES son informales a causa de que la mitad de las MYPES no recibieron capacitación, por ello la mayoría fue por falta de tiempo.

Considera Bernaola (2015), en su tesis *“caracterización del financiamiento, capacitación competitividad y rentabilidad de las MyPes del sector comercio - rubro cevicherías del distrito de chimbote, período 2012-2013”* sostiene que, La investigación tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento, capacitación, competitividad y rentabilidad de las MYPES del Sector Comercio - Rubro Cevicherías del distrito de Chimbote, período 2012-2013.” La investigación fue descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 110 MYPES, se aplicó un cuestionario de 22 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 58% de las MYPES encuestadas obtienen financiamiento del Sistema Bancario y el 41% del

financiamiento recibido lo utilizan como capital de trabajo. En cuanto a la capacitación, el 78% de las MYPES encuestadas no capacitan a su personal y el 32% si lo hacen, y en cursos de atención al cliente y marketing. Con relación a la competitividad el 67% de las MYPES encuestadas no cuentan con un plan estratégico, mientras que el 33% si cuenta con este documento, el 64% de la MYPES creen que son competitivas por la calidad de sus productos, mientras que un 37% no cree que su empresa es competitiva. En cuanto a la rentabilidad el 91% de los encuestados perciben que su empresa es rentable y que han mejorado en los últimos años, mientras que un 9% percibe que no es rentable. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de las MYPES encuestadas obtienen financiamiento del sistema bancario, un porcentaje mínimo de ellas capacitan a su personal, la mayoría de las MYPES no cuentan con documentación importante para la empresa, pero creen que son competitivas por la calidad de sus productos y perciben que son rentables.

según castillo (2015), en su tesis “caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del Perú: caso de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro carpinterías del distrito de Chimbote, 2014” sostiene que, El presente trabajo de investigación titulado: “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del Perú: caso de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro carpinterías del distrito de Chimbote, 2014”, ha tenido por objetivo determinar y describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del Perú y del sector

comercio-rubro carpintería del distrito de Chimbote 2014. La investigación fue de tipo cualitativa y cuantitativa y para la realización se escogió una muestra de 5 MYPES del sector comercio-rubro carpinterías del distrito de Chimbote; a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados fueron: Respecto a los empresarios: De las MYPES encuestadas se establece que los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 26 y 60 años, el 60% son del sexo masculino y el 60% de los representantes legales de las MyPes poseen instrucción secundaria completa. Respecto al financiamiento: En el año 2014, el 75% de los empresarios recibieron montos de créditos entre 3,000 y 10,000 nuevos soles; el 100% de las MyPes recibieron crédito del sistema bancario; al 50% les otorgaron el crédito al 2,5 % y 1,5% de interés mensual; el 75% de los microempresarios encuestados dijeron que invirtieron los créditos recibidos como capital de trabajo; el 100% de los microempresarios encuestados dijeron que los créditos que obtuvieron sí mejoraron la rentabilidad de sus empresas.

De acuerdo con Jiménez (2015), en su tesis *“caracterización del financiamiento, la capacitación, y la rentabilidad de la MyPes del sector comercio, rubro abarrotes del distrito Chimbote, año 2013”*. Sostiene que, La presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio-rubro abarrotes del distrito de Chimbote. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 microempresas,

a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y las MYPES: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 100,0%, el 40,0 % de los representantes tienen una edad entre 31 – 50 años, de los encuestados y el género es del 100,0 %, el 70,0 % dijeron que son mujeres. Así mismo, las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: Del 100,0%, el 50,0 % afirman que tienen entre 4 a 6 años en la actividad empresarial y el 40,0 % tienen trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 40,0 % no solicito créditos financieros, y el 40,0 % lo invirtió en compra de activo de su local. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 60,0 % recibió capacitaciones en los últimos años, y el 60,0 % recibió capacitación en Atención al cliente. Respecto a la Rentabilidad: el 90,0 % afirma que con el crédito otorgado ha mejorado su negocio, 70,0 ,0 % mejorado la infraestructura de su empresa con la Rentabilidad que obtuvieron.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. COMPETITIVIDAD

2.2.1.1. DEFINICIÓN:

Según Berdugo (2014); El término competitividad está hoy de moda. A este se refieren y es aplicado por los gobiernos pues se ha convertido en una meta en sí mismo en la formulación e implementación de las políticas económicas: si el tema es la salud, lo presupuestal, el empleo, la

inversión o el medio ambiente, ahí está presente. Cuando se habla de una mayor inserción de los países en la economía global, indefectiblemente lo evocan. Los empresarios, de forma constante, acuden a él en el ámbito de sus empresas y fuera de ellas. En los foros económicos, nacionales e internacionales es de uso obligatorio. Los académicos y los políticos también se lo apropian o lo difunden. Y hasta el ciudadano común y corriente interviene en las discusiones que se dan sobre el concepto. Tal es el interés por el tema que los países o el sector privado han realizado organismos de carácter nacional y mundial, dedicados a tratarlo.

Según rodríguez (2015); Cuando mencionamos competitividad, nos referimos al desarrollo de la capacidad de competir para buscar la consecución de un fin determinado.

Esta rivalidad, hablando de empresas, regiones o países, implicará una competencia dentro de sectores o mercados determinados, ofreciendo o demandando algún(os) producto(s) o servicio(s).

El concepto ha ido evolucionando con el paso del tiempo y en la actualidad, está ligado, básicamente, con la productividad, es decir, con la capacidad de las empresas, regiones o países para aprovechar de la mejor manera posible los recursos que tienen para producir y ofrecer bienes o servicios comparativamente en mejores condiciones de costo, calidad y precios de lo que otros podrían hacerlo.

Según Monterroso (2016) la competitividad es un término que indica la posición de una empresa en relación a las otras, asociándose entonces a la permanencia en el mercado y a la generación de valor para el cliente.

Este último no necesariamente se mide en términos de precios/costos, sino que puede incluir un sinnúmero de variables, tales como la disponibilidad de un artículo, su calidad, su facilidad de uso, su vida útil, su confiabilidad, sus atributos simbólicos entre otros, como así también el trato que recibe el cliente de los prestatarios de un servicio, la velocidad de respuesta ante un pedido o la capacidad de adaptación de las empresas frente a los cambios que se dan en el mercado, entre otras.

ESTRATEGIAS DE LA COMPETITIVIDAD

Las oportunidades de negocio siempre están latentes y la capacidad de cada empresa por aprovecharlas se refleja en su crecimiento año con año. Un factor para canalizar más negocios es controlar las operaciones diarias y ser más rentables desde sus propios recursos; para ello, el principal impulsor es la tecnología.

Al buscar nuevos clientes y “engañarlos” es natural que como empresario no estés preparado para hacer frente a proyectos por encima de lo que se tiene, esto debido a diferentes causas, como falta de control de los inventarios, desconocimiento de los flujos de efectivo, impuestos, etc. Entonces, ¿cómo hacer que crezca un negocio si no tiene bien cimentada la operación?

Una encuesta sobre alta dirección desarrollada por la firma KPMG, reveló las 5 principales estrategias que tienen que adoptar las organizaciones para mejorar su competitividad para un futuro:

1. Reducir costos y maximizar capacidades (83% en 2012 vs. 81% en 2011)
2. Incrementar la satisfacción de los clientes (78% en 2012 vs. 74% en 2011)
3. Mejorar los procesos y el desempeño (77% en 2012 vs. 75% en 2011)
4. Innovar y desarrollar nuevos productos (57% en 2012 vs. 53% en 2011)
5. Expandirse a nuevos mercados (52% en 2012 vs. 49% en 2011)

Para llevar a cabo estas metas, es necesario utilizar Tecnologías de Información (TI), las cuales sirven como herramientas que se pueden aplicar internamente para acelerar los procesos de logística, administración de inventarios, canales de distribución, sistemas contables y de facturación dando cumplimiento a las normas fiscales.

Para María Elvira Méndez Mercado, Maestra en Finanzas por la Facultad de Negocios de la Universidad La Salle, la mayoría de las MyPes trabajan de forma intuitiva o especulativa, por ello deben aplicar el estudio FODA, que les permita identificar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Otro de los retos que tienen es conocer a su cliente objetivo, para satisfacer sus necesidades, y también a sus competidores.

Además, las empresas pueden obtener nuevos negocios a través de:

- Ferias nacionales e internacionales

- Expos
- Programas de exportación a diferentes países.
- Programas de incorporación de proveedores.
- Redes sociales

TEORIAS DE LA COMPETITIVIDAD

La teoría basada en recursos relativizó la perspectiva de producto-mercado al tener en cuenta la influencia que las empresas podían lograr en el entorno a través de la innovación y enfatizó el rol que el conocimiento podía tomar en los determinantes de la competitividad. Así, la competitividad sería resultado del conocimiento propio de cada empresa y sus características particulares. De acuerdo con esta teoría, las bases sustentables de competitividad residen en un proceso continuo y sostenido de innovación tecnológica y capacitación, fundado, especialmente, en la eficiencia y productividad que se logre a partir de los conocimientos y características propios de cada empresa. Esta corriente de pensamiento, por lo tanto, enfoca la competitividad hacia el interior de las empresas al plantear que éstas son diferentes entre sí debido, principalmente, a los recursos y capacidades que tienen, los que a su vez permiten aconsejar sus estrategias. La posesión de ciertos recursos y capacidades, en especial aquellos de cierta escasez o rareza, constituirían, entonces, el cimiento de las ventajas competitivas. Numerosos estudios han sido desarrollados bajo este paradigma, como por ejemplo la propuesta precursora de las de “competencias distintivas” de Selznick (1957), que resalta la propiedad de recursos, capacidades y rutinas para lograr eficacia y eficiencia; el estudio de Penrose (1959)

cuando destaca que “la posibilidad de producir nuevos artículos y de entrar en nuevos mercados hace que la expansión de la empresa no dependa tanto de los productos que en la actualidad se obtiene y sí de los recursos de los que se dispone”; el trabajo de Wernerfelt (1984) donde se afirma que “la eficiencia adquirida por una empresa es función de los recursos y capacidades distintivas que la misma controla, los cuales son fuente de sinergia y de ventajas competitivas porque provienen del aprendizaje colectivo y exclusivo de la empresa que compite en mercados imperfectos”.

En sus estudios sobre factores estratégicos Barney (1986) señala, en forma parecida al anterior, que las variables centrales que constituyen las ventajas competitivas son los recursos, las rutinas y las capacidades propias de las organizaciones. Barney analizó que “los recursos de la empresa incluyen todos los activos, capacidades, procesos organizativos, características de la empresa, información, conocimientos, que son controlados por ella y que le permiten concebir y incrementar estrategias para elevar su eficacia y eficiencia.”

2.2.2. RENTABILIDAD

DEFINICION

Según Arturo (2015); La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o

departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Según Ccaccya (2015); La rentabilidad es una noción que es aplicada a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de obtener ciertos resultados. Bajo esta perspectiva, la rentabilidad de una empresa puede evaluarse comparando el resultado final y el valor de los medios que se emplean para generar dichos beneficios. Sin embargo, la capacidad para generar las utilidades dependerá de los activos que tiene la empresa en la ejecución de sus operaciones, financiados por medio de recursos propios aportados por los accionistas (patrimonio) y/o por terceros (deudas) que implican algún costo de oportunidad, por el principio de la escasez de recursos, y que se toma en cuenta para su evaluación.

Según Serra (2015); La rentabilidad no es más que el beneficio que genera una inversión. Así, existen por ejemplo cuentas de ahorro que le garantizan una rentabilidad, como también hay instrumentos de inversión como los fondos mutuos o las acciones de la Bolsa de Valores de Lima, que suelen resultados más alentadores en el largo plazo, pero su magnitud es incierta.

ESTRATEGIAS DE RENTABILIDAD

1. Lleva un control adecuado de tus gastos

Controlar tus gastos tiene la ventaja de que cada nuevo sol que ahorres de manera inteligente se convertirá en un nuevo sol extra que tendrás como ganancia. Para este propósito te será de gran utilidad formular un estado

de flujo de efectivo mensual en el cual podrás analizar en qué rubros está gastándose más en tu empresa y en cuáles se pueden realizar ajustes que te permitan ser más eficiente.

De igual manera se recomienda que implementes la práctica de formular presupuestos con lo cual estarás monitoreando de manera constante los gastos y comprobando si se está siguiendo la política definida para estos de parte de cada uno de tus gerentes.

2. Incrementa tus márgenes de ganancia

Este margen de ganancia es la diferencia entre el precio de venta de tu producto o servicio y el costo que implica producirlo el cual paga la empresa. Existen diversas maneras de incrementar el margen como son:

- Aumentar los precios.
- Reducir los costos de los productos o servicios vendidos.
- Una mezcla de ambas opciones.

Si no estás de acuerdo en aumentar tus precios es de vital importancia que recuerdes que los consumidores van a aceptar un incremento en el mismo siempre y cuando sea competitivo con respecto a las demás ofertas en el mercado y estés dando un valor agregado, por tanto el precio pasa a segundo lugar. Lo importante es analizarlo y buscar un equilibrio en el cual puedas aumentar tus ganancias sin sacrificar la cantidad de ventas debido a insatisfacción de tus clientes.

Siempre toma como referencia el precio de mercado para conocer cuáles son los rangos en los que te puedes ubicar.

3. Gestiona de manera eficiente tu inventario

La correcta administración de tus inventarios es uno de los factores clave que inciden en el buen desempeño de las empresas y por ende el incremento de sus ganancias. Es imprescindible que la empresa cuente con un inventario bien gestionado y controlado para no generar costos insuficientes.

Como te comentamos en el artículo “Beneficios de un sistema de control de inventarios”, la gestión de los inventarios está compuesta por el control y la planificación de los mismos, en términos generales se trata de entender tres factores destacables:

- ¿Con qué frecuencia debe ser determinado el nivel de inventario para cada artículo?
- ¿Cuándo debe colocarse un pedido al proveedor?
- ¿Cuál es la cantidad óptima a ordenar?

El seguimiento y control de inventarios es una actividad medular en tu empresa ya que al tener una visibilidad confiable del mismo puedes tomar decisiones más adecuadas, además de disminuir costos al no cargar con excesos o faltantes de mercancía y por lo tanto ofrecer un servicio más óptimo a tu cliente.

4. Analiza la rentabilidad de tu cartera de clientes

Ser una empresa con enfoque en el servicio al cliente es una de las metas que tienen muchas empresas. El mercado actual es altamente competitivo

y centrarse en el cliente puede ser una ventaja muy importante y sustentable.

Una manera de conocer qué clientes son los que te están generando más ganancias es por medio de un análisis de rentabilidad actual y potencial en el cual identificarás en qué clientes es conveniente invertir más esfuerzos ya que tendrán mayor impacto en la rentabilidad, de esta manera te convendrá retenerlos y fidelizarlos. Procura tener toda la información más destacable de tus clientes, gracias a esta información podrás crear promociones y ofertas de productos y/o servicios que generarán más valor para tu cliente actual.

TEORÍAS DE LA RENTABILIDAD

a) Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de Markowitz

Markowitz avanza con una nueva teoría, indicando que el inversor diversificará su inversión entre diferentes alternativas que ofrezcan el máximo valor de rendimiento actualizado. Para enfatizar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado a la rentabilidad media esperada. La observancia de esta teoría asume que la existencia de una hipotética cartera con rentabilidad máxima y mínimo riesgo que, evidentemente sería la óptima para el decisor financiero racional. Es por ello que, con esta teoría se concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene por qué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por lo tanto, el inversor financiero puede aumentar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de

riesgo o, lo que es lo mismo, puede disminuir su riesgo dejando una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

b) Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de mercado de Huarpe

El modelo de mercado de Sharpe surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que, a su vez, fue el resultado de un proceso de simplificación que Sharpe realizó del modelo pionero de su maestro Markowitz.

Sharpe destacó que el modelo de Markowitz implicaba un proceso dificultoso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma correcta todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos. Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente. Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas sólo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título.

2.2.3. LAS MYPES

La nueva Ley de la micro y pequeña empresa, aprobada por Decreto Legislativo N° 1086, constituye una norma integral que no sólo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en

barreras burocráticas que no dejaban la formalización de este crucial sector de la economía nacional.

Así lo sostiene un informe legal de la Cámara de Comercio de Lima, el cual finaliza que esta novedosa legislación constituye la norma más relevante expedida por el Gobierno en el marco de las facultades legislativas delegadas por el Congreso de la República mediante la Ley N° 29157.

La norma, agrega, recoge la realidad de cada segmento empresarial, desde las empresas familiares, MyPe hasta las micro y pequeñas empresas, las que ahora tienen su propia regulación de según a sus características y a su propia realidad.

Se destaca de igual manera la aplicación permanente de esta ley, en tanto cumplan con los requisitos establecidos. “Este régimen especial no tendrá fecha de extinción que contemplaba la Ley N° 28015, limitación que constituía una barrera para la formalización empresarial y laboral de los microempresarios”, sostiene.

Otro aspecto relevado es el mejor trato que ahora recibe el titular o dueño de la MyPe, a quien se le considera “trabajador que da trabajo” y, por cuyos servidores se les reconoce derechos laborales como el acceso a la seguridad social y a pensiones, con el aporte solidario del Estado del 50 por ciento de las aportaciones.

El régimen laboral de la MyPe se ha ratificado por el TC, al reconocer que no se trata de un régimen discriminatorio ni desigual, sino que busca la formalización y la generación de trabajo decente en este importante sector productivo, destaca la CCL.

2.2.4 HISTORIA DEL CALZADO

Hablar de zapatos es sumergirse en un mundo fascinante. Es quizá el accesorio más importante, tanto para las mujeres como para los hombres, pues un par de ellos hablan mucho de la persona que los lleva. Bien se dice: “¿Quieres saber cómo es una persona? Mírale los zapatos”. Y uno se pregunta cómo es que algo que podría ser simplemente una prenda para proteger los pies se convierte en algo tan crucial.

Lo cierto es que ya desde las primeras civilizaciones los zapatos han sido símbolo de modelo y, por lo tanto, han sido un referente de la posición social que ocupa cada persona. En las culturas de los egipcios, los griegos y los romanos, había ciertas reglas sobre quién podía utilizar determinado calzado y los sectores sociales más bajos eran obligados a andar sin ellos.

El calzado ha cambiado a través del transcurso de los tiempos y de una sociedad a otra. Se han fabricado con un sin número de cantidad de materiales, desde cuero, arena, palma o madera, hasta oro, cristal y piedras preciosas. Los ha habido cómodos y muchas veces no tan

cómodos, lo que demuestra que han sido más un ornamento que una necesidad.

Las japonesas solían amarrarse los pies para deformarlos y que fueran lo más pequeños posibles, al grado de que no les permitía caminar. Ahora podría parecernos algo terrible, pero, ¿no seguimos haciendo lo mismo? En la actualidad las mujeres se ponen tacones de más de 15 centímetros de alto. Está probado que dañan los pies y a nadie le acomodan, ¡ah! pero, ¿qué mujer se resiste a usar unos Louboutin? Dicen que estilizan la figura y les da un toque de fragilidad (pueden requerir el brazo de algún caballero), aunque al mismo tiempo les da altura y poder... porque una mujer con unos tacones de 15 centímetros es imponente, ¿no es cierto? Además, está más que comprobado que todos sobreponemos lo estético a la comodidad. Decía descaradamente Christian Louboutin “Odiaría que alguien mirase mis zapatos y dijera: ¡Oh Dios mío! Parecen tan cómodos.”

CARACTERÍSTICAS DE UNA TIENDA DE ZAPATOS

El diseño, la señalización y el logotipo deben atraer al consumidor objetivo.

Tener y hacer funcionar una zapatería puede parecer un objetivo ideal para cualquier amante de los calzados. Pero la comprensión de los negocios es necesaria, ya que el éxito de la venta al por menor depende de los números de ventas.

Esto significa que el diseño de la tienda, el inventario e inclusive la iluminación deben apelar al objetivo consumidor. Ya sea que planees atender a familias que buscan precios económicos, o a clientes en busca de bienes de lujo. Tu tienda de zapatos debe satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores.

Un exterior atractivo: Las primeras impresiones son críticas para cualquier local de venta al por menor. El diseño del exterior, la señalización y el logotipo deben atraer a tu consumidor objetivo.

En una tienda que se especializa en un tipo determinado de calzado (de diseño, deportivo, o de comodidad) los elementos exteriores deben también transmitir el espíritu del inventario de la tienda, de modo que los consumidores que no conozcan la marca puedan percibir inmediatamente lo que la tienda tiene para ofrecer.

Comodidad del cliente: Las empresas de zapatos requieren suministros encaminados a garantizar la comodidad del cliente. Esto incluye áreas de descanso para sentarse mientras que se busca una posible compra de zapatos y un espejo completo y al nivel de los pies para ver la apariencia.

Una vez que un cliente expresa su interés en un estilo, deseará probarse algunos modelos. Si el comprador no puede encontrar un lugar cómodo para sentarse y probarse el zapato, puede que se dé por vencido y se retire de la tienda, frustrado. Además, asientos cómodos ayudan a que los clientes se sientan bienvenidos y siempre serán agradecidos por la pareja del comprador, que debe esperarlo.

III. HIPÓTESIS:

En mi investigación no se formulan hipótesis basándome en los estudios de algunos autores por ejemplo:

Dicho por Fidas (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El estudio fue de tipo descriptiva, su propósito es describir realidades, hechos fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010)

4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de nivel cuantitativo, por que confirma la obtención de datos sin manipularlos. Bernal (2010)

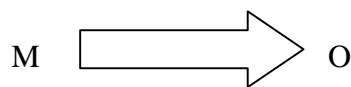
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. Bernal (2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte Transversal.

Dónde:

M = Muestra conformada por los clientes del servicio de hospedaje.

O = Observación de las variables: Competitividad y rentabilidad.



4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA:

Población:

P1: La población para la variable competitividad se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes de las tiendas de calzado para damas y niñas, diez (10) MYPES dedicadas al comercio de calzado.

P2: La población para la variable, rentabilidad se considera finita ya que está conformada por los jefes de las tiendas de calzado, en el distrito de aguas verdes, siendo diez (10) MYPES dedicadas al comercio del rubro ya mencionado.

CUADRO DE PERSONAS INTEGRANTES DE EMPRESA				
Ord.	Razon social	Gerentes	Trabajadores	Total Personas
1	Comercial Gabriel	1	4	5
2	Novedades Juanita	1	2	3
3	Calzado Marilyn	1	3	4
4	Novedades Rocio	1	2	3
5	Comercial Mariela	1	3	4
6	Calzado Milagros	1	2	3
7	Novedades Talia	1	3	4
8	Calzado Abigail	1	1	2
9	Novedades Katia	1	2	3
10	Comercial calzado S&F	1	3	4

Muestra: Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variables Gestión de Calidad y Competitividad, en ambos casos se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

Donde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z= 1.645)

p = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q= 1-P)

$$q = 0.5\%$$

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.6452 (0.50) (0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{2.706025 (0.25)}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$0.01$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

Según Hernández considera que de acuerdo al instrumento la muestra asciende a 68 clientes quienes serán encuestados para ambas variables de investigación.

4.5. VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN

Variable 1: competitividad

Variable 2: rentabilidad

TABLA02: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA DE MEDICION
COMPETITIVIDAD	Según Monterroso (2016) la competitividad es un término que indica la posición de una empresa en relación a las otras, asociándose entonces a la permanencia en el mercado y a la generación de valor para el cliente	Permiten que las empresas tengan una mejor calidad de sus productos para una competitividad en el mercado.	Factores competitivos	Planeación estratégica	¿Considera usted que todas las micro y pequeñas empresas deben de contar con un administrador de empresas?	Nominal
				Publicidad	¿Considera usted que la publicidad (afiches entre otros) es importante para las micro y pequeñas empresas?	Nominal
				Precios bajos	¿Considera usted que los precios bajos son importantes para la adquisición de un producto?	Nominal
				Ofertas	¿Considera usted que las micro y pequeñas empresas deben de ofrecer varias promociones, (descuentos, ofertas etc.)?	Nominal
				Aseguramiento de calidad	¿Considera usted que las micro y pequeñas empresas deben contar con productos de marca?	Nominal
				Diferenciación de productos	¿Considera usted que las micro y pequeñas empresas deben diferenciarse de lo que hace su competencia?	Nominal
				Adecuada infraestructura	¿Considera usted que las micro y pequeñas empresas deben de contar con un buen local para la atención al público?	Nominal
				Innovación	¿Considera usted que las micro y pequeñas empresas deben de estar en constante innovación de nuevos productos?	Nominal
			Personal calificado	Capacitación	¿Considera usted que las micro y pequeñas empresas deben de capacitar a sus trabajadores (ventas)?	Nominal
				Compromiso laboral	¿Considera usted los trabajadores de la micro y pequeñas empresas está comprometido con su trabajo?	Nominal
				Horarios de atención	¿Considera usted que la atención que brindan los trabajadores cumplen un rol importante en el funcionamiento de las micro y pequeñas empresa?	Nominal
				Respeto	¿Considera usted que el personal de ventas de las micro y pequeñas empresas es respetuoso?	Nominal
				Cordialidad	¿Considera usted que el trato que le brindan en las micro y pequeñas empresas es el más adecuado?	Nominal
				Empatía	¿Considera usted que los trabajadores de las micro y pequeñas empresas son activo a la hora de atenderle?	Nominal
				poder de convencimiento	¿Considera usted que los trabajadores de las micro y pequeñas empresas tiene poder de convencimiento?	Nominal
Buena presencia	¿Considera usted que la presentación de cada trabajador es importante para las Micro y pequeñas empresas?	Nominal				

TABLA02: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA DE MEDICION
RENTABILIDAD	Según Arturo (2015) La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.	Permiten que las empresas tenga mayor control de sus activos y pasivos, para tener mejores tomas de decisiones a la hora de invertir en sus diferentes actividades económicas	Rentabilidad económica	Ingresos y egresos	¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales?	Nominal
				Estabilidad financiera	¿Usted cree que sus ingresos son mayores que la de su competencia?	Nominal
				Rendimiento de las ventas	¿Los rendimientos de sus ventas cumplen con sus expectativas?	Nominal
				Liquidez disponible	¿La empresa cuenta con una liquidez disponible para resolver algún imprevisto?	Nominal
				Situación económica	¿Utiliza frecuentemente en los créditos financieros en sus actividades comerciales?	Nominal
				Optimizar sus costos	¿La optimización de los costos es importantes para usted?	Nominal
				Riesgo de endeudamiento	¿Considera que su negocio corre riesgo de endeudamiento?	Nominal
				Gastos	¿Sus gastos son mayores que sus ventas?	Nominal
			Manejo de inversión.	Proveedores	¿Considera que sus proveedores son los más eficientes del mercado?	Nominal
				Tipo de cambio	¿El tipo de cambio es importante para usted?	Nominal
				Presupuesto	¿Formular o elaborar presupuesto es importante para usted?	Nominal
				Toma de decisiones	¿Considera usted que una mala toma de decisión puede traer consecuencia en su negocio?	Nominal
				Productividad	¿Considera que la productividad en su empresa ha mejorado en el último año?	Nominal
				Capacidad de compra	¿Sus pedidos los hace con frecuencia (una vez a la semana)?	Nominal
rendimiento de efectivo	¿El rendimiento de su efectivo es el más alentador?	Nominal				
capital disponible	¿Cuenta con el suficiente capital como para no realizar préstamos a los bancos?	Nominal				

4.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TÉCNICAS:

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de los diez tiendas comerciales de calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.

INSTRUMENTOS:

Para García (2002) El cuestionario vienen a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

4.7. PLAN DE ANALISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla Las medidas de resumen de las variables Competitividad y rentabilidad, y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó del programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica de (método de juicio por experto) por especialistas.

4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODO Y MUESTRA	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTO
<p>¿Cuáles son las características de la competitividad y rentabilidad de las MyPes, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL.</p> <p>Determinar las características de la competitividad y rentabilidad de las MyPes, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes”, 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir los factores competitivos de las MyPes, sector comercio. Rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018. • Determinar al personal calificado de las MyPes, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018 • Describir la rentabilidad económica de las MyPes sector comercio, rubro de calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018. • Determinar el manejo de inversión de las MyPes sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018. 	<p>Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.</p>	<p>VARIABLE 01:</p> <p>Competitividad</p> <p>VARIABLE 02:</p> <p>Rentabilidad</p>	<p>TIPO:</p> <p>Descriptiva.</p> <p>NIVEL:</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>DISEÑO:</p> <p>No experimental de corte transversal.</p>	<p>Se utilizó el Word para desarrollar el proyecto investigativo, Microsoft excel para elaborar las tablas, power point para mi ponencia, y por último el programa Turnitin que es para detectar el plagio de nuestra tesis.</p>

4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS

Entendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- Accesibilidad: acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- Búsqueda de la verdad: forman la mente, con lo que se dice o se siente.
- Coherencia: relación de una cosa con otras.
- Compromiso: palabra dada o fe.
- Perseverancia: Firmeza en la consecución de los propósitos.

V. RESULTADOS

5.1. PRESENTACION DE RESULTADOS

Según el Objetivo Específico 01

Tabla 1: ¿Considera usted que todas las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un administrador de empresas?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	60	88,2352941 %
No	8	11,7647059 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 2: ¿Considera usted que la publicidad (afiches entre otros) es importante para las micro y pequeñas empresas?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	62	91,1764706 %
No	6	8,82352941 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 3: ¿Considera usted que los precios bajos son importantes para la adquisición de un producto?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	65	95,5882353 %
No	3	4,41176471 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 4: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de ofrecer varias promociones, (descuentos, ofertas etc.)?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	65	95,5882353 %
No	3	4,41176471 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 5: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben contar con productos de marca?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	20	29,4117647 %
No	48	70,5882353 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 6: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben diferenciarse de lo que hace su competencia?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	66	97,0588235 %
No	2	2,94117647 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 7: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un buen local para la atención al público?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	60	88,2352941 %
No	8	11,7647059 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 8: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de estar en constante innovación de nuevos productos?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	66	97,0588235 %
No	2	2,94117647 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Según el Objetivo Específico 02

Tabla 9: ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de capacitar a sus trabajadores (ventas)?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	65	95,5882353 %
No	3	4,41176471 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 10: ¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas está comprometido con su trabajo?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	64	94,1176471 %
No	4	5,88235294 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 11: ¿Considera usted que la atención que brindan los trabajadores cumplen un rol importante en el funcionamiento de las Micro y pequeñas empresa?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	66	97,0588235 %
No	2	2,94117647

		%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 12: ¿Considera usted que el personal de ventas de las Micro y pequeñas empresas es respetuoso?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	65	95,5882353 %
No	3	4,41176471 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 13: ¿Considera usted que el trato que le brindan en las Micro y pequeñas empresas es el más adecuado?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	64	94,1176471 %
No	4	5,88235294 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 14: ¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas son activos a la hora de atenderle?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	64	94,1176471 %
No	4	5,88235294 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 15: ¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas tiene poder de convencimiento?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	62	91,1764706 %
No	6	8,82352941 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Tabla 16: ¿Considera usted que la presentación de cada trabajador es importante para las Micro y pequeñas empresas?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	64	94,1176471 %
No	4	5,88235294 %
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Clientes.

Según el Objetivo Específico 03

Tabla 17: ¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	8	80.00%
No	2	20.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 18: ¿Usted cree que sus ingresos son mayores que los de su competencia?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	7	70.00%
No	3	30.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 19: ¿Los rendimientos de sus ventas cumplen con sus expectativas?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	7	70.00%
No	3	30.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 20: ¿La empresa cuenta con una liquidez disponible para resolver algún imprevisto?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	7	70.00%
No	3	30.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 21: ¿Utiliza frecuentemente en los créditos financieros en sus actividades comerciales?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	9	90.00%
No	1	10.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 22: ¿La optimización de los costos es importantes para usted?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	9	90.00%
No	1	10.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 23: ¿Considera que su negocio corre riesgo de endeudamiento?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	2	20.00%
No	8	80.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 24: ¿Sus gastos son mayores que sus ventas?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	0	0.00%
No	10	100.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Según el Objetivo Específico 04

Tabla 25: ¿Considera que sus proveedores son los más eficientes del mercado?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	9	90.00%
No	1	10.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 26: ¿El tipo de cambio es importante para usted?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	10	100.00%
No	0	0.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 27: ¿Formular o elaborar presupuesto es importante para usted?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	10	100.00%
No	0	0.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 28: ¿Considera usted que una mala toma de decisión puede traer consecuencia en su negocio?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	10	100.00%
No	0	0.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 29: ¿Considera que la productividad en su empresa ha mejorado en el último año?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	8	80.00%
No	2	20.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 30: ¿Sus pedidos los hace con frecuencia (una vez a la semana)?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	7	70.00%
No	3	30.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 31: ¿El rendimiento de su efectivo es el más alentador?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	7	70.00%
No	3	30.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

Tabla 32: ¿Cuenta con el suficiente capital como para no realizar préstamos a los bancos?

OPCIÓN	Fi	Hi (%)
Si	5	50.00%
No	5	50.00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios.

5.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Según el Objetivo Específico 01

En la Tabla 01 se aprecia que la dimensión de factores Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 88.24% (60 encuestados) consideran que la empresa si necesita de un administrador de empresas y el 11.76% (8 encuestados) consideran que no es necesario.

En la tabla 02 se aprecia que la dimensión de factores Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 91.68 (62 encuestados) consideran que la publicidad para la empresa si es importante y el 8.82% (6 encuestados) consideran que no es importante.

En la tabla 03 se aprecia que la dimensión de factores Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 95.59% (65 encuestados) consideran que los precios bajos si son importantes para la adquisición de un producto y el 4.41% (3 encuestados) consideran que no es importante.

En la tabla 04 se aprecia que la dimensión de factores Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 95.59% (65 encuestados) consideran que las empresas si deben de ofrecer varias promociones y el 4.41% (3 encuestados) consideran que no.

En la tabla 05 se aprecia que la dimensión de factores Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 29.41 (20 encuestados) consideran que la empresa si debe de contar con productos de marca y el 70.59% (48 encuestados) consideran que no.

En la tabla 06 se aprecia que la dimensión de factores Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 97.06% (66 encuestados) consideran que la empresa si debe diferenciarse de lo que hace su competencia y el 2.94% (2 encuestados) consideran que no.

En la tabla 07 se aprecia que la dimensión de factores Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 88.24% (60 encuestados) consideran que la empresa si debe de contar con un buen local para la atención de los clientes y el 11.76% (8 encuestados) consideran que no.

En la tabla 08 se aprecia que la dimensión de factores Competitivos en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 97.06% (66 encuestados) considera que la empresa si debe de estar en constante innovación de nuevos productos y el 2.94% (2 encuestados) consideran que no.

Según el Objetivo Específico 02

En la tabla 09 se aprecia que la dimensión del personal calificado en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan

que, el 95.59% (65 encuestados) consideran que la empresa si debe de capacitar a sus trabajadores y el 4.41% (3 encuestados) consideran que no se deben de capacitar

En la tabla 10 se aprecia que la dimensión del personal calificado en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 94.12% (64 encuestados) consideran que los trabajadores de la empresa si están comprometidos con su trabajo y el 5.88% (4 encuestados) consideran que no lo están.

En la tabla 11 se aprecia que la dimensión del personal calificado en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 97.06 (66 encuestados) consideran que la atención que brindan los trabajadores si es importante para el funcionamiento de la empresa y el 2.94% (2 encuestados) consideran que no es importante.

En la tabla 12 se aprecia que la dimensión del personal calificado en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 95.59% (65 encuestados) consideran que el personal de ventas de la empresa si es respetuoso y el 4.41% (3 encuestados) consideran que no es respetuoso.

En la tabla 13 se aprecia que la dimensión del personal calificado en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 94.12% (64 encuestados) consideran que el trato que brinda la empresa si es el

más adecuado y el 5.88 (4 encuestados) consideran que no se les da un buen trato.

En la tabla 14 se aprecia que la dimensión del personal calificado en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 94.12% (64 encuestados) consideran que los trabajadores de la empresa si son activos al momento de atender y el 5.88% (4 encuestados) manifiestan que no son activos.

En la tabla 15 se aprecia que la dimensión del personal calificado en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 91.18% (62 encuestados) consideran que los trabajadores de la empresa si tienen poder de convencimiento y el 8.82% (6 encuestados) consideran que no lo tienen.

En la tabla 16 se aprecia que la dimensión del personal calificado en relación a la variable Competitividad del total de encuestados 100% (68 Clientes), manifiestan que, el 94.12% (64 encuestados) consideran que la presentación de los trabajadores si es importante para la empresa y el 5.88% (4 encuestados) consideran que no es tan importante.

Según el Objetivo Específico 03

En la tabla 17 se aprecia que la dimensión de rentabilidad económica en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan

que, el 80% (8 encuestados) consideran que sus ingresos mensuales si cubren sus egresos mensuales y el 20% (2 encuestados) consideran no cubre dichos ingresos a su egresos.

En la tabla 18 se aprecia que la dimensión de rentabilidad económica en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 70% (7 encuestados) consideran que sus ingresos y son más que los de su competencia y el 30% (3 encuestados) consideran que no lo son.

En la tabla 19 se aprecia que la dimensión de rentabilidad económica en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 70% (7 encuestados) consideran que sus ventas si cumple con sus expectativas y el 30% (3 encuestados) considera que no cumple.

En la tabla 20 se aprecia que la dimensión de rentabilidad económica en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiesta que, el 70% (7 encuestados) considera que si cuenta con una liquidez disponible en caso de algún imprevisto y el 30% (3 encuestados) considera que no cuenta con esa liquidez disponible.

En la tabla 21 se aprecia que la dimensión de rentabilidad económica en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 90% (9 encuestados) consideran que si utilizan con frecuencia los créditos financieros y el 10% (1 encuestado) considera que no los utiliza con frecuencia.

En la tabla 22 se aprecia que la dimensión de rentabilidad económica en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan

que, el 90% (9 encuestados) considera que la optimización de los costos es importante y el 10% (1 encuestado) considera que no es tan importante.

En la tabla 23 se aprecia que la dimensión de rentabilidad económica en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 20% (2 encuestado) considera que si corre riesgo de endeudamiento y el 80% (8 encuestados) consideran que no corren ningún riesgo.

En la tabla 24 se aprecia que la dimensión de rentabilidad económica en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 0% (ningún encuestado) considera que sus gastos son mayores que sus ventas y el 100% (10 encuestado) considera que sus ventas son mayores que sus gastos.

Según el Objetivo Específico 04

En la tabla 25 se aprecia que la dimensión de manejo de inversión en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 90% (9 encuestado) considera que sus proveedores si son los mejores del mercado y el 10% (1 encuestado) considera que no tiene a los mejores proveedores.

En la tabla 26 se aprecia que la dimensión de manejo de inversión en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 100% (10 encuestados) considera que el tipo de cambio si es importante y el 0% (ningún encuestado) considero que el tipo de cambio no sea importante.

En la tabla 27 se aprecia que la dimensión de manejo de inversión en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan

que, el 100% (10 encuestados) considera que si es importante formular o elaborar presupuesto y el 0% (ningún encuestado) opina lo contrario.

En la tabla 28 se aprecia que la dimensión de manejo de inversión en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 100% (10 encuestados) consideran que tomar una mala decisión puede traer consecuencia a su negocio y 0% (ningún encuestado) opina lo contrario.

En la tabla 29 se aprecia que la dimensión de manejo de inversión en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 80% (8 encuestados) considera que la productividad en su negocio si ha mejorado en estos dos últimos años y el 20% (2 encuestados) considera que no a mejorado lo suficiente.

En la tabla 30 se aprecia que la dimensión de manejo de inversión en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 70% (7 encuestados) consideran que si hacen sus pedidos con frecuencia y el 30% (3 encuestados) consideran que no lo hacen con mucha frecuencia.

En la tabla 31 se aprecia que la dimensión de manejo de inversión en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan que, el 70% (7 encuestados) consideran que su efectivo si es alentador y el 30% (3 encuestados) consideran que no es lo suficiente alentador.

En la tabla 32 se aprecia que la dimensión de manejo de inversión en relación a la variable rentabilidad del total de encuestados 100% (10 propietarios), manifiestan

que, el 50% (5 encuestados) consideran que si cuentan con el suficiente capitán como para no contar con préstamos a los bancos y el otro 50% (5 encuestados) consideran que no cuentan con el suficiente dinero como para dejar de recurrir a los bancos.

VI. CONCLUSIONES

_ Se concluyó, según el Objetivo Específico 01, que la dimensión de factores Competitivos las empresas tiene la opción de contar con personal profesional, además poder contar con mayor publicidad y también tener la opción de utilizar diferentes promociones para captar más personas, sin contar con productos que sean caros o de marca ya que solo les bastaría ser más ingeniosos e innovadores y a la vez diferenciarse de su competencia comenzando con sus infraestructuras y un producto que sobresalga en el mercado.

_ Se concluyó, según el Objetivo Específico 02, que la dimensión del personal calificado, las empresas tiene la posibilidad de contar con un personal debidamente capacitado, para así tener trabajadores más eficientes, también se menciona que los trabajadores de las empresas brindan una atención adecuada, son carismáticos y también respetuosos y sobretodo están comprometidos y activos con su trabajo y muestran buena presencia a las personas que quieren adquirir el producto.

_ Se concluyó, según el Objetivo Específico 03 que las dimensiones de rentabilidad económica los propietarios manifestaron que sus ingresos cubren sus egresos mensuales, también consideran que tienen más ingresos que su competencia y de que los rendimientos de sus ventas superan sus expectativas, pero también manifestaron que utilizan con

frecuencia los créditos financieros ya que en oportunidades su liquidez disponible no es lo suficiente, y de que no están en peligro de endeudamiento.

_ Se concluyó, según el Objetivo Específico 04 que las dimensiones de manejo de inversión

Los propietarios consideran que tienen los mejores proveedores del mercado, y que su productividad se ha incrementado en el últimos año, pero también piensan que tomar una mala decisión puede traer consecuencias en su negocio, es por ello que también se preocupan por formular con antelación su presupuesto, para seguir haciendo frecuentemente sus pedidos de mercadería, aprovechando siempre el tipo de cambio que también es importante para ellos y a su vez dejar de disponer poco a poco de los préstamos bancarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Quispe, (2016) En su investigación denominada: “*caracterización de la formalización y competitividad de las mypes del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de arequipa, periodo 2014-2015*” Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas – Escuela Profesional de Administración – Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Tumbes.

Portal américaeconomía.com, (2017) en su investigación señaló que el Gobierno busca el desarrollo de la micro y pequeña empresa (MyPes) a través de su asociatividad en las cooperativas recuperado de:
https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/gobierno-peruano-busca-desarrollar-las-mypes-traves-de-las-cooperativas?fbclid=iwar0dnwpi7p8ues_eqqxvyghdms_cb7ny-urobdzyww3_h4n8ejn7yu00m

Quiñones, (2015) en su investigación denominada “*factores que determinan la formación, competencias para la gestión exitosa de las micro y pequeñas empresas industriales en trujillo, 2005*”. Facultad de ciencias económica e ingeniería industrial _universidad nacional de Trujillo

Diario el comercio, (2018) en su investigación señala que según el Instituto Peruano de Economía (IPE), el 90% de peruanos trabajan en una mype y perciben un salario un 50% más pequeño que quienes laboran en una gran empresa

recuperado de: [https://elcomercio.pe/economia/comercio-minorista-77-5-
empleos-peruanos-son-informales-noticia-
550844?fbclid=iwar1e2t4vzxtekcs8swmlvqzf8gj07hbaxonrxumfbdxjr7z0tjsza4
77ue](https://elcomercio.pe/economia/comercio-minorista-77-5-empleos-peruanos-son-informales-noticia-550844?fbclid=iwar1e2t4vzxtekcs8swmlvqzf8gj07hbaxonrxumfbdxjr7z0tjsza477ue)

Diario la gestión, (2018) en su investigación La responsabilidad social que tiene el empresario, más allá de que su primer interés sea generar riqueza. “Contribuir al desarrollo de la sociedad es una tarea indelegable recuperado de: [https://gestion.pe/economia/empresas/mesa-redonda-responsabilidad-
empresario-privado-educacion-pais-
237782?fbclid=iwar0xb4scjvtplaffoxays_zomgarjzcysn5gh0jq11ltb9sqlq0qf_g
e0s](https://gestion.pe/economia/empresas/mesa-redonda-responsabilidad-empresario-privado-educacion-pais-237782?fbclid=iwar0xb4scjvtplaffoxays_zomgarjzcysn5gh0jq11ltb9sqlq0qf_g e0s)

Andina.pe, (2018) en su investigación nos dice que el Gobierno potenciará Fondo Productivo de Mypes para impulsar su desarrollo Mejoras implican usar garantías y que entidades financieras no pidan a clientes estar en régimen de la Mype Tributario recuperado de: [https://andina.pe/agencia/noticia-gobierno-potenciara-fondo-
productivo-mypes-para-impulsar-su-desarrollo-
702724.aspx?fbclid=iwar1whxhc1s14rfwlda4uj_cddjz8zzl9eb1unolhi8xxr9h9lt
h0gsistcy](https://andina.pe/agencia/noticia-gobierno-potenciara-fondo-productivo-mypes-para-impulsar-su-desarrollo-702724.aspx?fbclid=iwar1whxhc1s14rfwlda4uj_cddjz8zzl9eb1unolhi8xxr9h9lt h0gsistcy)

Ruiz y Trinidad, (2017) en su investigación denominada “*efecto de las tecnologías de información y comunicación (tic) en la competitividad internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en lima metropolitana y*

callao” facultad de ciencias empresariales universidad san Ignacio de Loyola
lima_2017

Diario la exitosa, (2017) en su investigación nos dice que el Ministerio de la Producción lanzó el Kit Digital, una plataforma que busca incrementar las ventas de mypes, que generan más del 85% del empleo privado en el país, recuperado de: https://exitosanoticias.pe/60-mypes-utilizan-la-tecnologia-duplica-facturacion/?fbclid=iwar38ppklmku7cmw09fd4pohnkfukib_drfagwfkfvcb_xjeek-nwyiwf--h0

Lecuona, (2012) en su investigación denominada “las relaciones públicas y su rol en la incorporación de prácticas medioambientales “facultad de las ciencias en relaciones publicas_ 2012.

revista global de negocios, (2016). en su investigación denominada *gestión ambiental empresarial en las micro y pequeñas empresas procesadoras de alimentos* recuperado de: <ftp://ftp.repec.org/opt/redif/repec/ibf/rgnego/rgn-v4n4-2016/rgn-v4n4-2016-4.pdf>

Santander, (2013) en su investigación denominada “*estrategias para inducir la formalidad de la mype de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva*”, facultad de derecho empresarial_universidad católica del peru_2013.

Diario la gestión, (2018) en su investigación nos informa las mypes podrán ser constituidas en 3 días con la nueva ley mype. Recuperado de: <https://archivo.gestion.pe/noticia/333009/mypes-?ref=gesr>

Bruno (2018), en su investigación denominada “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MyPes del sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes, 2017*”.) Escuela Profesional de Administración de empresas Universidad católica los Ángeles de Chimbote

Espinoza (2018), en su investigación denominada “*caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro ferreterías del distrito de tumbes, año 2017*” Escuela Profesional de Administración de empresas Universidad católica los Ángeles de Chimbote.

Navarro (2017), en su investigación denominada “*caracterización del financiamiento y capacitación en la rentabilidad de las mypes del sector comercio, rubro boticas del distrito de yarinacocha, año 2015*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Gamarra (2017), en su investigación denominada “*gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de huarney, 2016*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Aguilar (2016), en su investigación denominada “*caracterización de la formalización de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas de la urbanización bellamar ii etapa del distrito de nuevo chimbote, provincia del santa, periodo junio 2013 a mayo 2014*” Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Tapia (2016), en su investigación denominada “*caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del mercado las malvinas de chimbote, 2013*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

hung (2016), en su investigación denominada “*caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de calzado, en el mercado modelo del distrito de chimbote, 2013*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Llacas (2016), en su tesis “*caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de abarrotes en el mercado César Vallejo de Chimbote, 2014*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

López (2015), en su tesis *caracterización de la formalización y el financiamiento de las mypes del sector comercio - rubro venta de prendas de vestir para damas del distrito de nuevo chimbote, del año 2013*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Meza (2015), en su tesis “*caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro producción y venta de calzado del distrito el porvenir – trujillo, 2013*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

chero (2015), en su investigación denominada “*influencia del financiamiento en la gestion de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta mayorista de alimentos del distrito de nuevo chimbote, año 2014*” Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Bazán (2015), en su tesis “*caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro librerías del distrito de virú, 2013*”. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Bravo (2015), en su tesis “*caracterización de la capacitación y formalización de las mypes del sector comercio - rubro ventas de prendas de vestir, distrito de*

chimbote, año 2013” Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Bernaola (2015), en su tesis *“caracterización del financiamiento, capacitación competitividad y rentabilidad de las mypes del sector comercio - rubro cevicherías del distrito de chimbote, período 2012-2013”* Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Castillo (2015), en su tesis *“caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del Perú: caso de las micro y pequeñas empresas del sector comerciorubro carpinterías del distrito de chimbote, 2014”* Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

Jiménez (2015), en su tesis *“caracterización del financiamiento, la capacitación, y la rentabilidad de la mypes del sector comercio, rubro abarrotes del distrito chimbote, año 2013”*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y Administrativas.

ANEXOS:

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
Actividades	2018					
	OCT	DIC				
	21	01	02-07	08	14	15
INICIO DE CLASES	X					
INICIO DE CLASE	X					
PREBANCA		X				
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES			X			
SUSTENTACIÓN				X		
TERMINO DE CLASE					X	
TERMINO DE CLASE						X

ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL
Recursos Humanos	01	Corrector	S/.2.00
	50	Hojas bond	S/.5.00
	02	Lapiceros	S/.3.00
	01	Resaltador	S/.2.00
	01	Engrapador	S/.12.00
	1 Caja	Grapas	S/.3.00
Servicios	10 Horas	Uso de internet	S/.15.00
	03	Refrigerios	S/.12.00
	50	Fotocopias	S/.5.00
	02	Impresión	S/.1.00
Taller Co-curricular	01	Matrícula	S/. 200.00
	02	Pensión	S/.1800.00
Movilidad	-	Movilidad	S/.20.00
TOTAL			S/.2080.00

ANEXO 03: ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

(FILIAL TUMBES)

Encuesta dirigida a los clientes que acuden las tiendas de calzados (damas) distrito de aguas verdes. A continuación se formularan una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a la variable Competitividad. Marque con una (X) la respuesta que crea conveniente.

COMPETITIVIDAD	si	no
1. ¿Considera usted que todas las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un administrador de empresas?		
2. ¿Considera usted que la publicidad (afiches entre otros) es importante para las micro y pequeñas empresas?		
3. ¿Considera usted que los precios bajos son importantes para la adquisición de un producto?		
4. ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de ofrecer varias promociones, (descuentos, ofertas etc.)?		
5. ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben contar con productos de marca?		
6. ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben diferenciarse de lo que hace su competencia?		
7. ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un buen local para la atención al público?		
8. ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de estar en constante innovación de nuevos productos?		
9. ¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de capacitar a sus trabajadores		

(ventas)?		
10. ¿Considera usted los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas están comprometido con su trabajo?		
11. ¿Considera usted que la atención que le brindan los trabajadores cumplen un rol importante en el funcionamiento de las Micro y pequeñas empresas?		
12. ¿Considera usted que el personal de ventas de las Micro y pequeñas empresas es respetuoso?		
13. ¿Considera usted que el trato que le brindan en las Micro y pequeñas empresas es el más adecuado?		
14. ¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas son activos a la hora de atenderle?		
15. ¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas tienen poder de convencimiento?		
16. ¿Considera usted que la presentación de cada trabajador es importante para las Micro y pequeñas empresas?		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
(FILIAL TUMBES)

Encuesta dirigida a los propietarios de las tiendas de calzados (damas) distrito de aguas verdes. A continuación se formularán una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a la variable rentabilidad. Marque con una (X) la respuesta que crea conveniente.

Rentabilidad	Si	no
17. ¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales?		
18. ¿Usted cree que sus ingresos son mayores que los de su competencia?		
19. ¿Los rendimientos de sus ventas cumplen con sus expectativas?		
20. ¿La empresa cuenta con una liquidez disponible para resolver algún imprevisto?		
21. ¿Utiliza frecuentemente los créditos financieros en sus actividades comerciales?		
22. ¿La optimización de los costos es importantes para usted?		
23. ¿Considera que su negocio corre riesgo de endeudamiento?		
24. ¿Sus gastos son mayores que sus ventas?		
25. ¿Considera que sus proveedores son los más eficientes del mercado?		
26. ¿El tipo de cambio es importante para usted?		
27. ¿Formular o elaborar presupuesto es importante para usted?		
28. ¿Considera usted que una mala toma de decisión puede traer consecuencia en su negocio?		

29 ¿Considera que la productividad en su empresa ha mejorado en el último año?		
30 ¿Sus pedidos los hace con frecuencia (una vez a la semana)?		
31 ¿El rendimiento de su efectivo es el más alentador?		
32 ¿Cuenta con el suficiente capital como para no realizar préstamos a los bancos?		

ANEXO 04: VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS


Yo Milagros Juliassa Machado Panto.....

Identificado con DNI..... 72322772 Carnet de Colegio N°..... 10021.....

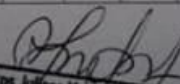
Con el grado de: Licenciada en Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el Br. Lucio Gabriel Ascencio Dioses, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado **caracterización de la competitividad y rentabilidad de la MYPES del sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de Aguas Verdes, 2018**; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Noviembre del 2018


Milagros Juliassa Machado Panto
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
Sello 2018-2017

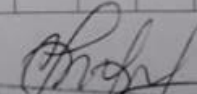
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de la competitividad y rentabilidad de la MYPES del sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018									
AUTOR: Br. Lucio Gabriel Ascencio Dioses									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Preguntas	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
COMPETITIVIDAD									
IOE	Describir los factores competitivos de las MyPes, sector comercio. Rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018								
1	¿Considera usted que todas las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un administrador de empresas?	✓			✓		✓		✓
2	¿Considera usted que la publicidad (afiches entre otros) es importante para las micro y pequeñas empresas?	✓			✓		✓		✓
3	¿Considera usted que los precios bajos son importantes para la adquisición de un producto?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de ofrecer varias promociones, (descuentos, ofertas etc.)?	✓			✓		✓		✓
5	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con productos de marca?	✓			✓		✓		✓
6	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben diferenciarse de lo que hace su competencia?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un buen local para la atención al público?	✓			✓		✓		✓


 Milagros Julissa Muchido Parra
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
 C/AG - 10221

8	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de estar en constante innovación de nuevos productos?	✓		✓		✓		✓
2OE	Determinar al personal calificado de las MyPes, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes 2018							
9	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de capacitar a sus trabajadores (ventas)?	✓		✓		✓		✓
10	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas están comprometidos con su trabajo?	✓		✓		✓		✓
11	¿Considera usted que la atención que brindan los trabajadores cumplen un rol importante en el funcionamiento de las Micro y pequeñas empresas?	✓		✓		✓		✓
12	¿Considera usted que el personal de ventas de las Micro y pequeñas empresas es respetuoso?	✓		✓		✓		✓
13	¿Considera usted que el trato que le brindan en las Micro y pequeñas empresas es el más adecuado?	✓		✓		✓		✓
14	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas son activos a la hora de atenderle?	✓		✓		✓		✓
15	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas tienen poder de convencimiento?	✓		✓		✓		✓
16	¿Considera usted que la presentación de cada trabajador es importante para las Micro y pequeñas empresas?	✓		✓		✓		✓
	RENTABILIDAD							
3OE	Describir la rentabilidad económica de las MyPes sector comercio, rubro de calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.							
17	¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales?	✓		✓		✓		✓
18	¿Usted cree que sus ingresos son mayores que los de su competencia?	✓		✓		✓		✓


 M.ª JOLYSA MACHADO PARRA
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
 CCAD - 1987

19	¿Los rendimientos de sus ventas cumplen con sus expectativas?	✓		✓		✓		✓
20	¿La empresa cuenta con una liquidez disponible para resolver algún imprevisto?	✓		✓		✓		✓
21	¿Utiliza frecuentemente los créditos financieros en sus actividades comerciales?	✓		✓		✓		✓
22	¿La optimización de los costos es importantes para usted?	✓		✓		✓		✓
23	¿Considera que su negocio corre riesgo de endeudamiento?	✓		✓		✓		✓
24	¿Sus gastos son mayores que sus ventas?	✓		✓		✓		✓
40E	Determinar el manejo de inversión de las MyPes sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.							
25	¿Considera que sus proveedores son los más eficientes del mercado?	✓		✓		✓		✓
26	¿El tipo de cambio es importante para usted?	✓		✓		✓		✓
27	¿Formular o elaborar presupuesto es importante para usted?	✓		✓		✓		✓
28	¿Considera usted que una mala toma de decisión puede traer consecuencia en su negocio?	✓		✓		✓		✓
29	¿Considera que la productividad en su empresa ha mejorado en el último año?	✓		✓		✓		✓
30	¿Sus pedidos los hace con frecuencia (una vez a la semana)?	✓		✓		✓		✓
31	¿El rendimiento de su efectivo es el más alentador?	✓		✓		✓		✓
32	¿Cuenta con el suficiente capital como para no realizar préstamos a los bancos?	✓		✓		✓		✓


 Mónica Patricia Maldonado Parra
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD - 10021



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, SOSA Orellana, Cristhian

Identificado con DNI 00373944 Carnet de Colegio N° 007735

Con el grado de:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. Lucio Gabriel Ascencio Dioses**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado **“caracterización de la competitividad y rentabilidad de la MYPES del sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de Aguas Verdes, 2018;** que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.


Tumbes, Noviembre del 2018



Ing. Lic. Adm. CRISTHIAN SOSA ORELLANA
NÚMERO DE COLEGIATURA 007735
MAGISTER EN FINANZAS

Sello y Firma.


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de la competitividad y rentabilidad de la MYPES del sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018									
AUTOR: Br. Lucio Gabriel Ascencio Dioses									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Preguntas	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
COMPETITIVIDAD									
10E	Describir los factores competitivos de las MyPes, sector comercio. Rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018								
1	¿Considera usted que todas las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un administrador de empresas?	/		/		/		/	
2	¿Considera usted que la publicidad (afiches entre otros) es importante para las micro y pequeñas empresas?	/		/		/		/	
3	¿Considera usted que los precios bajos son importantes para la adquisición de un producto?	/		/		/		/	
4	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de ofrecer varias promociones, (descuentos, ofertas etc.)?	/		/		/		/	
5	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con productos de marca?	/		/		/		/	
6	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben diferenciarse de lo que hace su competencia?	/		/		/		/	
7	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un buen local para la atención al público?	/		/		/		/	


 Br. Lucio Gabriel Ascencio Dioses

8	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de estar en constante innovación de nuevos productos?	/		/		/		/
2OE	Determinar al personal calificado de las MyPes, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes 2018							
9	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de capacitar a sus trabajadores (ventas)?	/		/		/		/
10	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas están comprometidos con su trabajo?	/		/		/		/
11	¿Considera usted que la atención que brindan los trabajadores cumplen un rol importante en el funcionamiento de las Micro y pequeñas empresas?	/		/		/		/
12	¿Considera usted que el personal de ventas de las Micro y pequeñas empresas es respetuoso?	/		/		/		/
13	¿Considera usted que el trato que le brindan en las Micro y pequeñas empresas es el más adecuado?	/		/		/		/
14	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas son activos a la hora de atenderle?	/		/		/		/
15	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas tienen poder de convencimiento?	/		/		/		/
16	¿Considera usted que la presentación de cada trabajador es importante para las Micro y pequeñas empresas?	/		/		/		/
	RENTABILIDAD							
3OE	Describir la rentabilidad económica de las MyPes sector comercio, rubro de calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.							
17	¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales?	/		/		/		/
18	¿Usted cree que sus ingresos son mayores que los de su competencia?	/		/		/		/


Dña. Ana Cristina Sosa Orellana
 NÚMERO DE COLGATURA 407155
 MAESTRO EN FINANZAS

19	¿Los rendimientos de sus ventas cumplen con sus expectativas?	/		/		/		/
20	¿La empresa cuenta con una liquidez disponible para resolver algún imprevisto?	/		/		/		/
21	¿Utiliza frecuentemente los créditos financieros en sus actividades comerciales?	/		/		/		/
22	¿La optimización de los costos es importantes para usted?	/		/		/		/
23	¿Considera que su negocio corre riesgo de endeudamiento?	/		/		/		/
24	¿Sus gastos son mayores que sus ventas?	/		/		/		/
4GE	Determinar el manejo de inversión de las MyPes sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.							
25	¿Considera que sus proveedores son los más eficientes del mercado?	/		/		/		/
26	¿El tipo de cambio es importante para usted?	/		/		/		/
27	¿Formular o elaborar presupuesto es importante para usted?	/		/		/		/
28	¿Considera usted que una mala toma de decisión puede traer consecuencia en su negocio?	/		/		/		/
29	¿Considera que la productividad en su empresa ha mejorado en el último año?	/		/		/		/
30	¿Sus pedidos los hace con frecuencia (una vez a la semana)?	/		/		/		/
31	¿El rendimiento de su efectivo es el más alentador?	/		/		/		/
32	¿Cuenta con el suficiente capital como para no realizar préstamos a los bancos?	/		/		/		/


Mgtr. Lic. CRISTIAN SOSA ORELLANA
 NUMERO DE COLEGIATURA 027335
 INGENIERO EN FINANZAS



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Andrés Pardo Paccha

Identificado con DNI... 00369100 ... Carnet de Colegio N°... 00 9946

Con el grado de:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por el **Br. Lucio Gabriel Ascencio Díoses**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado **“caracterización de la competitividad y rentabilidad de la MYPES del sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de Aguas Verdes, 2018; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.**

Tumbes, Noviembre del 2018

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: "caracterización de la competitividad y rentabilidad de la MYPES del sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018"									
AUTOR: Br. Lucio Gabriel Ascencio Dioses									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Preguntas	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
COMPETTIVIDAD									
10E	Describir los factores competitivos de las MyPes, sector comercio. Rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018								
1	¿Considera usted que todas las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un administrador de empresas?	✓			✓		✓		✓
2	¿Considera usted que la publicidad (afiches entre otros) es importante para las micro y pequeñas empresas?	✓			✓		✓		✓
3	¿Considera usted que los precios bajos son importantes para la adquisición de un producto?	✓			✓		✓		✓
4	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de ofrecer varias promociones, (descuentos, ofertas etc.)?	✓			✓		✓		✓
5	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con productos de marca?	✓			✓		✓		✓
6	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben diferenciarse de lo que hace su competencia?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de contar con un buen local para la atención al público?	✓			✓		✓		✓


 GOBIERNO REGIONAL TUMBES
 PROCESO COMERCIAL Y CALIDAD
 FRANCISCO PÉREZ PÉREZ
 JEFE DEL PROCESO COMERCIAL Y CALIDAD

8	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de estar en constante innovación de nuevos productos?	✓		✓		✓		✓
2OE	Determinar al personal calificado de las MyPes, sector comercio rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes 2018							
9	¿Considera usted que las Micro y pequeñas empresas deben de capacitar a sus trabajadores (ventas)?	✓		✓		✓		✓
10	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas están comprometidos con su trabajo?	✓		✓		✓		✓
11	¿Considera usted que la atención que brindan los trabajadores cumplen un rol importante en el funcionamiento de las Micro y pequeñas empresas?	✓		✓		✓		✓
12	¿Considera usted que el personal de ventas de las Micro y pequeñas empresas es respetuoso?	✓		✓		✓		✓
13	¿Considera usted que el trato que le brindan en las Micro y pequeñas empresas es el más adecuado?	✓		✓		✓		✓
14	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas son activos a la hora de atenderle?	✓		✓		✓		✓
15	¿Considera usted que los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas tienen poder de convencimiento?	✓		✓		✓		✓
16	¿Considera usted que la presentación de cada trabajador es importante para las Micro y pequeñas empresas?	✓		✓		✓		✓
	RENTABILIDAD							
3OE	Describir la rentabilidad económica de las MyPes sector comercio, rubro de calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.							
17	¿Sus ingresos mensuales cubren sus egresos mensuales?	✓		✓		✓		✓
18	¿Usted cree que sus ingresos son mayores que los de su competencia?	✓		✓		✓		✓


 GOBIERNO REGIONAL DE LIMA
 DIRECCIÓN REGIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS
 LIMA
 ATENCIONES Y SERVICIOS AL CLIENTE

19	¿Los rendimientos de sus ventas cumplen con sus expectativas?	✓		✓		✓	✓
20	¿La empresa cuenta con una liquidez disponible para resolver algún imprevisto?	✓		✓		✓	✓
21	¿Utiliza frecuentemente los créditos financieros en sus actividades comerciales?	✓		✓		✓	✓
22	¿La optimización de los costos es importantes para usted?	✓		✓		✓	✓
23	¿Considera que su negocio corre riesgo de endeudamiento?	✓		✓		✓	✓
24	¿Sus gastos son mayores que sus ventas?	✓		✓		✓	✓
40E	Determinar el manejo de inversión de las MyPes sector comercio, rubro calzado para damas y niñas en el distrito de aguas verdes, 2018.						
25	¿Considera que sus proveedores son los más eficientes del mercado?	✓		✓		✓	✓
26	¿El tipo de cambio es importante para usted?	✓		✓		✓	✓
27	¿Formular o elaborar presupuesto es importante para usted?	✓		✓		✓	✓
28	¿Considera usted que una mala toma de decisión puede traer consecuencia en su negocio?	✓		✓		✓	✓
29	¿Considera que la productividad en su empresa ha mejorado en el último año?	✓		✓		✓	✓
30	¿Sus pedidos los hace con frecuencia (una vez a la semana)?	✓		✓		✓	✓
31	¿El rendimiento de su efectivo es el más alentador?	✓		✓		✓	✓
32	¿Cuenta con el suficiente capital como para no realizar préstamos a los bancos?	✓		✓		✓	✓


 GOBIERNO REGIONAL LIMA
 OFICINA DE PROMOCIÓN EMPRESARIAL
 Y FORTALECIMIENTO DE LAS MYPES
 LIMA
 J.P. S.

26	¿El tipo de cambio es importante para usted?	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12	
27	¿Formular o elaborar presupuesto es importante para usted?	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12	
28	¿Considera usted que una mala toma de decisión puede traer consecuencia en su negocio?	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12	
29	¿Considera que la productividad en su empresa ha mejorado en el último año?	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12	
30	¿Sus pedidos los hace con frecuencia (una vez a la semana)?	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12	
31	¿El rendimiento de su efectivo es el más alentador?	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12	
32	¿Cuenta con el suficiente capital como para no realizar préstamos a los bancos?	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12	
TOTAL		32	32	32		32	32	32		32	32	32		32	32	32	384	
Escala evaluativa																		
	Escala evaluativa EXCELENTE	3																
	Escala evaluativa BUENO	2																
	Escala evaluativa DEFICIENTE	1																
	Nivel	Escala evaluativa																
	¿Es pertinente con el concepto?	3	Excelente			96/32 = 3			Escala evaluativa 12/4 = 3									
	¿Necesita mejorar la redacción?	3	Excelente			96/32 = 3												
	¿Es tendencioso asquiescente?	3	Excelente			96/32 = 3												
	¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	3	Excelente			96/32 = 3												

ANEXO 05: LIBRO DE CÓDIGOS

RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS							
N°	ITEM'S		1-12	Total	TOTAL	%	TOTAL%
1	¿CONSIDERA USTED QUE TODAS LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEBEN DE CONTAR CON UN ADMINISTRADOR DE EMPRESAS?	SI	60	60	68	88,23529412	100
		NO	8	8		11,76470588	
2	¿COSIDERA USTED QUE LA PUBLICIDAD (AFICHES ENTRE OTROS) ES IMPORTANTE PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS?	SI	62	62	68	91,17647059	100
		NO	6	6		8,823529412	
3	¿CONSIDERA USTED QUE LOS PRECIOS BAJOS SON IMPORTANTES PARA LA ADQUISICION DE UN PRODUCTO?	SI	65	65	68	95,58823529	100
		NO	3	3		4,411764706	
4	¿CONSIDERA USTED QUE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEBEN DE OFRECER VARIAS PROMOCIONES, (DESCUENTOS, OFERTAS, ETC)?	SI	65	65	68	95,58823529	100
		NO	3	3		4,411764706	
5	¿COSIDERA USTED QUE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEBEN DE CONTAR CON PRODUCTOS DE MARCAS?	SI	20	20	68	29,41176471	100
		NO	48	48		70,58823529	
6	¿CONSIDERA USTED QUE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEBEN DIFERENCIARCE DE LO QUE HACE SU COMPETENCIA?	SI	66	66	68	97,05882353	100
		NO	2	2		2,941176471	
7	¿CONSIDERA USTED QUE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEBEN DE CONTAR CON UN BUEN LOCAL PARA LA ATENCION DEL PUBLICO?	SI	60	60	68	88,23529412	100
		NO	8	8		11,76470588	
8	¿CONSIDERA USTED QUE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEBEN DE ESTAR EN CONSTANTE INNOVACION DE NUEVOS PRODUCTOS?	SI	66	66	68	97,05882353	100
		NO	2	2		2,941176471	
9	¿CONSIDERA USTED QUE LAS MICRO Y PEQUEÑAS MEPRESAS DEBEN DE CAPACITAR A SUS TRABAJADORES (VENTAS).	SI	65	65	68	95,58823529	100
		NO	3	3		4,411764706	
10	¿CONSIDERA USTED QUE LOS TRABAJADORES DE LAS MICRO Y EMPRESAS ESTAN COMPROMETIDOS CON SU TRABAJO?	SI	64	64	68	94,11764706	100
		NO	4	4		5,882352941	
11	¿CONSIDERA USTED QUE LA ATENCION QUE BRINDAN LOS TRABAJADORES CUMPLEN UN ROL IMPORTANTE EN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS?	SI	66	66	68	97,05882353	100
		NO	2	2		2,941176471	
12	¿CONSIDERA USTED QUE EL PERSONAL DE VENTAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS ES RESPETUOSO?	SI	65	65	68	95,58823529	100
		NO	3	3		4,411764706	
13	¿CONSIDERA USTED QUE ELTRATO QUE LE BRINDAN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS ES EL MAS ADECUADO?	SI	64	64	68	94,11764706	100
		NO	4	4		5,882352941	
14	¿CONSIDERA USTED QUE LOS TRABAJADORES DE LAS MICRO SON ACTIVOS A LA HORA DE ATENDERLE?	SI	64	64	68	94,11764706	100
		NO	4	4		5,882352941	
15	¿CONSIDERA USTED QUE LOS TRABAJADORES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TIENEN PODER DE CONVENCIMIENTO?	SI	62	62	68	91,17647059	100
		NO	6	6		8,823529412	
16	¿CONSIDERA USTED QUE LA PRECENTACION DE CADA TRABAJADOR ES IMPORTANTE PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS?	SI	64	64	68	94,11764706	100
		NO	4	4		5,882352941	

N.	ITEM'S		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TO TAL
17	¿SUS INGRESOS MENSUALES CUBREN SUS EGRESOS MENSUALES?	SI	2	2	2	2			2	2	2	2	8
		NO					1	1					2
18	¿USTED CREE QUE SUS INGRESOS SON MAYORES QUE LOS DE SU COMPETENCIA?	SI	2	2	2	2		2	2			2	7
		NO					1			1	1		3
19	¿LOS RENDIMIENTOS DE SUS VENTAS CUMPLEN CON SUS EXPECTATIVAS?	SI	2	2			2	2	2		2	2	7
		NO			1	1				1			3
20	¿LA EMPRESA CUENTA CON UNA LIQUIDEZ DISPONIBLE PARA RESOLVER ALGUN IMPREVISTO?	SI	2	2	2	2	2				2	2	7
		NO						1	1	1			3
21	¿UTILIZA FRECUENTEMENTE LOS CREDITOS FINANCIEROS EN SUS ACTIVIDADES COMERCIALES?	SI	2	2		2	2	2	2	2	2	2	9
		NO			1								1
22	¿LA OPTIMIZACIÓN DE LOS COSTOS ES IMPORTANTE PARA USTED?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2		2	9
		NO									1		1
23	¿CONSIDERA QUE SU NEGOCIO CORRE RIESGO DE ENDEUDAMIENTO?	SI	2	2									2
		NO			1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	¿SUS GASTOS SON MAYORES QUE SUS VENTAS?	SI											0
		NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
25	¿CONSIDERA USTED QUE SUS PROVEEDORES SON LOS MAS EFICIENTES DEL MERCADO?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2		2	9
		NO									1		1
26	¿EL TIPO DE CAMBIO ES IMPORTANTE PARA USTED?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10
		NO											0
27	¿FORMULAR O ELAVORAR PRESUPUESTO ES IMPORTANTE PARA USTED?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10
		NO											0
28	¿CONSIDERA USTED QUE UNA MALA TOMA DE DECISION PUEDE TRAER CONSECUENCIAS EN SU NEGOCIO?	SI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10
		NO											0
29	¿CONSIDERA QUE LA PRODUCTIVIDAD EN SU EMPRESA HA MEJORADO EN EL ULTIMO AÑO?	SI	2	2	2	2	2			2	2	2	8
		NO						1	1				2
30	¿SUS PEDIDOS LOS HACE CON FRECUENCIA (UNA VEZ A LA SEMANA)?	SI	2	2	2	2				2	2	2	7
		NO					1	1	1				3
31	¿EL RENDIMIENTO DE SU EFECTIVO ES EL MAS ALENTADOR?	SI	2	2	2	2	2	2				2	7
		NO							1	1	1		3
32	¿CUENTA CON EL SUFICIENTE CAPITAL COMO PARA NO REALIZAR PRESTAMOS A LOS BANCOS?	SI	2	2	2	2	2					2	6
		NO						1	1	1	1		4

	ITEM'S		1-12	Total	TOTAL	%	TOTAL%
17	¿SUS INGRESOS MENSUALES CUBREN SUS EGRESOS MENSUALES?	SI	8	8	10	80	100
		NO	2	2		20	
18	¿USTED CREE QUE SUS INGRESOS SON MAYORES QUE LOS DE SU COMPETENCIA?	SI	7	7	10	70	100
		NO	3	3		30	
19	¿LOS RENDIMIENTOS DE SUS VENTAS CUMPLEN CON SUS EXPECTATIVAS?	SI	7	7	10	70	100
		NO	3	3		50	
20	¿LA EMPRESA CUENTA CON UNA LIQUIDEZ DISPONIBLE PARA RESOLVER ALGUN IMPREVISTO?	SI	7	7	10	70	100
		NO	3	3		30	
21	¿UTILIZA FRECUENTEMENTE LOS CREDITOS FINANCIEROS EN SUS ACTIVIDADES COMERCIALES?	SI	9	9	10	90	100
		NO	1	1		10	
22	¿LA OPTIMIZACIÓN DE LOS COSTOS ES IMPORTANTE PARA USTED?	SI	9	9	10	90	100
		NO	1	1		10	
23	¿CONSIDERA QUE SU NEGOCIO CORRE RIESGO DE ENDEUDAMIENTO?	SI	2	2	10	20	100
		NO	8	8		80	
24	¿SUS GASTOS SON MAYORES QUE SUS VENTAS?	SI	0	0	10	0	100
		NO	10	10		100	
25	¿CONSIDERA USTED QUE SUS PROVEEDORES SON LOS MAS EFICIENTES DEL MERCADO?	SI	9	9	10	90	100
		NO	1	1		10	
26	¿EL TIPO DE CAMBIO ES IMPORTANTE PARA USTED?	SI	10	10	10	100	100
		NO	0	0		0	
27	¿FORMULAR O ELAVORAR PRESUPUESTO ES IMPORTANTE PARA USTED?	SI	10	10	10	100	100
		NO	0	0		0	
28	¿CONSIDERA USTED QUE UNA MALA TOMA DE DECISION PUEDE TRAER CONSECUENCIAS EN SU NEGOCIO?.	SI	10	10	10	100	100
		NO	0	0		0	
29	¿CONSIDERA QUE LA PRODUCTIVIDAD EN SU EMPRESA HA MEJORADO EN EL ULTIMO AÑO?	SI	8	8	10	80	100
		NO	2	2		20	
30	¿SUS PEDIDOS LOS HACE CON FRECUENCIA (UNA VEZ A LA SEMANA)?	SI	7	7	10	70	100
		NO	3	3		30	
31	¿EL RENDIMIENTO DE SU EFECTIVO ES EL MAS ALENTADOR?	SI	7	7	10	70	100
		NO	3	3		30	
32	¿CUENTA CON EL SUFICIENTE CAPITAL COMO PARA NO REALIZAR PRESTAMOS A LOS BANCOS?	SI	6	6	10	60	100
		NO	4	4		40	

ANEXO 06: ALBÚM DE FOTOGRAFÍA



TURNITIN

INFORME DE TESIS

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%	12%	0%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uladech.edu.pe	4%
Fuente de Internet		
2	www.forummexico.mx	4%
Fuente de Internet		
3	www.revista-actualidadlaboral.com	4%
Fuente de Internet		

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 4%
Excluir bibliografía Activo