



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE
COMERCIALES RUBRO MADERERO (MUEBLERIAS) EN
EL AA.HH MICAELA BASTIDAS DISTRITO 26 DE
OCTUBRE- PIURA, AÑO 2018

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

NIÑO DIAZ, SHELLEY JUDITH
ORCID: 0000-0003-4221-8625

ASESOR

ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

PIURA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Niño Diaz, Shelley Judith

ORCID: 0000-0003-4221-8625

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Chimbote,
Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Vilela Vargas, Víctor Hugo
ORCID: 0000-0003-2027-6920
Presidente

Azabache Arquinio, Carmen Rosa
ORCID: 0000-0001-8071-8327
Miembro

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo
ORCID: 0000-0002-7260-5581
Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177
Asesora

AGRADECIMIENTO

A las MYPE, que me dieron las facilidades para poder realizar mi investigación.

A mi familia por su comprensión y apoyo incondicional que me motivaron para que cumpla mis objetivos.

A los asesores de la Universidad, amistades por los conocimientos, asesorías brindadas y a todas aquellas personas que de una u otra manera me han apoyado a cristalizar este primer paso profesional.

DEDICATORIA

A Dios por darme salud,
guiarme y darme fuerzas
para seguir adelante a pesar
de las adversidades.

En memoria de Olinda García
Cunya, en gratitud a mi mamá
Olinda Judith Diaz García y a mis
familiares Por confiar en mí;
porque es evidente que sin
ustedes y su apoyo no hubiera
podido avanzar en este largo
proceso de formación de mi vida
profesional.

A mi asesora ya que supo guiarme
de forma constante y tenerme
paciencia en captar las
indicaciones ya que no hay
palabras que logren expresar lo
mucho que quiero agradecerles.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Identificar las principales características de la rentabilidad y la competitividad de las MYPE en rubro maderero en el AA HH Micaela Bastidas distrito 26 de octubre Piura año 2018. La investigación fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una muestra de 2 representantes y 10 trabajadores para la variable rentabilidad y una muestra de 15 clientes para la variable competitividad a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 16 pregunta a través de técnica de la encuesta obtenido los siguientes resultados: el 100% de los propietarios mencionaron que si existe el control frecuente a los colaboradores, el 93% de encuestados a los clientes mencionaron que si satisfacen las necesidades del cliente, el 93% de los colaboradores afirmaron que la empresa si desempeña el optimo al realizar sus ventas y el 100% de los trabajadores mencionan que el servicio es optimo de sector. La investigación concluye que la rentabilidad fue que los propietarios sí consideran la priorización de los controles de gastos, también consideran la calidad y el costo como fundamentales en la oferta de sus productos y optimizan los controles de gastos considerando el cumplimiento de lo presupuestado y en la empresa no tienen conocimiento de las funciones del puesto laboral ya que los clientes estuvieron quejándose de mal servicio de la empresa y no satisfacían sus necesidades de sus clientes.

Palabras clave: Competitividad, microempresas, Rentabilidad

ABSTRACT

The present research work had as general objective: To identify the main characteristics of the profitability and competitiveness of the MSEs in the timber sector in the AA HH Micaela Bastidas district 26 de Octubre Piura year 2018. The research was of a non-experimental design - transversal - descriptive. For the collection of information, a sample of 2 representatives and 10 workers was used for the profitability variable and a sample of 15 clients for the competitiveness variable to whom a structured questionnaire with 16 questions was applied through the survey technique obtained the following Results: 100% of the owners mentioned that if there is frequent control of the collaborators, 93% of those surveyed to the clients mentioned that if they satisfy the client's needs, 93% of the collaborators affirmed that the company does perform the optimal When making their sales and 100% of the workers mention that the service is optimal for the sector. The investigation concludes that the profitability was that the owners do consider the prioritization of cost controls, they also consider quality and cost as fundamental in the offer of their products and optimize cost controls considering compliance with the budget and in the The company is not aware of the functions of the job position as customers have been complaining about poor service from the company and they did not meet their customer needs.

Key Words: Identify – Competitiveness- Profitability

CONTENIDO

1.Título de tesis	i
2.Equipo de trabajo	2
3.Jurado evaluador y asesor	3
4.Agradecimiento.....	4
5. Resumen y / o abstract	6
6.Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I.INTRODUCCIÓN.....	11
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	16
III. HIPÓTESIS	34
IV. METODOLOGÍA	35
4.1.Diseño de la investigación	35
4.2 Población y muestra.....	36
4.3 Definición y operalización de las variables	1
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	2
4.5 Plan de análisis	2
4.6. Matriz de Consistencia	3
4.7 Principios Éticos	3
V.RESULTADOS.....	6
5.1 Resultados.....	6
5.2 Análisis de resultados	10
VI CONCLUSIONES.....	49
Referencias bibliograficas	25
Anexo.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.	6
Tabla 2 Características del nivel de mejora de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3 Características de la competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 4 Características de la ventaja competitiva de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 : Control frecuente a los colaboradores	46
Figura 2 : La maderera (mueblería) logra cumplir con las metas deseadas.....	46
Figura 3 : Las mueblerías se caracterizan por calidad y costo.....	47
Figura 4 : Optimización de controles de gastos	47
Figura 5 : Logros de control de gastos de MYPE.....	48
Figura 6 : Oferta de productos novedosos	48
Figura 7 : Satisfacción de necesidades del cliente	49
Figura 8: Atención amable y respetuosa	49
Figura 9 : Oferta de capacitaciones en MYPE.....	50
Figura 10: Desempeño óptimo al realizar ventas.....	50
Figura 11: Conocimiento de las funciones del puesto	51
Figura 12 : Oferta de servicio personalizado a clientes	51
Figura 13 : Servicio óptimo del sector	51
Figura 14 :Productos de buena calidad	52
Figura 15 : Frecuenta habitualmente estas MYPE.....	52
Figura 16 : Frecuenta MYPE reconocidas por la calidad de productos.....	53

I. INTRODUCCIÓN

Con una mirada globalizada en el mundo, se toma en cuenta el auge que tiene la rentabilidad y competitividad en las MYPE. Por un lado, la rentabilidad es el motor que tienen las organizaciones para mantenerse estable a pesar de las economías cambiantes del mercado. Por otro lado, la competitividad, como el surgimiento de las micro y pequeñas empresas, que se mantienen en permanente mejora para lograr fidelizar a sus clientes. (Acero, 2017)

Luego al desarrollar el análisis de las MYPE en el país, ante la pandemia, podemos notar ciertas asimetrías tributarias que podrían estar perjudicando el desarrollo de ciertos productos de inversión del entorno y en el análisis del macro entorno nacional, se muestran indicadores como el PBI 7.9% en sector servicios y la inflación actual en el Perú de 3.4%, que indican que el factor riesgo-país de Perú es de 153 puntos, dato menor comparado con Colombia (290 puntos) y Brasil (320 puntos) que son países de la región (EL PERUANO, 2021)

Las micro y pequeñas compañías son parte principal en el ámbito laboral y a nivel mundial, sin embargo, existen problemáticas en su ámbito, entre las cuales se encuentran la rentabilidad y la competitividad de las organizaciones, por lo que muchos empresarios tienden a aprovechar sus recursos al máximo, cuidan sus gastos necesitando aplicar controles, obtener financiamiento a bajas tasas de interés, reducir sus costos sin dejar de lado la calidad de sus productos para no bajar su nivel de ventas.

Revisando la literatura internacional, la situación en Ecuador es que debido a la gran competitividad que existe en el mercado maderero que se vive en la actualidad aunado al sector electricidad, es indispensable reducir costos operativos para atraer a nuevos clientes y maximizar las utilidades del negocio. (Clavijo, 2017)

En el contexto peruano, se tiene presente que las MYPE son las generadoras de la mayoría de puestos de trabajo a pesar de la crisis mundial sanitaria, los insumos tecnológicos que necesitan las MYPE del rubro maderero, tienen un índice económico-financiero que oscila entre el promedio del mercado y costos altos, por ello gracias al Programa Reactiva Perú (06.04.2020) existen facilidades por parte de las empresas del sistema financiero hasta el tope de DIEZ MILLONES Y 00/100 SOLES (S/.10 000 000 soles), garantizados por el gobierno nacional, para el pago de obligaciones de corto plazo con los proveedores de bienes y servicios (Presidencia de la República del Perú- Programa Reactiva Perú, 2020).

Una propuesta a nivel nacional, se encuentra en el cumplimiento de lo presupuestado en las organizaciones, de manera que en la gestión administrativa se hace hincapié en la perspectiva del punto de equilibrio en el sector comercial de las MYPE, rubro maderero (mueblerías) y al cambio en las preferencias de los clientes en cuanto a los usos que les dan a esos productos. (Tejada ,2019).

A nivel local, en Piura, se encuentra que las mueblerías, comercializan sus productos, para lo cual su capital humano tiene el reto de administrar la rentabilidad y competitividad (Huamán, 2015).

Por otro lado, la Competitividad, con el trabajo permanente y constante de las organizaciones a nivel internacional, sobre la implementación de las prácticas que permitan el ahorro con calidad en la prestación del servicio empresarial (Rodríguez & Vásquez, 2016).

Por lo anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los rasgos de la rentabilidad y la competitividad de las

MYPE en el rubro maderero (muebles) en el AA. HH Micaela Bastidas, Distrito Veintiséis de Octubre- Piura, año 2018?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la rentabilidad y la competitividad de las MYPE en rubro maderero en el AA. HH Micaela Bastidas, Distrito Veintiséis de Octubre, Piura, año 2018.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre- Piura, año 2018. Conocer las características del nivel de mejora de la rentabilidad entre las MYPE existentes en el rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre-Piura, año 2018. Identificar las características de la competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre-Piura, año 2018. Conocer las características de la ventaja competitiva de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre-Piura, año 2018.

La presente investigación se justifica en cuanto al aporte como estudiante de la carrera de Administración en la compilación de data otorgada por los propietarios, los trabajadores y los clientes que fueron encuestados para poder socializar cómo se da la gestión administrativa en la consecución de la rentabilidad y la competitividad de las MYPE seleccionadas. Este trabajo queda como fuente de consulta en la comunidad investigativa del repositorio de la Universidad Los Ángeles de Chimbote y pueda ser consultada por otros estudiosos del tema, de manera que contextualicen lo encontrado

y difundido en las MYPE rubro maderero (mueblerías) y puedan estructurar gracias al instrumento de recojo de datos los insumos importantes para seguir alimentado sus propios marcos de investigación. Por otro lado, con este pequeño aporte también se ha podido hacer notar al cuerpo directivo de las micro y pequeñas empresas de la muestra que, la rentabilidad incide en el logro de la competitividad en el sector donde se desarrollen las organizaciones que dirigen.

En esta investigación se realizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo. Para el recojo de información se consideró como universo del estudio las MYPE del sector comercio, rubro maderero del Distrito de Veintiséis de Octubre, Piura, 2018; la muestra fue no probabilística y se contó con 02 propietarios de establecimientos dedicados al rubro maderero, 10 trabajadores y 15 clientes que brindaron información solicitada para las variables tanto de rentabilidad como de competitividad, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 16 preguntas, a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: se menciona que con respecto a la rentabilidad el 100%, es decir la totalidad de encuestados, pertenecientes a las MYPE del rubro maderero, indicaron que se esfuerzan por mantener una adecuada atención al cliente, 80% con servicio personalizado y el 20% restante no, el 80% del personal de las MYPE del ámbito de estudio se adapta a los cambios del ambiente laboral, mientras que el 20% no.

Además, con respecto a la competitividad: el 100%, es decir la totalidad de encuestados, pertenecientes a las MYPE del rubro maderero, indicaron que el producto que brindan es de calidad, se esfuerzan por mantener sus servicios de manera competitiva, el 80% del personal recibe capacitaciones permanentes en su rubro, mientras que el 20% no. La presente investigación concluye que los propietarios sí

consideran que controlar frecuentemente a sus trabajadores es importante y que los clientes sí consideran que una buena atención y capacitación de los colaboradores que los atienden hace que los recomienden. Aunado a ello, los dueños sí consideran establecer metas y que el saber de sus ventajas les ayuda en la innovación de sus productos.

Por lo tanto, se sugiere a las MYPE que estén comprometidas con la mejora continua, con cultura emprendedora, hacer todos los esfuerzos en el cuidado de los detalles de la atención al cliente y la innovación de sus productos madereros.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Clavijo (2017) en su tesis titulada “*Análisis de rentabilidad de las importaciones de la empresa SUMELEC*”, de la Universidad de Guayaquil, Ecuador, año 2017. La investigación tuvo como objetivo general establecer las variables inherentes que afectan la rentabilidad de las importaciones de la empresa SUMELEC en la ciudad de Guayaquil, durante el período 2010 al 2015. El tipo de investigación fue descriptiva, de campo, diagnóstico y explicativa. Se utilizó la técnica de recopilación bibliográfica y de recopilación de campo. La encuesta con 11 preguntas de tipo cerradas, se aplicó a directivos y empleados que realizan la gestión de los pedidos. Entre los principales resultados a mencionar se tiene que, el 100% de entrevistados y por observación faltan incentivos al inversionista mediante diseño de estrategias de penetración de mercado. Además, el mercado necesita solidificar su posición financiera, que le permitirá aumentar la infraestructura con el fin de aumentar las líneas de producción y tener el suficiente capital para hacer conocer la marca., por lo que se hizo la recomendación pertinente a los miembros de la organización en el cumplimiento de diversificar las líneas de productos según los gustos y preferencias del consumidor.

Rodríguez & Vázquez (2016) en su investigación titulada “*La gestión de calidad como herramienta esencial para la competitividad de las empresas comerciales al sureste del estado de Coahuila*”. La investigación tuvo como objetivo general conocer y analizar los factores que influyen en la gestión de la calidad. El

diseño de la investigación es no experimental - es descriptivo. La encuesta, se aplicó a 69 gerentes o propietarios de micros y pequeñas empresas. La investigación es exploratoria, descriptiva, no experimental - transversal. Los resultados obtenidos en la presente investigación, muestran que el 94% de las empresas están conscientes de la importancia que reviste la gestión de calidad, sin embargo, este factor por sí sólo no garantiza mantener una posición competitiva en el mercado al que van dirigidos. Solamente el 23% de las empresas tienen implementados sistemas de aseguramiento de calidad; el 29% manifestó no tenerla, pero estar en el proceso y el 48% restante reconoció no contar con certificación ni estar en un proceso formal. Se concluye que, no obstante que los empresarios consideran que la gestión de calidad es primordial e insoslayable para lograr la competitividad, por otra parte, se demuestra una gran debilidad en el proceso y en la implantación, por lo que existe una excelente oportunidad para promover modelos de aseguramiento de calidad y de innovación para la gestión empresarial.

Antecedentes Nacionales

Chicana (2016) en la investigación denominada “*Rentabilidad y competitividad en las MYPE*”, de Tocache, Universidad Nacional de San Martín, para optar el grado de maestría en administración. Tuvo como objetivo general determinar los niveles de mejora de rentabilidad y competitividad en las MYPE rubro maderero, de Tocache, San Martín, para lo cual empleó la metodología descriptiva, llegó a las siguientes conclusiones: se determinó los niveles porcentuales de mejora en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas. Se observó que los niveles de satisfacción en la apreciación de los productos (muebles adaptables de sala, comedor,

dormitorios, entre otros) alcanzan un total de 76,3 %, por lo que se puede evaluar como una gestión por encima de lo esperado o eficiente en cuanto a la perspectiva del cliente. Lo que indica que la satisfacción material se constata si un producto se ajusta a la demanda o no, si satisface materialmente o no. Esta satisfacción material está determinada por la eficacia del sistema de recuperación del producto y la eficacia del sistema de recuperación. Asimismo, en cuanto a las medidas ha tomar en la mejora continua se deja una propuesta de acción en los canales de comunicación con los clientes según la oferta y demanda del mercado, en zona maderera de la región San Martín.

Sotelo (2016) en su tesis doctoral titulada *“La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MYPE: Caso Peruano”*, realizó una propuesta de un sistema básico de gestión de los procesos como: de estandarización de productos, de calidad, de procesos productivos, de la orden de pedido, de logística; que deberán trabajarse en cualquier tipo de asociación de MYPE para lograr entregar productos y/o servicios con las mismas características y el mismo nivel de calidad con entrega a tiempo. A través de la aplicación de este sistema básico de procesos integrados bajo la visión de la Norma ISO 9000 (gestión por procesos) las MYPE logran competitividad generando mayor rentabilidad y sostenibilidad a su negocio. Por lo cual, se aplicaron encuestas y cuestionarios a 459 empresas en Lima, seleccionadas como muestra de la investigación. Las principales características que arrojan las encuestas son: En cuanto a la interrogante si las empresas cuentan con alguna certificación: el 87.8% no cuentan actualmente con alguna certificación, el 12% sí cuentan con certificación y el 0,2% no saben. De la interrogante si las empresas manejan un plan de negocio, se tiene lo

siguiente: el 54.9% no realizan plan de negocio, el 44.4% sí poseen un plan de negocio teniendo metas claras hacia dónde va el negocio y el 0.7% no saben. Con respecto a si utilizan herramientas de calidad en sus procesos: el 68.6% sí emplean herramientas de calidad, el 31.4% no hacen uso de elementos de calidad. Al realizar investigaciones sobre capacitaciones de personal de las MYPE seleccionadas, el 71.9% no ofrecen capacitación a sus empleados y el 28.1% sí ofrecen capacitación a sus empleados. Ante la indagación de qué factor consideran como valor agregado en sus productos y/o servicios, indican como sigue: el 36.8% consideran al cliente en un primer lugar, el 22% consideran a los competidores, el 17.7% consideran a los proveedores y el 23.5% restante consideran otros factores. Por lo tanto, la fuente de valor agregado es externa a las empresas seleccionadas del ámbito de estudio. Como se hace énfasis en la tesis acerca de la asociatividad, se preguntó si las MYPE de la muestra conocen sobre las ventajas y desventajas de pertenecer a alguna asociación, las estadísticas fueron: el 73.6% sí conocen de desventajas y ventajas sobre asociatividad, el 26.4% restante desconocen aún los atributos y/o beneficios a los cuales podrían acceder de pertenecer a una asociación. En conclusión, las Mypes contribuyen al crecimiento progresivo del PBI, el cual es un indicador financiero importante para el país, ya que mide los bienes y servicios que generan ganancia por los impuestos, en este concepto entra el consumo de las familias y contribuciones de las empresas a este indicador, ya sea por las ventas, las importaciones, exportaciones.

Antecedentes Locales

Según Alburquerque (2015) en su trabajo de investigación *“Caracterización de la competitividad y la capacitación en las MYPES del sector comercial, de la ciudad*

de Sullana. Año 2015”. La investigación se realizó para optar el título de Licenciado en Administración; tuvo como objetivo general, la determinación y descripción de las principales características de la competitividad y la capacitación de las Mypes del sector comercio de la ciudad de Sullana, año 2014. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 20 microempresarios de una población de 30, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: 60% de los empresarios consideran importante la aplicación de técnicas adecuadas para lograr la calidad del servicio.

Huamán (2015) en su tesis titulada “*La Competitividad y Capacitación en las Micro y Pequeñas empresas comerciales rubro mueblerías (Piura) al año 2013, Perú*”; indagación efectuada para optar el grado de Licenciada en Administración de empresas cuya meta general es analizar las características, factor de competitividad, estrategias de capacitación y competitividad de las MYPE comerciales rubro mueblerías tiene como diseño no experimental y descriptivo determinando que en este sector no muestra la capacitación adecuada que llegue a necesitar cada trabajador, donde éste pueda desenvolverse de manera eficiente en el trabajo u actividad delegada ya que es de mucha importancia la formación que es un factor clave que permite en el trabajador adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos, prácticos y teóricos , llegando a la conclusión que beneficia a las MYPE del rubro buscado dado que ayuda a que cada colaborador se sienta motivado e inspirado en la labor que está realizando.

Viera (2015) en su trabajo titulado “*Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad de las MYPE comerciales, Sullana 2015*”, estableció como objetivo

general, identificar las características de la Competitividad y la gestión de calidad de las MYPE comerciales, Sullana 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados, con respecto a la infraestructura, se encontró que el 48% de los clientes la han considerado como deficiente. Con respecto a la tecnología, se encontró que el 80% no cuentan con un terminal electrónico de venta/servicio (POS), con respecto a los objetivos corporativos se encontró que el 80% de las empresas no cuentan con visión y misión institucional, por lo que se concluye que uno de los factores de la competitividad valorado por la mayoría de los clientes muestra que prefieren la calidad de los productos.

Rondoy (2014) en su investigación titulada *Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad de las MYPE comerciales en la ciudad de Sullana región Piura año 2014*". Tesis para conseguir el título de Licenciatura en administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana 2014. Donde fue utilizada la metodología descriptiva, para el recojo de información se contó con 20 MYPE que representó la generalidad de la población en el cual se empleó la técnica de encuesta utilizando como instrumento el temario donde fue aplicado 20 preguntas donde sus respuestas fueron del 85% no están comprometidos con los objetivos y en la rentabilidad el 55% no cuenta con liquides para cubrir sus gastos, el El 74% encuestados considera que las empresas no innovan sus productos, el 81% de clientes encuestados considera que el servicio y producto brindado teniendo como conclusión general que las principales características de gestión de calidad de las MYPE de Sullana obtuvimos como resultados que ellos supervisando la calidad de los insumos pueden verificar los errores que pueden haber y rectificarlos.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Rentabilidad

Según el autor Werther (2017), la rentabilidad es la capacidad que tiene la organización para gestionar administrativamente sus recursos y por ende generar ganancias. Con lo señalado líneas arriba se entiende que la rentabilidad es la hilación que existe entre la utilidad y la inversión mide la existencia de la administración de una empresa, demostrada por el beneficio obtenido de las ventas realizadas y el uso de las inversiones, su categoría y regularidad de la tendencia de las utilidades.

Dichos beneficios a su vez son la conclusión de una administración competente, una planeación inteligente, disminución integral de costos, gastos y en general.

Tipos de Rentabilidad

- *La Rentabilidad Financiera:* La rentabilidad financiera o de los fondos propios es una longitud referida aun determinada etapa de tiempo del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con alejamiento de la distribución del resultado. (Sanchez,2016)
- *La Rentabilidad Económica:* La rentabilidad económica, involucra la evaluación de los indicadores como ingresos, egresos, balances, punto de equilibrio, entre otros; con la finalidad de que en cumplimiento a lo presupuestado se logre la minimización de costos. La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. (Sanchez,2016)

Medidas de Rentabilidad

Según Gitman (2016) afirma que estas medidas posibilitan la apreciación de las utilidades de la empresa respecto de una categoría dada de ventas, de una evaluación cierta de activos o de un negocio de la empresa.

Por otra parte, es admirablemente, claro que sin ganancias no hay inversiones ya que ninguna microempresa podría atraer un capital externo, por lo cual los propietarios y los gerentes colocan mucha atención al estímulo de las utilidades y colocan la mira en ellos dándole la importancia que se han ganado en el mercado.

Frecuencia de venta

Según el autor Avalos (2019) el monitoreo de la frecuencia de venta logra:

- **Incrementar valor para la empresa:** De suma importancia en el quehacer laboral el cuidado de los inputs del proceso empresarial como por ejemplo la compra de los materiales cuidando la calidad de los mismos, aunado a que los proveedores sean confiables y en realidad el seguimiento de los controles recae en cada elemento de la cadena de valor de las organizaciones.
- **Incrementar valor para los clientes:** En los aspectos de comodities en la actualidad como elementos que activan los estímulos de la mente del cliente, ha surgido la diversificación de los productos tomando en cuenta hacia qué segmentos de mercado se quiere abordar. Todas las acciones que contribuyan a la escucha activa de los clientes permite que los productos puedan innovarse al servicio de las necesidades y tendencias se presenten.

Nivel de mejora de la rentabilidad

Según el autor Moreno (2015) examina que monitorear el flujo de dinero y la medición de la rentabilidad son instrumentos fundamentales para afirmar el control del trámite.

El autor examina que se puede mejorar la rentabilidad por medio de:

- **Generar productos que satisfagan a los socios:** Permite invertir las actuaciones empresariales de corto, mediano y largo plazo, así como remunerar a los socios y trabajadores partícipes de las acciones que generen valor para la empresa y las valoraciones innovativas de los productos que se ofertan con calidad a los clientes.

- **Estricto control de los gastos:** Lo que permite optimizar los ingresos.

Mejorar los márgenes por producto: requiere de la efectividad para medir de alguna manera constante lo que sucede en el mercado.

Competitividad

Según el autor Avalos (2019) señala que, la competitividad es la capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor para sus propietarios en un mercado donde operan competidores exitosos.

Otros autores como Rubio & Baz (2015) señalan que, para las empresas, competitividad es la capacidad de competir victoriosamente en los mercados mundiales. En dicha exploración se dice que para muchos la competitividad se mide a través de un grupo de índices de porción, como los niveles de empleo y desempleo, las tasas de crecimiento de la economía o balanza comercial. Para muchos economistas y no empresarios, ella se reduce al costo de la mano de obra de dicho lugar acerca de otras naciones, como es China en estos tiempos está ajustado en el precio con el tipo de cambio vigente.

Luego de leer lo que indican los autores, este trabajo de investigación trabajará con lo indicado por el autor Avalos, que relaciona la competitividad al desempeño organizacional.

Aspectos de importancia de la competitividad

Según Monterroso (2016) define que la competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas, es decir, de su organización y capacidad para producir de una manera tal que pueda elevar sus ventas y ganarles a sus competidores en distintos ámbitos. Sin embargo, hay una infinidad de factores externos que determinan su capacidad de competir. Una empresa puede ser la más productiva y tecnológicamente exitosa en su ámbito interno, pero si las condiciones externas le imponen diversos costos, su competitividad acaba siendo limitada. Para poder competir, las empresas tienen que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir costos y elevar su productividad.

Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter

Es una herramienta significativa de la habilidad de una unidad de negocio traída para un análisis de la llamativa estructura de la fabricación. El estudio de las fuerzas competitivas se logra por la caracterización de 5 fuerzas competitivas primordialmente:

- **Ingreso de competidores:** Cuán fácil o difícil es que se integren a la manufactura nuevos competidores porque tratan de entrar a combatir, a pesar de las paredes de ingreso existentes.
- **Amenaza de sustitutos:** Menciona cuánta sencillamente se puede suplantar un beneficio o un servicio.

- **Poder de negociación de los compradores:** Indica el poder con que se enumeran los clientes o compradores de la producción para obtener buenos importes en sus servicios.
- **Poder de negociación de los proveedores:** Señala al dominio con que se refieren los vendedores de la explotación para aumentar sus precios.
- **Rivalidad entre competidores existentes:** Colectivamente la fuerza más eficaz de todas hace reseña a la competencia entre mercados que compiten claramente en una misma industria, brindando el mismo tipo de beneficio.

Características Competentes

Según el autor Avalos (2019), se tiene en cuenta lo siguiente:

- **Personal de atención capacitados**

En cuanto al entrenamiento en las capacidades, habilidades, aptitudes del personal de una organización, es importante destacar que la perspectiva de la visión personal del trabajador en contraste con la perspectiva de la visión organizacional, se equilibra en tanto la sensibilización e inducción dentro de las empresas sean de continuo aprendizaje, por ejemplo, en materias de inversiones, costeo, habilidades blandas, servicio al cliente, entre otros aspectos.

- **Desempeño de los Trabajadores**

En cuanto, al desempeño de los trabajadores, se tiene que, es de vital importancia la supervisión y control de los mismos en la realización fáctica del trabajo en acción. Se tomará en cuenta que perennemente se hará una retroalimentación de los errores, desaciertos y aciertos de las diferentes

actividades que ejecuten los trabajadores en general, a cargo del líder de equipo, jefes, supervisores, encargados de dirección, propietarios y/o dueños.

Ventaja Competitiva

Según el autor Sena (2014) indica que la ventaja competitiva es la capacidad de una sociedad de adaptarse a otras de la misma fabricación o sector mediante métodos precisos, por lo tanto, cada asociación puede alterar a su manera.

Por vía de las ventajas competitivas, es potencial que una compañía logre un enfoque próspero en relación con la aptitud dentro del mercado. Para esto, existen seguras destrezas que fomentan el buen posicionamiento de la empresa las cuales deben estar afinadamente implementadas.

La creación de valor

Según Martínez (2018) define que es un mecanismo que pueda tener secuela en la mejora del enfoque competitivo de la compañía es el espacio de valor, es decir, la generación de un valor añadido que pueda servir como unidad crucial para lograr el éxito en la asunción de una estrategia competitiva.

Según el investigador Michael E. Porter, la serie de costo es una forma de estudio de la diligencia corporativa mediante la cual una sociedad deshace su actividad total en desiguales partes, con el objetivo de igualar orígenes de mejoría competitiva en las diligencias que fundan valor. Mediante este examen se resume en un conjunto de puestos que aumentan valor a los productos y servicios de una sociedad y se pretende, en cada una de sus partes, lograr la máxima renta potencial, sometiendo todo lo que sea superfluo. De este carácter, si la sociedad logra o consigue desarrollar e integrar las diligencias de su cadena de valor de forma menos alta y mejor especial que sus rivales.

➤ La ventaja competitiva según el autor Avalos (2019), indica que se puede medir a través de los siguientes indicadores:

- **Calidad del producto entregado**

Cuando un producto es entregado al cliente, sucede que es la salida de todo un proceso de verificación de controles de calidad, que juegan un rol importante en la adecuación de los requerimientos del cliente, la operatividad de la empresa y el cumplimiento de las normas que rigen la calidad.

- **Cliente frecuente**

Cuando el cliente se fideliza con los productos ofertados por la MYPE es importante trabajar en los detalles de los mismos, en la adecuación que se tiene entre las expectativas del mismo y las características útiles de los productos ya sea con originalidad, innovación, estilos, colores, entre otros aspectos.

- **Mype reconocida en el mercado**

Dentro del ligado de las habilidades de oficio hallamos las estrategias profesionales, que tienen como esencia que la sociedad puede optimar su posición profesional respecto a los proveedores del sector. Esto se obtiene conseguir de desiguales maneras, pero una habilidad profesional tiene como objetivo esencial la producción de una ventaja competitiva, es decir la definición de una peculiaridad o de un carácter que haga que la empresa supere a la capacidad de manera genérica y sostenida.

Ante la inexperiencia de cuáles son las desiguales estratégicas del negocio que una sociedad puede establecer para lograr una mejoría competitiva. Una de las contribuciones hipotéticas más importantes en este perímetro ha sido la

codificación ejecutada por Porter, que contrasta entre tres tipos de habilidades competitivas:

- Habilidad de diferenciación: Busca hacer que el beneficio sea significativo desigual de los competidores, o incluso que esté la clarividencia de que sea único. El usuario puede llegar a pagar más por el beneficio, ya que la empresa se tolera como si fuera un privilegio, siendo menos impresionable al precio y más fiel.

- Habilidades para conseguir y mantener la capacidad de las empresas:

La mejoría semejante de un consorcio estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y propiedades, etc., de los que coloca dicha compañía, los mismos de los que faltan sus competidores o que estos tienen en menor composición que hace factible la elaboración de unos favores principales a los de aquellos.

El uso de estos barnices conjetura una perenne colocación hacia el ambiente y una actitud significativa por parte de las sociedades grandes como en las infantas, en las de reciente universo o en las maduras y en general en cualquier clase de compraventa. Por otra parte, el concepto de cabida nos hace pensar en la idea "señoría", o sea, con características de vigencia y eficacia de la colocación. La capacidad no es provecho de una contingencia ni surge casero; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y pacto por grupos colectivos característicos que conforman la dinámica de conducta organizativa, como los asociados, dirigentes, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general. Una distribución, cualquiera que sea la actividad que ejecuta, si apetece

conservar un nivel conveniente de capacidad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unas clasificaciones de análisis y decisiones formales, incluidos en el marco del proceso de "planificación estratégica". puesto de dicha causa es ordenar y coordinar todas las energías de los dispositivos que completan la colocación enfocados a maximizar la eficacia global. Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa. La capacidad interna se refiere a la capacidad de colocación para lograr el máximo beneficio de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. Al hablar de la capacidad interna nos viene la idea de que la sociedad ha de rivalizar contra sí misma, con locución de su perpetuo esfuerzo de superación. La capacidad externamente está encaminada a la elaboración de los lucros de la colocación en el argumento del cliente, o el sector a que concierne. Como el método de informe o piloto es extraño a la sociedad, ésta debe considerar variables fuera, como el grado de fantasía, la actividad de la manufactura, la estabilidad bancaria, para apreciar su cabida a largo término. La sociedad, una vez ha ido un ras de capacidad exterior, corresponderá instalar a conservar su competitividad futura, basado en fundar sucesos ideas, productos de investigar nuevas congruencias de mercado.

Las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter:

1. Amenaza de Entrada: Los nuevos rebajos en un sector meten nuevas cabidas y un deseo de lograr colaboración de clientes, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de cambio necesaria para rivalizar. Los nuevos

competitivos pueden levantar cabidas positivos y mareas de caja para remecer a la capacidad.

2. *El Poder de los Proveedores:* Los vendedores eficaces aprisionan una decano porción del importe para sí iguales recogiendo importes más altos, limitando la aptitud o los productos, o trasladando los costes a los colaboradores del sector. Los vendedores eficaces, conteniendo los vendedores de mano de obra, son capaces de extraer renta de una manufactura que es inepto de trasladar los costes a sus convenientes importes.

3. *El Poder de los Compradores:* Los clientes poderosos el lado contradictorio de los vendedores poderosos– son competentes de aprisionar más valor si obligan a que los importes descendan, exigen mejor aptitud o superiores servicios (lo que incrementa los costos) y, por lo corriente, hacen que los colaboradores del sector se afronten; todo esto en daño de la renta del sector. Los compradores son eficaces si tienen poder de convenio en correspondencia con los colaboradores del sector, fundamentalmente si son impresionables a los precios, y usan su poder primariamente para lograr deflaciones de precios.

4. *La rivalidad entre competidores existentes:* La rivalidad entre los contendientes efectivos apadrina muchas formas sencillas, incluyendo rebajas de importes, expulsiones, es más realizable que se dé una capacidad de importes (Torreblanca, 2015).

5. *La amenaza de los substitutos:* Un suplente efectúa la igual función –o una análogo– que el beneficio de un sector mediante conveniencias diferentes, Cuando la amenaza de suplentes es alta, la renta del sector tolera los efectos o

servicios suplentes circunscriben el viable de renta de una sociedad al instalar un techo a los importes.

Marco conceptual

Competitividad: Es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores. Obteniendo así una posición destacada en su entorno. (Sotelo, 2016)

Rentabilidad: La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados. (Clavijo, 2017)

Microempresa: es un término utilizado para diferenciar una empresa por los ingresos mensuales o anuales que posee, además del tamaño. Está contenida dentro de la categoría de las Pymes. La microempresa suele ser creadas por diversos motivos, entre ellos la necesidad de ingresos para subsistir o para encontrar una salida económica a diversas habilidades. (Clavijo, 2017)

Variable: Es una condición o característica determinada sobre la que obtendremos información. El dato es el valor que cada variable asumirá en un individuo determinado.

Productos: Del latín productus, se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido)

Maderera: Es el sector de la actividad industrial que se ocupa del procesamiento de la madera, desde su plantación hasta su transformación en objetos de uso práctico, pasando por la extracción, corte, almacenamiento o tratamiento bioquímico y moldeo.

Ciencias administrativas: Tienen por objeto el estudio del hecho administrativo, se aplica a examinar qué es la Administración, qué debe ser y qué será. El conocimiento de la realidad, es lo real en sí, trata de saber cómo funciona el ingenio administrativo en lo real, cuáles son los problemas que se le plantean, por qué y para que los encuentra.

Investigación: Es un proceso intelectual y experimental que comprende un conjunto de métodos aplicados de modo sistemático, con la finalidad de indagar sobre un asunto o tema, así como de ampliar o desarrollar su conocimiento, sea este de interés científico, humanístico, social o tecnológico.

Población: Es un conjunto de personas que habitan un lugar determinado en un tiempo específico. Puede ser pequeña, grande o mediana, y componerse de varias personas relacionadas genéticamente o no.

Inversión: En términos generales, es la utilización de los recursos en el sector productivo o de capitales con el objetivo de lograr beneficios o ganancias y su importancia radica en lograr obtener libertad financiera. Para realizar una inversión se debe contar con recursos financieros (dinero).

III. HIPÓTESIS

Según Hernández & Mendoza. (2018), las investigaciones de descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características tanto de la rentabilidad como de la competitividad.

La presente investigación: La rentabilidad y competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AA. HH Micaela Bastidas Distrito 26 de octubre- Piura, año 2018. No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo.

Diseño no experimental

Según el autor Taboada (2017), señala que “una investigación es no experimental cuando no se manipulan o modifican o alteran las variables de estudio de los fenómenos de investigación abordados”. (p.49)

Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a las variables rentabilidad y competitividad en estudio, conforme a la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Transversal. Según el autor Loa (2016), señala que “una investigación tiene diseño transversal o transaccional cuando se aplican herramientas o instrumentos de recolección de datos, que permitan medir en un solo momento el fenómeno u objeto de estudio de la investigación”. (p.41)

Fue transversal, porque el estudio de investigación la rentabilidad y competitividad de las Mypes comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AA. HH Micaela Bastidas Distrito 26 de Octubre - Piura, año 2018. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y final específicamente.

Descriptivo. Según el autor Tamayo (2020), señala que “una investigación es descriptiva cuando se procede a observar los fenómenos o acontecimientos tal y como ocurren, sin alterar la realidad, ni manipularla”. (p.45)

Es no experimental, porque en la investigación se observaron las variables rentabilidad y competitividad en las MYPE seleccionadas.

4.2 Población y muestra

La población: Se utilizó una población de 27 personas. Para la variable 2 Propietarios y 10 trabajadores de las Mypes del rubro maderero (Mueblerías) ubicadas en el distrito veintiséis de octubre de la Provincia de Piura, 2018. Para la variable rentabilidad se utilizó una población de clientes de los Mypes del rubro maderero (Mueblerías) ubicadas en el distrito 26 de octubre de la provincia de Piura, 2018, para la variable competitividad.

Es un grupo finito o infinito de personas, objetos o animales que tienen ciertas características en común. (Acero, 2017)

Muestra: se utilizó una muestra de dos representantes y 10 trabajadores de la Mypes del rubro maderero (Mueblerías) ubicadas en el distrito veintiseis de octubre de la Provincia de Piura, 2018. Para la variable rentabilidad.

Se denomina así a un grupo de individuos seleccionados para representar a una población, especialmente cuando esta es demasiado amplia para ser estudiada en su totalidad. (Sotelo, 2016)

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad	Capacidad que tiene la organización para gestionar administrativamente sus recursos y por ende generar ganancias. (Werther, 2017)	Operacionalmente se evaluará, la frecuencia de venta y el nivel de mejora, a través de un cuestionario dirigido a los propietarios y/o trabajadores.	Frecuencia de Venta	-Incrementar valor para la empresa	Nominal
				-Incrementar valor para los clientes	Nominal
			Nivel de mejora	-Generar productos que satisfagan a los socios	Nominal
				-Estricto control de gastos	Nominal
Competitividad	Capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor para sus propietarios en un mercado donde operan competidores exitosos. (Avalos, 2019)	Operacionalmente se evaluará las características competentes y las ventajas competitivas a través de la aplicación de un cuestionario dirigido a los clientes.	Características competentes	-Personal de atención capacitado	Nominal
				-Desempeño de los trabajadores	Nominal
			Ventajas competitivas	-Calidad del producto entregado	Nominal
				-Cliente frecuente	Nominal
	-MYPE reconocida en el mercado	Nominal			

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

El cuestionario se obtuvo a partir de la operacionalización de las variables, utilizando un listado de 16 preguntas escritas, distribuidas en cuatro secciones que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito y así obtendremos nuestros resultados.

4.5. Plan de análisis

Una vez recopilados los datos, se tabularon y graficaron ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleó el programa Excel: en este programa se desarrolló los cuadros de resultados y el SPSS versión 24: es un programa que se utilizó para hacer los gráficos de resultados, el Word: Donde se redactó las bases teóricas, PDF: Se utiliza para presentación del proyecto final y el PDT: donde se expondrá el proyecto. Luego se realizó el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario)

4.6. Matriz de Consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan de Análisis
¿Cuáles son las características de la rentabilidad y la competitividad de las MYPE en el rubro maderero (muebles) en el AA. HH Micaela Bastidas, Distrito Veintiséis de Octubre- Piura, año 2018?	<p>Objetivo general: Determinar las características de la rentabilidad y la competitividad de las MYPE en rubro maderero en el AA. HH Micaela Bastidas, Distrito Veintiséis de Octubre, Piura, año 2018</p> <p>O1. Identificar las características de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre-Piura, año 2018.</p> <p>02.Conocer las características del nivel de mejora de la rentabilidad entre las MYPE existentes en el rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre-Piura, año 2018</p> <p>03.Identificar las características de la competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre-Piura, año 2018.</p> <p>04.Conocer las características de la ventaja competitiva de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre-Piura, año 2018.</p>	<p>Rentabilidad</p> <p>Competitividad</p>	<p>La población: Fue de 27 personas de las MYPE del sector servicios, rubro maderero (mueblerías), en el distrito veintiséis de octubre, Piura,2018 empleando los criterios de inclusión y exclusión</p> <p>Muestra: Para la variable rentabilidad se utilizó una muestra de 2 propietarios y 10 trabajadores de la Mypes del rubro maderero (mueblerías) ubicadas en el distrito veintiseis de octubre de la Provincia de Piura, 2018.</p>	<p>El trabajo de investigación no experimental – transversal y descriptivo</p> <p>No experimental: Porque no se manipulo deliberadamente a las variables</p> <p>Trasversal porque aplico en un solo momento</p> <p>Descriptivo porque se observa los fenómenos tal y como están, no experimental porque se observa las variables</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	<p>El programa Excel fue utilizado para realizar tablas , el programa SPSS versión 24 para realizar gráficos , asimismo fue útil el programa Word,Mendel ey,Turnitin y el PDF.</p>

4.7. Principios Éticos

Protección a las Personas

Se utilizó el principio ético protección a la persona porque toda la información recibida de los participantes fue de acuerdo a su conveniencia siendo respetado su privacidad como es sus números telefónicos y correos electrónicos. Dando a conocer que los datos personales brindados solo serán utilizados para el trabajo de investigación y que si decidieran no brindar más información se les considera sin ninguna obligación.

Beneficencia y no maleficencia

Se les mencionó a los participantes que dicha información que fue otorgada no causaría ningún daño en su organización ni afectaría en las funciones ejecutadas o perjudicaría en las utilidades diarias, dando la anonimidad de las respuestas de dicho cuestionario realizado.

Justicia

Se brindó un trato amigable a los representantes de las micro y pequeñas en la cual se les detalló el motivo e importancia de la encuesta la cual también se le entrego un modelo de consentimiento informado.

Integridad científica

Se les comentó que los datos personales concedidos por cada participante solo se emplearían en el consentimiento informado, indicándoles que las respuestas otorgadas serían utilizadas en el proceso del trabajo de investigación teniendo en cuenta que los resultados proporcionados no serían manipulados ni alterados.

Libre participación y derecho a estar informado

Se aplicó el cuestionario a los diferentes participantes después de haberles mencionado la finalidad de la investigación presenciada en el consentimiento informado. También se les pidió ser partícipes, leída del documento, su aprobación y firma del mencionado documento.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Se tomaron medidas de conservación del medio ambiente y la biodiversidad, como el uso de los protocolos de bioseguridad para el momento de las entrevistas para el consentimiento informado que se realizó al iniciar gestiones con los propietarios y/o dueños de las MYPE seleccionadas. Asimismo, se usó la laptop con baterías para evitar el exceso consumo de energía eléctrica.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

Frecuencia de Venta	N	%
Control frecuente a los colaboradores		
Si	2	100.00
No	0	00.00
Total	2	100.00
La maderera (mueblería) logra cumplir con las metas deseadas		
Si	1	50.00
No	1	50.00
Total	2	100.00
Las mueblerías se caracterizan por calidad y costo		
Si	2	100.00
No	0	00.00
Total	2	100.00

Nota: Datos obtenidos del Cuestionario aplicado a los propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro maderero (mueblerías) del AA. HH Micaela Bastidas distrito 26 de octubre, 2018

Tabla 2

Características del nivel de mejora de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

Nivel de mejora	N	%
Optimización de controles de gastos		
Si	2	100.00
No	0	00.00
Total	2	100.00
Logros de control de gastos de MYPE		
Si	1	50.00
No	1	50.00
Total	2	100.00
Oferta de productos novedosos		
Si	12	80.00
No	3	20.00
Total	15	100.00
Satisfacción de necesidades del cliente		
Si	14	93.00
No	1	7.00
Total	15	100.00

Nota: Datos obtenidos del Cuestionario aplicado a dos propietarios y 15 clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro maderero (mueblerías) del AA. HH Micaela Bastidas distrito 26 de octubre, 2018.

Tabla 3

Características de la competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

Competitividad existente en las MYPE	N	%
Atención amable y respetuosa		
Si	12	80.00
No	3	20.00
Total	15	100.00
Oferta de capacitaciones en MYPE		
Si	8	80.00
No	2	20.00
Total	10	100.00
Desempeño óptimo al realizar ventas		
Si	14	93.00
No	1	7.00
Total	15	100.00
Conocimiento de las funciones del puesto		
Si	10	100.00
No	0	00.00
Total	10	100.00
Oferta de servicio personalizado a clientes		
Si	8	80.00
No	2	20.00
Total	10	100.00
Servicio óptimo del sector		
Si	10	100.00
No	0	00.00
Total	10	100.00

Nota: Datos obtenidos Cuestionario aplicado a 10 trabajadores y 15 clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro maderero (mueblerías) del AA. HH Micaela Bastidas distrito 26 de octubre, 2018.

Tabla 4

Características de la ventaja competitiva de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

Ventajas competitivas encontradas	N	%
Productos de buena calidad		
Si	15	100.00
No	0	0.00
Total	15	100.00
Frecuenta habitualmente estas MYPE		
Si	15	100.00
No	0	0.00
Total	15	100.00
Frecuenta MYPE reconocidas por la calidad de productos		
Si	11	73.00
No	4	27.00
Total	15	100.00

Nota: Datos obtenidos Cuestionario aplicado a los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro maderero (mueblerías) del AA. HH Micaela Bastidas distrito 26 de Octubre, 2018.

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AA. HH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

Control frecuentemente a los colaboradores: El 100% de los propietarios si consideran que controlan frecuentemente a sus trabajadores (Tabla 1), este resultado coincide con lo señalado por el autor Robles (2017), que en su estudio indicó que el 76% controla a los colaboradores, ya que ellos forman parte del valor de la empresa, entendiéndolo como el conjunto de elementos humanos que integran o constituyen la empresa, dependiendo de ellos maximizar rentablemente el capital empleado y coste de capital, lo cual establece una creación de valor para la empresa, este debe ser el objetivo de toda buena gerencia. Por otro lado, contrasta con lo señalado en su estudio el autor Tejada (2019), quien indicó que el 58% no controla a los colaboradores, por lo que podemos medir el valor creado en la empresa considerando no solamente el beneficio sino también el coste que ha supuesto generar ese beneficio. En definitiva, si el beneficio obtenido supera el coste de los recursos implicados, podremos decir que se ha creado valor. Si esto lo trasladamos a la toma de decisiones de inversión significa que para que se cree valor en la empresa el valor actual neto (VAN) de la inversión deberá ser positivo y por tanto estaremos invirtiendo en activos que generan un valor adicional para la empresa. Para medir la creación de valor en la empresa se parte de tres conceptos básicos: Capital empleado, Coste de capital y Utilidad neta de operación después de impuestos.

Pascual (2015), define la rentabilidad como la capacidad de un bien para producir beneficios y la medida que proporciona al compararse cuantitativamente con la

inversión que lo originó. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, la rentabilidad es un componente en el accionar de una micro y pequeña empresa, ya que toda organización empresarial y su personal de la misma en su conjunto, aplican una serie de medidas para lograr tal fin, de manera que para operativamente alcanzar ello, una de las acciones es el control frecuente a los colaboradores, para que lo planificado no solamente quede en papeles sino que realmente se ponga en acciones a pesar de las brechas que puedan darse en el quehacer diario.

Logro en el cumplimiento de metas deseadas: El 50% de los propietarios si logran cumplir con sus metas deseadas (Tabla 1), este resultado coincide con lo que señala los autores Rodríguez & Vásquez (2016), que el 50% sí cumplen con metas. De lo que se trata es dar mayor rentabilidad al negocio de este rubro. Además de lo que se trata es de crear “valor para el cliente”, lo que se traduce en un margen entre lo que se acepta pagar y los costes incurridos por adquirir la oferta; sin embargo, la práctica ha demostrado que la reducción de costes monetarios tiene también un límite tecnológico, pues en ocasiones ha afectado dicha reducción finalmente también a la calidad de la oferta y el valor que esta genera. Sin embargo, contrasta con lo señalado con el autor Robles (2017), que en su estudio el 52% no cumplen con metas, por diferentes aspectos del microentorno laboral. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que en el contexto empresarial existen metas planificadas y estipuladas por escrito muchas veces en el plan operativo semestral, por ejemplo, pero que tanto en la puesta en marcha como en la evaluación de las mismas existe una brecha con la que los propietarios y/o dueños lidian día a día.

Monitoreo de calidad y costo: Se observa que el 100% de los propietarios si creen que las mueblerías se caracterizan por su calidad y costo (Tabla 1), este resultado coincide

con lo que señalan los autores Rodríguez & Vásquez (2016), que el 96% cuidan calidad y costo. Dejando claro que la calidad se utiliza en una amplia variedad de formas diferentes. Desde el punto de vista del comprador, la calidad con frecuencia se asocia a su valor, utilidad o incluso al precio y desde el punto de vista del productor, la calidad en general se asocia con el diseño y la producción de un producto para satisfacer las necesidades del cliente. Y lo más interesante está desde el punto de vista del productor, no se puede tolerar la variación de la calidad. El productor debe especificar la calidad tan concretamente como le sea posible y entonces esforzarse para lograr esas especificaciones en tanto mejora el producto con el tiempo. Sin embargo, contrasta con el autor Tejada (2019), que en su estudio indicó que el 55% no cuidan calidad ni costos, aunado específicamente a un conjunto de acciones improvisadas en el quehacer administrativo. Por otro lado, el costo, no debe obviarse, conociendo que el costo es la existencia de un consumo de determinados elementos valorables económicamente, realizado para lograr o alcanzar un objetivo. Es importante mencionar que los costos de calidad representan una proporción aproximada de entre el 5 y el 35 % sobre las ventas anuales. Esta variación se explica mediante factores tales como el tipo de industria, las circunstancias en que se encuentre el negocio o servicio, la visión que tenga la organización acerca de los costos relativos a la calidad, su grado de avance en calidad total, así como las experiencias en mejoramiento de procesos. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que en cuanto a las acciones para incrementar ventas se tiene que considerar siempre el cuidado de la calidad y considerar también la valoración de los costos que implican la implementación de las acciones.

Tabla 2. Características del nivel de mejora de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

Optimización de controles de gastos: Se observa que el 100% de los propietarios si controla sus gastos. Debido a que estas MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AAHH Micaela bastidas distrito 26 de octubre- Piura, conocen que el objetivo fundamental de un negocio, más allá de la vocación de sus protagonistas, es la rentabilidad, la cual se alcanza con un acertado margen entre costos y precios de venta y también con un correcto control de los gastos, ese resultado coincide con la autora Lozada (2019), quien indicó que el 62% optimiza control de gastos. Esa acción está sujeta a presiones, condiciones y variables que no son siempre las mismas, ni dentro de la empresa ni en el entorno en el que opera. Como, por ejemplo, el incremento del trabajo es uno de los principales factores de cambio. Por otro lado, contrasta con la autora Espíritu (2019), que indicó que el 51% controlan gastos. Pero también influyen las condiciones de la economía, la estabilidad de los precios y la competencia en el propio mercado. Con la mira en la rentabilidad proyectada como resultado, los costos empresarios adquieren una importancia fundamental. Entre ellos, son importantes los gastos, muchas veces necesarios y otras no. Lo que no debe perderse de vista es que, en uno y otro caso, todo gasto es dinero que sale de la empresa. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que la gestión del control de gastos es una actividad que permite la no desestabilización del presupuesto formulado, algo que se adolece cuando no existen los controles al respecto.

Logros de control de gastos de MYPE: Se observa que el 50% de propietarios dicen que sus trabajadores sí están logrando controlar los gastos de la MYPE, y el otro 50%

dicen que no lo están logrando, este resultado coincide con lo que señala el autor Robles (2017), quien encontró que el 69% de trabajadores controlan gastos. Estas MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías), están controlando sus gastos, especialmente sus propietarios, sin embargo, un 50%, considera que sus trabajadores, no lo hacen y por ende perjudican a su MYPE, conociendo que muchas de ellas incorporan al sistema informático de la empresa un software compatible, garantiza el ordenamiento y el registro de los gastos. Como si se realizara un inventario, para saber luego cómo disponer de cada cosa. Se evitan pérdidas y cuellos de botella a futuro, mucho más si el 50% en mención está involucrado en estos gastos. Sin embargo, contrasta con lo indicado por el autor Tejada (2019), que señala que el 51% de trabajadores no controlan sus gastos. Y es que la estrategia es no sólo reducir el nivel de los gastos es reducir también el de los costos. Aunado a ello, se logra un mejor nivel de planificación, mayor transparencia en el manejo y rendición de los fondos y certeza en la toma de decisiones, especialmente para la asignación de los recursos que necesita cada persona o sector para solventar sus gastos corrientes. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que una actividad administrativa presente en el presupuesto no sólo de las empresas sino también en el presupuesto familiar es el seguimiento y/o monitoreo de los logros de control de gastos. Cuando se opta por llevar en forma sistemática las entradas de dinero y las salidas de dinero, además entendiendo que no todas las salidas o egresos son inversiones, entonces es allí que toma vital relevancia realizar la trazabilidad que permita detectar hacia dónde se derivó el dinero, su uso y los movimientos diarios que generan las transacciones con otros grupos de interés.

Oferta de productos novedosos: Se observa que el 80% de clientes dijeron que sí, y el 20% dijeron que no presentan, este resultado coincide con lo señalado por la autora Lozada (2019), que indica que el 78% ofrece productos novedosos. Se conoce que la introducción de un nuevo producto es un momento importante para la empresa que invierte en su desarrollo y promoción. Nuevos productos pueden generar interés y clientes o, en el caso de un lanzamiento fallido, una reputación negativa que puede ser difícil de superar. Sin embargo, contrasta con el autor Robles (2017), que señala que el 69% no se preocupan por ofrecer productos novedosos sólo lo estándar, es decir que el 20% de Mueblerías está cayendo en lo rutinario. Si bien no existe una teoría unificada, existen varias teorías financieras y de marketing que una empresa emplea para el lanzamiento de nuevos productos. Aunado a ello, la curva de rentabilidad también puede revelar hasta qué punto la empresa puede permitirse el lujo de gastar la promoción de un nuevo producto teniendo en cuenta los otros costos que entraron en su desarrollo y puesta en marcha. En el lanzamiento, la curva de rentabilidad puede comenzar con una tendencia al alza ya que las ventas empiezan a compensar los costos de comercialización y desarrollo si hubiere. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que la oferta de productos novedosos o la apertura de nuevas líneas de producción se plantea en el planeamiento operativo empresarial. Esa generación de producciones en beneficio de los clientes prepara a la MYPE en la adaptación de los cambios que presentan en el mercado.

Satisfacción de necesidades del cliente: Se observa que el 93% de clientes dijeron que les ofrecen productos que satisfacen sus necesidades y el 7% dijeron que los productos no satisfacen sus necesidades, este resultado coincide con lo señalado por la autora Espíritu (2019), que indica que el 93% ofrecen el producto acorde a la necesidad del

cliente, lo cual repercute en cuanto al aumento de las ganancias de las MYPE. Sin embargo, en contraste se tiene lo indicado por la autora Lozada (2019), que señala que el 50% no ofrecen productos que satisfacen al cliente. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que las expectativas del cliente y sus preferencias, pertenecientes al terreno subjetivo, se pueden intuir empleando estrategias para la escucha activa, la observación y gracias a las técnicas científicas que nos hacen comprender cómo verdaderamente vendes a la mente.

Tabla 3. Características de la competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

Atención amable y respetuosa: Se observa que el 80% de clientes dijeron que sí y el 20% dijeron que no les brindan buena atención de amabilidad y respeto, este resultado coincide con lo señalado por la autora Espíritu (2019), que indicó que el 86% brinda buena atención y respeto. Esto con referencia a la motivación que reciben los colaboradores y empleados, se ve reflejada en la atención, en otros casos pasa por una capacitación constante en la atención al público. Sin embargo, contrasta con lo indicado con el autor Tejada (2019), que señala que el 54% no brinda atención cabal, este considerable 20%, de mala atención a los clientes, afecta a la competitividad debido a que esto acarrea que bajen considerablemente las visitas a estas mueblerías y vayan donde los atiendan con amabilidad, así se pueda obtener buenos productos. Siendo estos aspectos concluyentes los que deben tenerse en cuenta para una mejor atención con respecto al 20% que preocupa a las MYPE de este rubro. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que la amabilidad y respetuosidad como aspectos relevantes de atención, es elemental en todas las culturas, por lo tanto, forma

parte del desarrollo humano en sociedad y no sólo como aspectos transaccionales que aseguren éxito en el quehacer empresarial.

Oferta de capacitaciones en MYPE: Se observa que el 80% de trabajadores señalan que sí les ofrecen capacitaciones y el 20% dijeron que no, este resultado coincide con lo señalado por la autora Espíritu (2019), que indicó que el 56% ofrece capacitaciones, ante ello la capacitación cobra vital importancia en los estándares de competitividad empresarial. Sin embargo, en este caso un 20% señala que no se llevan a cabo, lo cual dice mucho del desarrollo organizacional, por lo que la búsqueda de alternativas de capacitación y/o entrenamiento sería primordial para el capital humano. Por otro lado, en contraste a lo señalado por el autor Robles (2017) indicó que el 53% no ofrecen capacitaciones. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que las empresas que priorizan a su capital humano, también les garantizan una preparación adecuada y pertinente acorde al perfil laboral, todo alineado a la generación de valor como lo es la competitividad.

Desempeño óptimo al realizar ventas: Se observa que el 93% de clientes dijeron que sí; mientras 7% dijeron que no, este resultado coincide con lo señalado por el autor Robles (2017), que indicó que el 62% desempeña al cien por ciento capacidades en venta. Es un indicador muy considerable, teniendo en cuenta que los clientes son quienes afirman que observan a los colaboradores realizar su trabajo considerando al máximo de sus capacidades con respecto a la venta de muebles. Sin embargo, en contraste con lo señalado por la autora Espíritu (2019), que indicó que el 51% no se desempeña al cien por ciento capacidades en venta. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que las ventas es una de las actividades que recauda los fondos imprescindibles para la operatividad de la MYPE, por lo que la

fuerza de ventas constituye el equipo que con las capacidades o actitudes entrenadas pueden crear fuentes de riqueza (rentabilidad).

Conocimiento de las funciones del puesto: Se observa que el 100% de trabajadores dijeron que sí conocen sus funciones. Relevante, saber que los trabajadores, conocen las funciones de su puesto, sin embargo, habría que ver qué tan motivados están para desempeñar la labor de venta. Una descripción del trabajo generalmente describe las habilidades necesarias, la capacitación que necesita un colaborador, etc. Este resultado coincide con lo señalado por la autora Lozada (2019), que indicó que el 67% conoce sus funciones. Sin embargo, contrasta con lo indicado por la autora Espíritu (2019), que señala que el 58% no conoce sus funciones. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que, en el análisis y descripción de puestos de trabajo, lista las competencias exigibles por el puesto, aunado a las competencias acorde al perfil laboral que se le pide reunir al individuo (postulante), por lo que como aspecto a considerar en la competitividad de las micro y pequeñas empresas se socializan en la inducción del personal.

Oferta de servicio personalizado: Se observa que el 80% de trabajadores dijeron que sí ofrecen un servicio personalizado; mientras que el 20% dijeron que no, este resultado coincide con lo señalado por la autora Lozada (2019), que indicó que el 64% ofrece servicio personalizado. Sin embargo, contrasta con la autora Espíritu (2019), que indicó que el 53% no ofrecen servicio personalizado. Ese trabajo de diferenciación por nuestra calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios, se traduce en un generador de riquezas. Es decir que la calidad de producción conlleva a la prestación del servicio de una manera eficiente. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba,

considero que ofrecer servicio personalizado a los clientes es la manera de conservar a los clientes más aún en esta era bombardeada por las pantallas, redes sociales, entre otros aspectos. Es así que ante la gran oferta y demanda de servicios el gestor de las MYPE monitoreará dónde termina depositándose el dinero y hacia dónde apuntan los cambios económicos ante una crisis mundial.

Servicio óptimo del sector: Se observa que el 100% de trabajadores dijeron que sí prestan el mejor servicio del sector, este resultado coincide con lo señalado por el autor Robles (2017), que indicó que el 82% presenta el mejor servicio del sector. Sin embargo, contrasta con lo que señala el autor Tejada (2019), que indicó que el 51% no presenta el mejor servicio del sector. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que cuando se gestiona con el personal de una organización la necesidad de unificar criterios; cuando se distribuyen responsablemente las asignaciones de cada uno de los colaboradores; cuando se socializan los pro y contras de la trazabilidad del sector, entonces la micro y pequeña empresa tiene un timón que la llevará a buen puerto.

Tabla 4. Características de la ventaja competitiva de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

Efectos de buena aptitud: Se observa que el 100% de clientes dijeron que el producto que entregan las MYPE sí es de buena calidad. Este resultado coincide con lo señalado por la autora Lozada (2019), que indicó que el 77% busca entregar productos de calidad, toda vez que se puede establecer que, la ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone para ofertar servicios y/o productos que cumplan con las normas de calidad existente

en el rubro. Sin embargo, contrasta con el autor Tejada (2019), que indicó que el 51% no cuidan detalles de calidad para con sus producciones hacia el cliente, teniendo en cuenta que colocan sus productos sin tomar en cuenta lo que realmente necesita quien les compra. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que una cadena valor que incorpore el monitoreo de los detalles en la producción por ejemplo de muebles, es de suma importancia para que el producto final sea terminado con los acabados y en general con los requerimientos de calidad de elaboración. Lograr ofrecer productos de buena calidad debería ser la meta que se forjen los micro y pequeños empresarios del ámbito de estudio.

Frecuenta habitualmente estas MYPE: Se observa que el 100% de clientes dijeron que sí son clientes habituales a estas MYPE. Este resultado coincide con lo señalado por el autor Robles (2017), que indicó que el 85% son clientes habituales, cuando existen clientes ganados por la buena calidad. Sin embargo, contrasta con el autor Tejada (2019), que indicó que el 51% no necesariamente es cliente habitual. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que la frecuencia de los clientes o regularidad en la adquisición de productos por parte de los clientes hacia una determinada micro y pequeña empresa, es indicador de que este cliente esté fidelizado con la misma. Es importante que se recojan sugerencias de parte de los clientes habituales de una organización como retroalimentación.

Frecuenta MYPE reconocida por la aptitud de efectos: Se observa que el 73% de usuarios dijeron que sí son reconocidas por su calidad de productos en el mercado; mientras que el 27% dijeron que no. Este resultado coincide con lo señalado por la autora Espíritu (2019), que indicó que el 73% señalan que las mueblerías son reconocidas. Sin embargo, contrasta con el autor Robles (2017), que indicó que el

52% frecuenta otras mueblerías no reconocidas. Tomando en cuenta lo mencionado líneas arriba, considero que, cuando se habla de calidad de productos, aumenta la frecuencia de pasarse la voz que una micro y pequeña empresa sea recomendada, de manera que aumente su clientela. No hay cosa más fidedigna que una organización incremente sus ventas porque le debe el incremento a que cliente que les compra, es cliente que trae consigo cinco más con él.

VI. CONCLUSIONES

En este trabajo se determinaron las características de la rentabilidad y la competitividad de las MYPE en rubro maderero en el AA. HH Micaela Bastidas, Distrito Veintiséis de Octubre, Piura, año 2018. Lo más importante de identificar la rentabilidad fue que los propietarios sí consideran la priorización de los controles de gastos.

Las características de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AAHH Micaela Bastidas distrito 26 de octubre Piura, año 2018 la totalidad consideran que la calidad y el costo como fundamentales en la oferta de sus productos son pésimos. La empresa debe enfocarse más dando charlas a sus colaboradores sobre la rentabilidad, ya que es importante que los trabajadores sepan todos los precios de los productos y satisfacer las necesidades de sus clientes.

Las características del nivel de mejora de la rentabilidad en las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) – AA. HH Micaela Bastidas Distrito 26 de octubre – Piura año 2018, la mayoría optimizan los controles de gastos considerando el cumplimiento de lo presupuestado. El dueño debe capacitarse más sobre la rentabilidad, ya que las competencias están fuertes y orientarles a sus colaboradores que busquen nuevas estrategias para la empresa así para que tenga un buen ingreso.

Las características profesionales existente en las MYPE comerciales en el AAHH Micaela Bastidas distrito 26 de octubre Piura, año 2018, la totalidad de los trabajadores indicaron que tienen conocimiento de las funciones del puesto laboral. La empresa debe buscar estrategias y hacer auditorias con los colaboradores, y que tome en cuenta las opiniones de sus trabajadores, así para que no pierdan a sus clientes fieles y tenga una buena venta mejor que los competidores.

Las características de la ventaja competitiva de las MYPE comerciales en el AAHH Micaela Bastidas rubro madero (mueblerías) distrito 26 de octubre- Piura, año 2018, la totalidad de los clientes frecuenta habitualmente a las MYPE consideradas en la muestra de investigación. Los trabajadores de la empresa deben saber que es la ventaja competitiva y exigir al dueño que debe buscar a un especialista ya que la empresa no trabaja en equipo cada trabajador trabaja por su cuenta en su puesto de trabajo, y que debe mejorar en atención al cliente así para que los clientes se sientan felices y se vayan satisfecho.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Realizar trabajos similares en diferentes especies forestales, a fin de poder generar una base de datos, así mismo los trabajos de investigación a nivel de universidades deben ser considerados como aporte a los estudios de la tecnología de maderas.
- Difundir el presupuesto y el rendimiento de cuentas sobre las inversiones realizadas de manera que todos se mantengan informados.
- Considerar toda información o estudio tecnológico, por lo menos a nivel nacional para dar impulso y conocimiento de maderas de nuestra Amazonia al mercado; así evitar la extracción selectiva de algunas especies.
- Promover técnicas y procedimiento sobre todo si se tiene como fin el aprovechamiento industria sobre todo realizando catálogos de las producciones innovadoras como son los muebles para así tener un publicidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acero, R. (2010) *Estructura financiera y rentabilidad de las empresas riojanas de España*. País España.
- Acuña, L. (2010) *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio, rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito Chimbote, periodo 2008- 2009*.
- Avalos, L. (2019) Competitividad. Aspectos de tendencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio. SADA, Perú.
- Berrú, E. (2014). *Caracterización de la gestión de la calidad y la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro de zapaterías de la ciudad de Sullana, región Piura. Año 2014*. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 29 de noviembre de 2016.
- Clavijo, A. (2017). *Análisis de Rentabilidad de las importaciones de empresa SUMELEC*. Universidad de Guayaquil, Ecuador. Guayaquil: UGE.
- Espíritu, I. (2019). *Reportes de estadística en el desarrollo financiero de MYPE*. Estudio Aqp. 2019.
- Ferruz L. (2000). *La rentabilidad y el riesgo*. España: 2000. [citada 2011 Oct. 12]. Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/fin010/000F2.HTM>
- Gitman, L. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson.
- González, E., & Ventura, J. (2007). *Variedad estratégica y rentabilidad empresarial*. Trabajo de investigación, Universidad de Oviedo, Oviedo. Recuperado el 3 de diciembre de 2016.
- González, E., & Ventura, J. (2007). *Variedad estratégica y rentabilidad empresarial*. Trabajo de investigación, Universidad de Oviedo, Oviedo. Recuperado el 3 de diciembre de 2016.

- Gibson, H. (2009). *Análisis de la rentabilidad y la información financiera de Lima*
- Huamán (2015). *La competitividad y capacitación en las micro y pequeñas empresas comerciales rubro mueblerías (Piura) al año 2013.*
- Hernández, R., Mendoza, P. (2018). *Metodología de la Investigación*. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México D.F.: Mc Graw-Hill Interamericana. Universidad de Celaya. Universidad Tecnológica Laja Bajío.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Huamán, A. (2015). *La competitividad y capacitación en las micro y pequeñas empresas comerciales, rubro mueblerías*. Región Piura.
- Lozada, M. (2019). *Rentabilidad y competitividad*. Aqp SADA, 2019.
- Murillo Condo, P. B. (2007). *Análisis de rentabilidad de una empresa distribuidora de telefonía celular, localidad Riobamba 2006*. Tesis de auditor contador público autorizado, escuela Superior Politécnica Litoral, Recuperado el 2 de diciembre de 2016.
- Moreno, J. A. (2015). *Medición de la satisfacción del cliente*. Tesis de Licenciatura, Universidad de Piura, Piura. Recuperado el 8 de diciembre de 2016.
- Monterroso, S.A. (2016). *Innovación y competitividad*. Tesis de Doctorado, Universidad Rovira i Virgili. Recuperado de : <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399536/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, R. (2003). *El financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro recreo campestre de la provincia de Yungay, 2014*. Tesis para optar el título profesional de contador público en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Huaraz. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038622>

- Robles, E. (2017). *Estudios de rentabilidad y competitividad en las MYPE*. 2017.
- Rondoy, M. (2014). *Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa en la ciudad de Sullana región Piura año 2014*. Tesis de Licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 2 de diciembre de 2016.
- Rubio, L., & Baz, V. (2015). *El poder de la competitividad*. libro electrónico, Fondo de cultura económica, México. Recuperado el 4 de diciembre de 2016, de https://books.google.com.pe/books/about/El_poder_de_la_competitividad.html?id=OLA6e5xXpj4C&redir_esc=y
- Rubio, L. (2004). *Teorías de la competitividad*. Disponible en: http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL-Agosto_2004.pdf
- Sánchez J. (2002). *Análisis de la rentabilidad de la empresa*. [citada 2011 oct. 12] Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>.
- Sánchez M.(2016).*Tipos de Rentabilidad en la empresa* Disponible en : [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6762/Millon es%20S%20c3%a1nchez%20Magali%20Medalid.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6762/Millon%20es%20S%20c3%a1nchez%20Magali%20Medalid.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sena, F. (2014). *Ventaja competitiva*. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Ventaja_competitiva.
- Tejada, E. (2019). *Teorías económicas, rentabilidad y competitividad*. Aqp. 2019.
- Torreblanca, G. (2015). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Viera, S. (2015). *Caracterización de la competitividad y rentabilidad de las MYPE comerciales rubro calzado en Las Lomas Piura Año 2013*. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 30 de noviembre

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

N°	Actividades	Año 2018				Año 2020				Año 2021				Año 2021			
		Semestre I				Semestre I				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Setiembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X	X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.					X											
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
8	Ejecución de la metodología						X										
9	Resultados de la investigación							X									
10	Conclusiones y recomendaciones								X								
11	Redacción del pre informe de Investigación.									X	X	X	X				
12	Reacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X
16	Sustentación																X

Anexo 2. Presupuesto

Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	1.00	15	15.00
• Fotocopias	0.20	15	15.20
• Empastado	35	1	35.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	25	2	50.00
• Lapiceros	3.00	4	27.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			100.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información			
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			207.7
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/. 100)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			752.00
Total (S/.)			

Anexo 3. Cuadro de sondeo de las micro y pequeñas empresas

N°	Razón social	Dirección
1	H&M mueblerias	Micaela bastidas Lt3 mz 8
2	El chato	Micaela bastidas lt20mz 5

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula _____
_____ y es dirigido por _____
_____, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: _____
_____.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará _____ minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____. Si desea, también podrá escribir al correo _____ para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA

ANEXO 5. Declaración Jurada

Declaración jurada

Yo Shelley Judith Niño Diaz identificado(a) con DNI 72017762 y código de estudiante 0811161060 de la Escuela de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados del Trabajo de Investigación son reales no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los colaboradores y clientes de las microempresas quienes participaron en la encuesta en Forma Voluntaria pero no quisieron firmar el consentimiento Informado proporcionando la información requerida para el desarrollo de la investigación titulada: Rentabilidad Y Competitividad de las MYPE Comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito 26 DE octubre- PIURA, AÑO 2018

Trabajo de Investigación para optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas.

Por lo expuesto mediante la presente asumo frente a la UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la auditoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación. En consecuencia, me hago responsable a LA UNIVERSIDAD como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por lo frente me comprometo asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación.

De identificarse plagio, falsificación de datos en el trabajo de Investigación: asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normativa vigente de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote
Lugar y fecha: AAHH Micaela Bastidas, 27/ 09/ 2019



Shelley Judith Niño Diaz
72017762

Anexo 6: Cuestionario

Cuestionario dirigido al propietario



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la rentabilidad y competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AA.HH. Micaela bastidas distrito 26 de octubre- Piura, año 2018, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad

Estado civil

Género

Nivel de estudios

Años en el negocio

Número de trabajadores

Tipo de persona: Natural

Jurídica: Tipo

1. ¿Usted controla frecuentemente a sus colaboradores?

Sí

No

2. ¿La maderera (mueblería) logra cumplir con las metas deseadas?

Sí

No

3. ¿Usted, cree que las mueblerías se caracterizan por calidad y costo?

Sí

No

4. ¿Optimiza mejores estrictos controles en sus gastos?

Sí

No

5. ¿Usted cree que sus trabajadores están logrando controlar los gastos de su MYPE?

Sí

No

Cuestionario dirigido al trabajador



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la rentabilidad y competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el ahí. Micaela Bastidas distrito 26 de octubre- Piura, año 2018, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando con un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad

Estado civil

Género

Nivel de estudios

Años en el negocio

Número de trabajadores

Tipo de persona: Natural

Jurídica: Tipo

1. ¿La MYPE le ofrece capacitaciones para mejorar la atención al cliente?

Sí

No

2. ¿Usted conoce las funciones de su puesto?

Sí

No

3. ¿Ofrece a sus clientes un servicio personalizado a las medidas de sus necesidades?

Sí

No

4. ¿Presentan el mejor servicio del sector?

Sí

No

Cuestionario dirigido al cliente

Anexo 7. Validación del documento

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

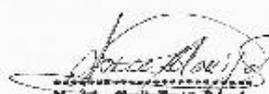
Yo: Alejo Valero Arica elvijo . Identificado con DNI
02786302 . MAGISTER EN: DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: QUESTIONARIO, elaborada por: NIÑO DIAZ SHELLEY J. DITTI, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

La rentabilidad y competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AATHT Micaela Bastidas distrito 26 de octubre- Piura, año 2018, que se encuentra realizando.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

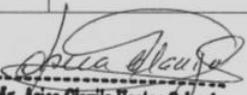
Piura, 21 de junio 2020


Mg. Alejo Valero Arica elvijo
DNI. 02786302
CLAD 06246

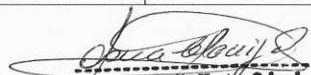
Firma y sello

VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTO DE JUICIO

VARIABLES	ÍTEMS	¿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
R E N T A B I L I D A D	1. ¿Usted controla frecuentemente a sus colaboradores?	✓			✓		✓		✓
	2. ¿La maderera (mueblería) logra cumplir con sus metas deseadas?	✓			✓		✓		✓
	3. ¿Ud. Cree que las mueblerías se caracterizan por calidad y costo?	✓			✓		✓		✓
	4. ¿ Optimiza mejores estrictos controles en sus gastos ?	✓			✓		✓		✓
	5. ¿Ud. Cree que sus trabajadores están logrando controlar los gastos de su MYPE	✓			✓		✓		✓
	6. ¿Las mueblerías ofrecen productos novedosos?	✓			✓		✓		✓
	7. ¿El producto que ofrece satisface sus necesidades?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

C O M P E T I T I V I D A D	8. ¿El personal de las MYPES, les brinda buena atención de amabilidad y respeto?	✓			✓		✓		✓
	9. ¿La MYPE le ofrece capacitaciones?	✓			✓		✓		✓
	10. ¿Los trabajadores de las MYPES desempeñan al cien por ciento de sus capacidades al momento de realizar sus ventas?	✓			✓		✓		✓
	11. ¿Usted conoce las funciones de su puesto?	✓			✓		✓		✓
	12. ¿Ofrece a sus clientes un servicio personalizado ?	✓			✓		✓		✓
	13. ¿Prestan el mejor servicio del sector ?	✓			✓		✓		✓
	14. ¿Los productos que le entregan las MYPES son de buena calidad?	✓			✓		✓		✓
	15. ¿Ud. es un cliente habitual en estas MYPES?	✓			✓		✓		✓
16. ¿Las MYPES que usted frecuenta son reconocidas en el mercado por su calidad de productos?	✓			✓		✓		✓	


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

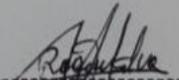
Yo: Raquel Silva Juárez identificado con DNI 02846914

MAGISTER en Gerencia Empresarial con Número de Colegiatura 01899 CLAD

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos de recolección de datos: Dirigido a propietario, trabajador ,cliente , elaborado por: NIÑO DIAZ SHELLEY JUDITH , a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación "Rentabilidad y Competitividad , En La Micro Y Pequeñas Empresas comerciales , Rubro maderero (mueblerías) , Distrito 26 De octubre, en el AA. HH Las Micaela Bastidas , Piura,año 2018" que se encuentra realizando.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 21 de junio de 2020.



Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

Firma y sello


 M^g. Rafael Silva Juárez
 FAC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

Fuente	Técnica/ Instrumento	Indicadores	Dimensiones	Variables	Objetivos	Problemas	Título
					Identificar como es la rentabilidad y la compatibilidad de las MYPE en rubro maderero en el AA HH Micaela Bastidas distrito de octubre Pura año 2018	¿Cómo es la rentabilidad y la compatibilidad de las MYPE en rubro maderero en el AA HH Micaela Bastidas distrito de octubre Pura año 2018	La rentabilidad y competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AAHH año 2018
Propietario	Cuestionario	inventar valor para la empresa	Frecuencia de venta	RENTABILIDAD	a) Identificar como es la rentabilidad que existe en las MYPE comerciales en el AAHH Micaela Bastidas distrito de octubre Pura	maderero (mueblerías)	Micaela Bastidas
		inventar valor para el cliente	Nivel de mejora		Identificar como es la rentabilidad que existe en las MYPE comerciales en el AAHH Micaela Bastidas distrito de octubre Pura	maderero (mueblerías)	Micaela Bastidas

8.8. Matriz de Consistencia
 Tabla 2. Matriz de consistencia

8.2. DEFINICIÓN Y OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1; Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Escala	Metodología
Rentabilidad	capacidad de la inversión que lo origino. cuantitativamente compararse al proporción de medidas beneficios y la bien para producir la capacidad de un rentabilidad como define Pascual 2015	Frecuencia de venta.	Operacionalmente se evaluará la frecuencia de venta y el nivel de mejora, a través de un cuestionario aplicado a los propietarios.	Generar productos que satisfagan a los socios.	Propietario	Nominal	Diseño: No experimental transversal. Técnica: Encuesta
				control de gastos	Propietario	Nominal	
	Capacidad que tiene una organización para	Nivel de mejora	Operacionalmente se evaluará las ventas	Personal de atención capacitado.	Cliente	Nominal	


 Mg. Rafael Silva Juárez
 LIC EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01999


 Mg. Rafael Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

Fuente	Técnica/ Instrumento	Indicadores	Dimensiones	Variables	Objetivos	Problemas	Título
					Identificar como es la rentabilidad y la compatibilidad de las MYPE en rubro maderero en el AA HH Micala Bastidas distrito de octubre Pura año 2018	¿Cómo es la rentabilidad y la compatibilidad de las MYPE en rubro maderero en el AA HH Micala Bastidas comerciales en el AAHH año 2018	La rentabilidad y competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblerías) en el AAHH Micala Bastidas distrito de octubre-Pura, año 2018
Propietario	Cuestionario	Inventar valor para la empresa	Frecuencia de venta	RENTABILIDAD	a) Identificar como es la rentabilidad que existe en las MYPE comerciales en el AAHH Micala Bastidas distrito de	maderero (mueblerías) en AAHH Micala Bastidas distrito	
		Inventar valor para el cliente	Nivel de mejora		Identificar como es la rentabilidad y la compatibilidad de las MYPE en rubro maderero en el AA HH Micala Bastidas distrito de octubre Pura año 2018	maderero (mueblerías) en AAHH Micala Bastidas distrito	

8.8. Matriz de Consistencia
 Tabla 2. Matriz de consistencia


 Sr. Rafael Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

	Clientes	Generar productos que satisfaga a los socios			Medidas competitivas	Penetración de MYPES.	COMPETITIVIDAD		Ventas de competitividad Innovación	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018 Pinar, año (mueblerías) - madero octubre rubro distrito 26 de Bastidas Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta	2018. en el año octubre- Pinar distrito 26 de (mueblerías) madero Bastidas rubro Micaela el AAHH comerciales en las MYPE competitiva de venta
--	----------	--	--	--	----------------------	-----------------------	-----------------------	--	--	---	--	---	---	---	---	---	---	---	---

01222-01000
 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
 ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΠΗΓΗ: Επισκόπηση προβλ

		από 2018 οκτώμηνη - Πρωτο διαστήματα σε Βασικές Μικτές εν εί ΑΑΗΗ (μικτές) μακρο τμήμα οικονομικές ΜΑΡΕ εν εί εν εί υπάρχουσες εν ΜΑΡΕ εν εί εν εί τεχνολογικές εν εί εν εί εν εί εν εί εν εί			Οποιαδήποτε		
--	--	---	--	--	-------------	--	--

Anexo 7. Figuras

Características de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

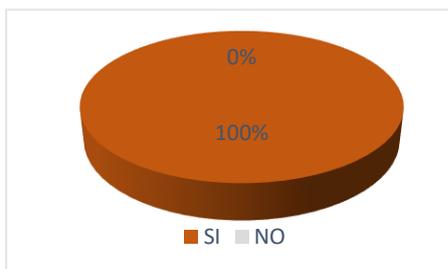


Figura 1 : Control frecuente a los colaboradores

Fuente: Tabla1

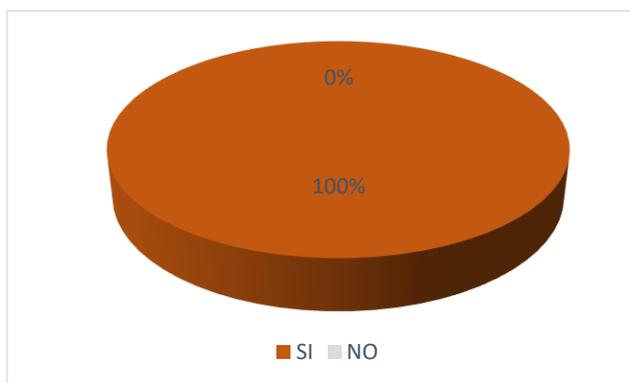


Figura 2 : La maderera (mueblería) logra cumplir con las metas deseadas

Fuente: Tabla1

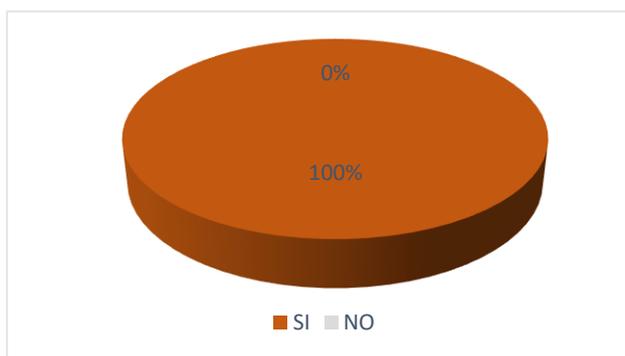


Figura 3: Las mueblerías se caracterizan por calidad y costo

Fuente: Tabla 1

Características del nivel de mejora de la rentabilidad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018

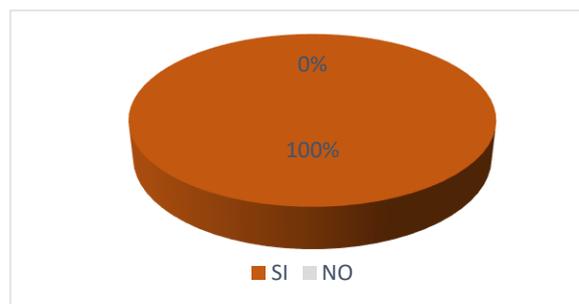


Figura 4: Optimización de controles de gastos

Fuente: Tabla 2

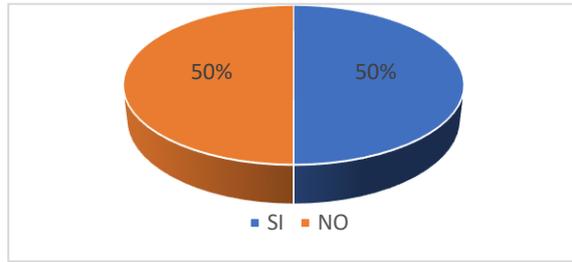


Figura 5 : Logros de control de gastos de MYPE

Fuente: Tabla 2

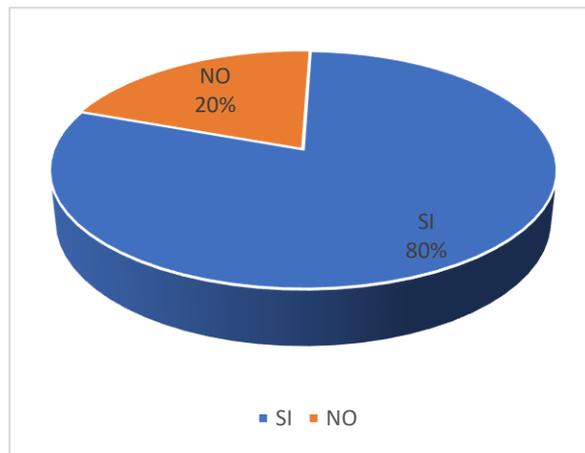


Figura 6 : Oferta de productos novedosos

Fuente: Tabla 2

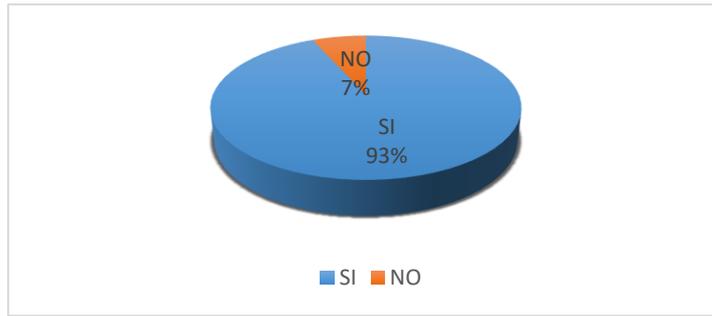


Figura 7 : Satisfacción de necesidades del cliente

Fuente: Tabla 2

Características de la competitividad de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

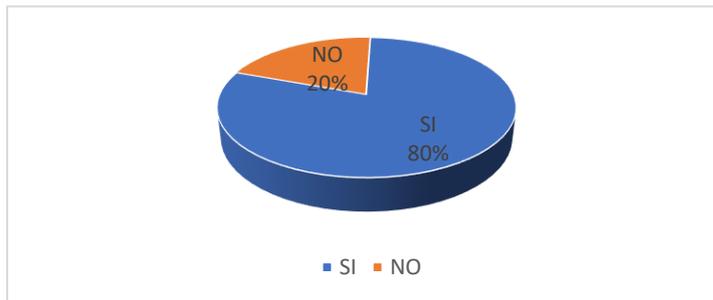


Figura 8: Atención amable y respetuosa

Fuente: Tabla 3

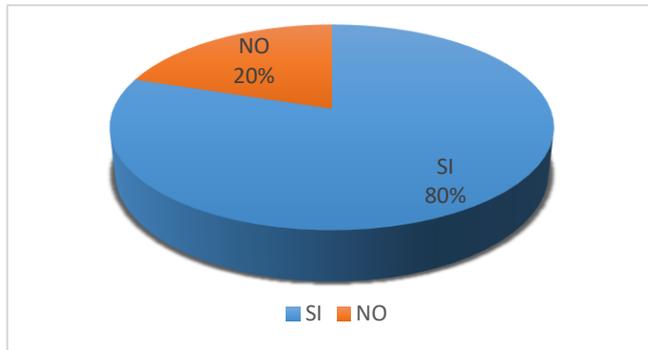


Figura 9: *Oferta de capacitaciones en MYPE*

Fuente : Tabla 3

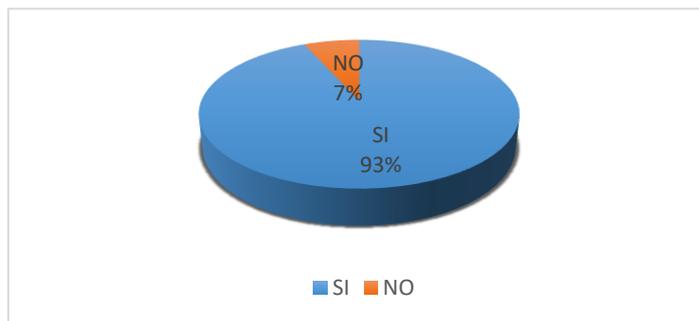


Figura 10: *Desempeño óptimo al realizar ventas*

Fuente: Tabla 3

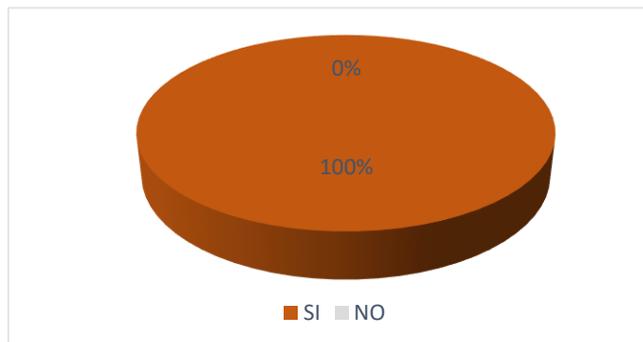


Figura 11: Conocimiento de las funciones del puesto

Fuente: Tabla 3

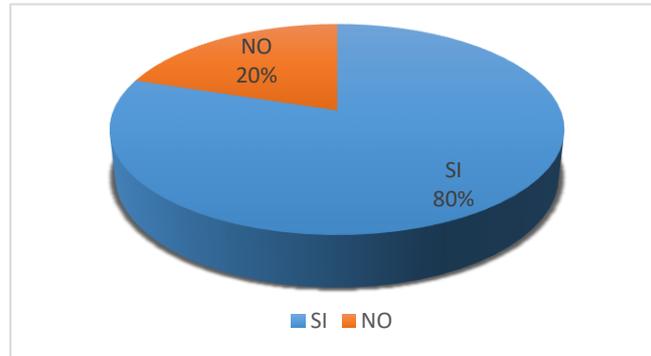


Figura 12 : Oferta de servicio personalizado a clientes

Fuente: Tabla 3

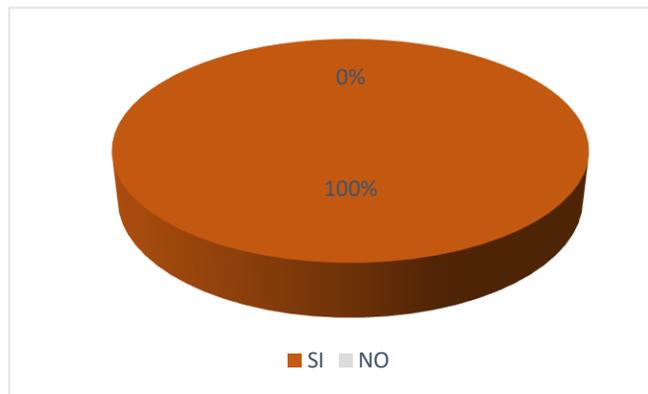


Figura 13 : Servicio óptimo del sector

Fuente: Tabla 3

Características de la ventaja competitiva de las MYPE comerciales rubro maderero (mueblería) en el AAHH Micaela Bastidas Distrito Veintiséis de Octubre Piura, año 2018.

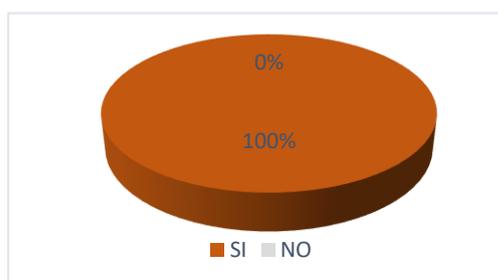


Figura 14 : *Productos de buena calidad*

Fuente: Tabla 4

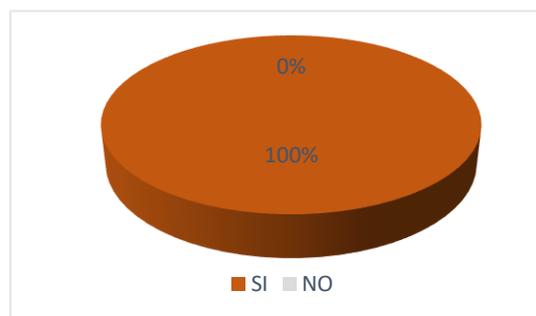


Figura 15 : *Frecuenta habitualmente estas MYPE*

Fuente: Tabla 4

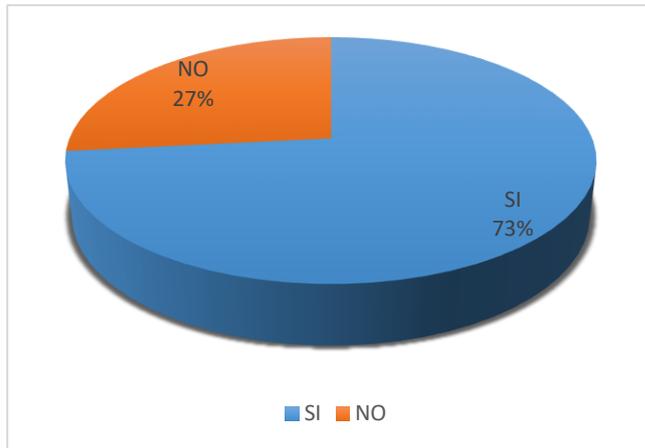


Figura 16 : *Frecuenta MYPE reconocidas por la calidad de productos*

Fuente: Tabla 4

Anexo 8. Turnitin

Ocultar barras laterales

Tablero del curso

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Informe final - Revisión Turnitin - Sección 1	1 sep 2021 - 08:00	1 dic 2021 - 23:59	1 sep 2021 - 08:30

Resumen:

Estimado estudiante, en esta semana deberá:

- Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

Nota: Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
Ver recibo digital	TINV IV-S-NIÑO D-INFORME FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: TURNITIN-2021-02	1717041241	30/11/2021 22:54	6%	<div style="display: flex; align-items: center; gap: 5px;"> <div style="width: 20px; height: 10px; background-color: #4a7c9c; border: 1px solid #ccc;"></div> Entregar Trabajo </div>

- > Páginas del sitio
- > Mis cursos
 - > 2021PAHSUC
 - > 01NP202102111888B
 - > 01NP202102111887A
 - > 01NP202102111886B
 - > 01NP202102111885C
 - > 01NP202102111884B
 - > 01NP202102111883C
 - > Participantes
 - > Insignias
 - > Competencias
 - > Calificaciones
 - > General
 - > Semana 1
 - > Semana 2
 - > Semana 3
 - > Semana 4
 - > Semana 5
 - > Semana 6
 - > Semana 7