



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TÍTULO:

**CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD
EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO EN EL RUBRO
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE SAN JACINTO, 2017.**

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

AUTOR:

CALDERON LAVALLE CARLOS OMAR

ORCID: 0000-0002-6349-2853

ASESOR:

MGTR. LIC. ADM. GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZAVALA

ORCID: 0000-0002-9894-2180

TUMBES – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

CALDERON LAVALLE CARLOS OMAR

ORCID: 0000-0002-6349-2853

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Tumbes, Perú.

ASESOR:

EZCURRA ZA VALETA, GHENKIS AMILCAR

ORCID: 0000-0002-9894-2180

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de
Administración, Escuela Profesional de Administración, Tumbes, Perú.

JURADO

GUERRERO GARCIA, GALVANI

ORCID: 0000-0003-1038-1866

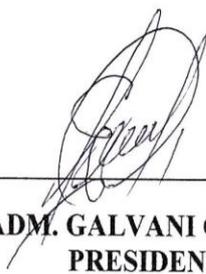
AGUILAR CHUQUIZUNTA, DARWIN EBERT

ORCID: 0000-0001-6721-620X

VILLARREYES GUERRA, DOMINGO MIGUEL

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO



MGTR. LIC. ADM. GALVANI GUERRERO GARCIA.
PRESIDENTE
ORCID 0000-0003-1038-1866



MGTR. LIC. MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO
ORCID 0000-0001-6769-1959



MGTR. LIC. ADM. DARWIN AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO
ORCID 0000-0001-6721-620X



MGTR. LIC. ADM. EZCURRA ZAVALITA GHENKIS AMILCAR.
ASESOR
ORCID 0000-0002-9894-2180

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a Dios todo poderoso por todo lo que me brinda día a día en especial la vida y por todas estas ganas, ya que me ha dado la inteligencia de entender los conocimientos necesarios y la gran oportunidad de seguir avanzando esta carrera, agradecido con los seres que me valoran mucho, que me aconsejaron para salir adelante y ser posible este proyecto de seguir superándome y llegar a mi objetivo de ser un gran profesional, el cual me fortalece y me brinda la motivación de seguir hacia adelante.

A mis padres que me apoyan incondicionalmente en cada momento, dedico este esfuerzo a mi Hijo *Thiago Omar Jhiricksson* quien me da las fuerzas necesarias de seguir en la lucha de que nada en la vida es imposible.

Carlos Omar Calderón Lavallo

AGRADECIMIENTO

Agradecido eternamente con nuestro Padre Celestial, por permitirme y disfrutar de las cosas dignas que nos brinda la vida, gracias a mi familia en permitir el sentir y el apoyo de cada decisión del proyecto que he tomado, gracias al docente por darnos la facilidad de entender con enseñanza las cosas nuevas que nos otorga en cada una de sus tutorías; también prioridad significativa a nuestra formación como futuros profesionales, gracias a la vida por lo hermosa y justa que es, gracias a nuestros familiares, a mis verdaderos amigos por permitir el cumplir con excelencia el desarrollo de nuestras acciones y nuestra educación; Gracias a Dios y Gracias a la Vida, por lograr el disfrutar de cada día.

Carlos Omar Calderón Lavallo

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE SAN JACINTO, AÑO 2017”; tuvo como problema general ¿Cuáles son las características de la Rentabilidad y la Competitividad de las MYPES del Sector Servicio Rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017?, en cual tiene como objetivo general Determinar las características de la Rentabilidad y la competitividad de las MYPES del Sector Servicio Rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel Descriptivo y Diseño no experimental descriptivo de corte transversal, y para poder realizarlo se escogió una muestra de 10 restaurantes de una población, el cual se le aplico el cuestionario con estructura y la técnica encuesta, en la variable rentabilidad tiene un promedio de ROE 3.97 en lo que demuestra que las Mypes si son rentables, y de la variable competitividad tiene un promedio de 0.92 según el índice de logro de la calificación que encontramos en la escala de medición, el cual indica que la competitividad es moderada en el sector.

Palabras Claves: Rentabilidad, Competitividad, MyPes y Restaurantes

ABSTRACT

The present research work entitled "CHARACTERIZATION OF PROFITABILITY AND COMPETITIVENESS IN THE SERVICE SECTOR MYPES, RUBRO RESTAURANTES IN THE DISTRICT OF SAN JACINTO, YEAR 2017"; had as a general problem What are the characteristics of the Profitability and Competitiveness of the MYPES of the Service Sector of Restaurants in the District of San Jacinto, year 2017 ?, in which it has like general objective To determine the characteristics of the Profitability and the competitiveness of the MYPES of the Sector Services Sector Restaurants in the District of San Jacinto, year 2017. The investigation was of quantitative type, descriptive level and non-experimental descriptive design of cross section, and to be able to do it a sample of 10 restaurants of a population was chosen , which was applied the questionnaire with structure and survey technique, in the variable profitability has an average of ROE 3.97 in what shows that Mypes are profitable, and the competitiveness variable has an average of 0.92 according to the index of achievement of the rating found in the measurement scale, which indicates that competitiveness is moderate in the ctor

Key Words: Profitability, Competitiveness, MyPes and Restaurants

CONTENIDO

TÍTULO:	I
HOJA DE JURADO	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE CUADROS	IX
I.- INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	3
III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	30
IV. METODOLOGIA	31
4.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	31
4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	31
4.3 DEFINICIÓN Y OPERALIZACION DE VARIABLES E INDICADORES	34
4.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	36
4.5 PLAN DE ANÁLISIS	36
4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	37
4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS	38
V.- RESULTADOS	39
5.1. RESULTADOS:	39
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	55
VI. CONCLUSIONES	61
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS:.....	62
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	62
ANEXOS	66

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Propietario de las MyPes en el Distrito de San Jacinto.	32
Cuadro 2: Matriz de Operacionalización de Variable Rentabilidad.....	34
Cuadro 3: Matriz de Operacionalizacion de Variable Competitividad	35
Cuadro 4: Matriz de Consistencia	37
Cuadro 5: Resultados de la Variable Rentabilidad.....	39
Cuadro 6: Resultados de la Variable Competitividad	41
Cuadro 7: Cronograma de Actividades	66
Cuadro 8: Presupuesto de la Organización.....	67

I.- INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado “CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE SAN JACINTO, AÑO 2017”; la presente investigación resulta de las líneas que son establecidas por parte de la escuela profesional de administración y da interpretación el campo ordenado: en la protección y promoción en la MYPE.

Un restaurant es el medio o establecimiento el cual brindan la Gastronomía de todo tipo, para el consumo, cabe indicar la variedad de personas que acuden a un restaurant ocupan de los muebles que este tiene a su disposición, puesto que piden para comer y beber, el cual este le brinda facilidad, puesto que acuden al mozo y hacen el pedido de los Alimentos y Bebidas y estos son servidos para el consumo.

La unidad económica principio de la operación de labor responden a las MyPes del distrito de San Jacinto, aplicadas en las actividades del rubro Restaurante; en el sector Distrito de San Jacinto donde se han reconocido y se ha investigado a Diez (10) MYPES se dedican al rubro de la investigación objetivamente eficaz, tengo de predilección comprender el desarrollo y como se aplica la Competitividad y que competitivas son en el mundo de los restaurantes, donde la rentabilidad que tan productivas el cual se convierte en una alternativa atractiva el marco de poder obtener ganancias, por lo cual nuestro problema de investigación fue ¿Cuáles son las características de la Rentabilidad y la Competitividad de las MYPES del Sector Comercio Rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017?, igual manera se desarrolló y planteamos el siguiente objetivo general “Determinar cuáles son las características de la Rentabilidad y la Competitividad de las MYPES del Sector

Comercio Rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017”; nuestros objetivos específicos fueron Determinar las características de la Rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017; Determinar la Competitividad de las MYPES del sector comercio rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017, así como también Relacionar la rentabilidad y competitividad de las MYPES del sector comercio rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017. Cabe precisar que esta investigación se justifica en lo pragmático, el cual emplea instrumentos el cual faculta comprender y dirigir a Los Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, desde los factores de la Rentabilidad y la Competitividad, así como también se justifica teóricamente el cual tiene que comprender un principio de entendimiento de la Rentabilidad Competitividad, teniendo como base la aplicación de instrumentos prácticos de cómo ser eficientemente competitivos y rentables, también se hizo la justificación metodológica, para un beneficio sistematizado del desarrollo de la investigación, se conduce a localizar informaciones cuantitativos que determinan las características sin ninguna contravención por el que se dan agrupaciones de los datos en un única oportunidad, en este proceso los Restaurantes, también se realizó este análisis que da beneficio prioritario a la parte universitaria, ayuda de aportación para las Archivos bibliotecarios constituyendo un fundamento de informes para unas próximas investigaciones; el cual es posible las primordiales MyPes en los sectores de la sociedad, ya que es fundamento del estudio ejecutado en este tipo de investigación “Caracterización de la Rentabilidad y Competitividad en las MyPes del sector Comercio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017”.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

De manera Globalizada se ha efectuado el estudio en lo que respecta a la problemática que se presenta en nuestro país y en el extranjero sobre la Rentabilidad y Competitividad que existen en este tipo de negocios Restaurantes cuyo Giro ventas de comidas, bebidas entre otros determinados.

En nuestra región se hace oportuna desarrollar la presente investigación, ya que desde muchos años la actividad económica como fuente importante en nuestro Departamento de Tumbes es la Agricultura la más Prioritaria, como también la Pesquería entre otras actividades; ya que actualmente en lo que respecta a los problemas efectuados son muy comunes, esto se caracteriza que al pasar del tiempo se han venido incrementando diversas empresas en el sector comercio, servicios, y esto da como iniciativa y resultados a que la población se dedique a innovar más en diversos negocios que demanden rentabilidad y que sean productivos, ya que esto determinaría más fuentes de trabajo para muchos los tumbesino, esto encaminaría resultados oportunos, para empresarios el cual haga un estudio de mercado para así poder surgir a este tipo de proyecto de investigación.

Por lo tanto Rodríguez (2016), En su Investigación *“Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MyPes en los Servicios de Venta de Electrodomésticos en el Distrito de Juanjui, Año: 2016”*, tiene como objetivo general: conocer características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjui Año 2016, el Diseño que se utilizo es esta investigación fue no Experimental-

Transversal Descriptivo, la población en estudio está conformada por los propietarios de las MyPes del sector comercial, rubro electrodomésticos de la ciudad de Juanjui año 2016 que suma 8 Mypes, con respecto en la investigación se aplicó una Encuesta (Técnica), mediante un Cuestionario (Instrumento) estructurado por Veinte preguntas relacionadas a los aspectos generales de la empresa y las variables en estudio: Gestión de la Calidad y Competitividad, concluyo que la mayoría de los representantes de las MyPes del sector comercial de venta de electrodomésticos del Distrito de Juanjui de 31 a 50 años de edad, son de sexo Masculino, con respecto las características de las MyPes del sector comercial de venta de electrodomésticos del Distrito de Juanjui tienen entre 4 a 6 años en el mercado, y por lo que respecta a la Competitividad afirman que las empresa tienen un plan estratégico, si conoce el término de competitividad, cree que su empresa es competitiva, conoce a sus principales competidores, respecto a las Gestión de Calidad afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, así mismo la mayoría de las MyPes usan la técnica de Benchmarking, la dificultad del personal es por la poca iniciativa que pueden tener al momento de trabajar, utiliza la técnica de escala de puntuaciones, así mismo se afirma que la capacitación le ayudara a realizar una gestión de calidad en su empresa.

Cabe indicar Vargas (2016), En su Investigación *“Caracterización de la Rentabilidad y Competitividad de las MyPe del Rubro Moto Repuestos de la Urbanización San Ramón, Calle Salaverry – Piura: Año 2015”*; tiene como Objetivo determinar las características de la rentabilidad y competitividad en las MyPe rubro moto repuesto en la Calle Salaverry de la Urbanización San Ramón en la Ciudad de Piura, Año 2015, con un diseño de investigación de tipo Descriptivo,

porque permite ordenar las características, los factores, los procedimientos y otras variables de fenómenos y hechos Según Fernández (2010), es de Nivel Cuantitativo porque permite cuantificar y Verificar los datos de manera Científica, y como también de Diseño No Experimental porque se realizara sin manipular deliberadamente las variables; así la población de esta investigación es conformada por un Total de 7 Mype se acude a los propietarios para la Variable Rentabilidad, por lo que se trata de una Población Finita y además se acudirá a Encuestar a Clientes asiduos para la Variable Competitividad por lo tanto la Población es Infinita; además para el desarrollo de esta investigación se Aplica la Técnica de la Encuesta, que busca recaudar datos por una población a partir de una muestra, utilizando la Técnica de La Encuesta aplicando un Cuestionario, cabe indicar que la conclusión especifica se refiere a que la Rentabilidad de una empresa, es evaluar la relación que existe entre sus utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que ha utilizado para obtenerlos, del mismo modo se obtiene que los factores de la Rentabilidad en las MyPe rubro moto son las intensidad de la inversión, los tiempos, sistemas de pago de personal fortaleciendo la productividad y por último la calidad del producto, en la búsqueda de la mayor generación de utilidad.

Por otro lado Castillo (2016), En su Investigación *“La Gestión del Cambio y la Competitividad de Servicios Públicos en la Municipalidad Provincial de Ambo: Año 2014”*, tiene como objetivo general establecer la relación de la gestión del cambio con la competitividad de Servicios Públicos en la Municipalidad de Ambo: Año 2014, con un diseño metodológico corresponde a la investigación de correlación (competitividad de servicios públicos básicos), con la población de investigación está conformada por los 743 funcionarios, servidores y usuarios de la

Municipalidad Provincial de Ambo, con respecto a las técnicas e instrumentos de investigación para la recolección y organización de datos se aplicó la Encuesta considerado como instrumento el cuestionario, en cuanto a los métodos que se utilizaron en el presente trabajo de investigación son el método inductivo y deductivo donde estos procedimientos, a su vez, permitieron realizar el análisis y síntesis de modo ordenado de los datos recogidos, como conclusión del problema general: si existe una relación significativa entre la gestión, donde tuvo en conclusión del problema general: si existe una relación significativa, entre la gestión del cambio y la competitividad se indica que el 54% de los encuestados y la gestión de cambio en términos generales es regular y el 7% indica que es pésimo, esto nos da un indicador de gestión en desarrollo, y como también que el 57% de los encuestados manifiesta que la competitividad de servicios públicos es regular y el 3% indica que es pésimo, esto nos da un indicador de que la institución brinda servicios al público manteniendo y mejorando los estándares alcanzados de competitividad, y en la prueba de hipótesis el coeficiente de correlación se ubica en un 33.95% de significatividad en relación a la competitividad de servicios públicos lo cual es favorable para la institución, y de otro lado se concluyese establece que el nivel de conocimiento de los funcionarios posee la idoneidad para realizar una tarea o desempeñar un puesto de trabajo eficazmente por poseer las calificaciones requeridas para ello. De tal manera que el 34% de los encuestados manifiestan que el grado de aprovechamiento y utilización de conocimientos adquiridos es regular, y el 3% indica que es pésimo, esto nos da un indicador de satisfacción. En este caso, los conceptos competencia y calificación se considera una capacidad adquirida para realizar un trabajo o desempeñar un puesto de trabajo de los funcionarios en la Municipalidad Provincial de Ambo.

Así mismo Lupu (2016), En su Investigación: *“Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de Mype Sector Servicios Rubro Restaurantes, Distrito de Tumbes, Año: 2016”*, en su objetivo describir las características de financiamiento y la rentabilidad en las MyPes sector servicio rubro restaurant distrito de tumbes en el año 2016, con un diseño no experimental – transversal y descriptivo, y una población constituida solo por 40 Micro y Pequeñas empresas del sector servicios rubro Restaurantes del Distrito de Tumbes, como técnica de esta investigación se aplicó la técnica de la Encuesta como instrumento prioritario de recolección de datos, en donde concluyo que las MyPes antes de firmar un financiamiento es indispensable analizar y estudiar las condiciones predisuestas por el empresario, intereses aplicables, monto a financiar, cuanto se pagara de más deberían ser objetivos fundamentales en el análisis del consumidor, como también las MyPes acceden a la finalidad del financiamiento fue para mejoramiento de su local, en su mayoría, por préstamos, generalmente de un agente bancario y/o financiero, el mismo modo las MyPes que la rentabilidad se caracteriza por estar relacionada al financiamiento, según los resultados obtenidos al incrementando según el porcentaje obtenido en el cuestionario.

Por otro lado para Ramos y Romero (2016), En su Investigación *“Diseño De Un Plan De Servicio Para Una Mejor Gestión Competitiva En Las Empresas Hoteleras De La Región De Tumbes – 2016”*, tiene como Objetivo: Diseñar un Plan de Servicios para Mejorar la Gestión Competitiva en las Empresas Hoteleras de la Región de Tumbes, aplicando el tipo de estudio y de diseño Descriptiva – Explicativa, y con una población que estuvo constituida por 93 empresas hoteleras formales en la Región de Tumbes, aplicando como método, técnica de recolección

de datos Entrevista, Encuesta y La Observación y como instrumento el Cuestionario, por lo tanto concluyo que existen empresas hoteleras que operan sin contar con un plan que les sirva de guía a fin de poder desarrollarse empresarialmente, teniendo en cuenta la alta competitividad de este sector, así como también algunos propietarios de las empresas hoteleras no están acordes con el avance de la tecnología por lo que mantienen una pobre comunicación, no solo con el personal de la empresa sino con sus clientes, cabe resaltar también que las Empresas Hoteleras no capacitan a su personal en lo que respecta a la atención del cliente, lo que implica un cliente insatisfecho, la falta de motivación y la delegación de responsabilidades al personal en toda empresa no permiten que el personal logre los objetivos de la empresa.

Así mismo Gutiérrez (2015), En su Investigación *“Factores que Influyen en la Rentabilidad de las Microempresas de Confección Textil: Puno – 2014”*, tiene como Objetivo: Identificar los Principales Factores que Influyen en los Niveles de Rentabilidad de las Microempresas de Confección Textil en la Ciudad de Puno, en el Periodo 2014, con un diseño de investigación de tipo descriptivo y explicativo, cuantitativo, ya que explica de forma gradual el comportamiento de las variables independientes sobre la variable dependiente a través de los hallazgos y en relación al diseño de investigación obedece al diseño de contratación de tipo cuantitativo no experimental correlacional porque mide la relación entre las variables que interactúan, y un tamaño de población según el Instituto Nacional de Estadística Informática (INEI) es la vigésima ciudad más pobladas del Perú, conformada al Año 2015 una población estimada de 141,064 habitantes según INEI, Aplicando las técnicas más utilizadas o instrumentos de recolección de datos, en donde se utilizó

la revisión documental, la revisión estadística y la encuesta, en conclusión los resultados de investigación muestran un nivel de rentabilidad de las microempresas de confección textil en la ciudad de Puno del 46.72% en promedio anual, así mismo manifiesta que la encuesta muestran que el 84% de los microempresarios encuestados manifiestan que actualmente utilizan una tecnología tradicional o artesanal, el 70% tuvieron acceso para obtener un crédito y el 95% consideran que la situación de su microempresa mejoro con el acceso al crédito, por lo tanto, la baja Rentabilidad de las microempresas de Confección Textil en la Ciudad de Puno, es debido a un elevado costo de producción, a la utilización de tecnología tradicional y a un limitado acceso al crédito adecuado. Los resultados de la estimación de la ecuación de rentabilidad para las Microempresas de Confección Textil muestran que el coeficiente del factor costo de producción de: - 0.06, lo que indica que la manera de relación entre la variable dependiente Rentabilidad es inversa.

Por otro lado Gonzales (2014), En su Investigación "*Gestión Empresarial y Competitividad en las MyPes del Sector Textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el Distrito de la Victoria Año: 2013*", tiene como objetivo determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las MyPes del sector textil en el distrito de la Victoria - 2013, teniendo en cuenta que el punto crítico de este tipo de empresas es que no realizan una adecuada gestión empresarial, ya que sus actividades las realizan muchas veces de manera empírica con un diseño de investigación de tipo no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño metodológico es el transaccional, considerado como una investigación aplicada, con una población que estuvo conformada por 240 empresas del sector textil del

distrito de la victoria, con un tamaño de muestra que asciende a 50 personas entre hombres y mujeres empresarios, con respecto a las técnicas de investigación, se aplicó la Encuesta, caracterizada por su amplia utilidad en la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que se obtienen mediante el cuestionario como instrumento de investigación, el autor concluyo a) que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e Innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial; b) la gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero; c) así como también un gran número de empresas no cuentan con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la ley N° 28015; y por ultimo d) la mayoría de las empresas no cuenta con una apropiada política empresarial, imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras.

Seguidamente Ríos (2014), En su Investigación *“Gestión de Procesos y Rentabilidad en Las Empresas de Courier en Lima Metropolitana, Año: 2012-2013”*, tiene como objetivo determinar la influencia de la gestión de procesos en la rentabilidad en las empresas de Courier en lima metropolitana, 2012-2013; con un Diseño metodológico es una investigación descriptiva, explicativa y aplicada en la gestión de proceso y la rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana, con una población conformada por las 6 principales empresas que

brindan servicios de Courier y se ubican en el Distrito en Lima Metropolitana, comprendiendo un Total Estimado de 1,000 personas entre hombres y mujeres, se ha utilizado técnicas de investigación de recolección de datos como la Encuesta, dirigido a gerentes, supervisores y trabajadores operativos de las empresas de Courier en Lima Metropolitana; así mismo el análisis documentario que permitió fortalecer el marco teórico conceptual; el mismo modo se concluye que la mayoría de empresas de Courier el Lima Metropolitana al no desarrollar una buena gestión de calidad, no logran reducir los tiempos de entregas de las encomiendas a los distintos puntos del país, ocasionando que la cadena de valor se vea interrumpida disminuyendo la productividad, al mismo modo la mayoría de empresas de Courier en Lima Metropolitana, no han mejorado su productividad, debido a que no realizan un buen diagnóstico ni identifican las posibles causas que la afectan, ocasionando deficiencias en la toma de decisiones, por lo tanto las empresas de Courier en Lima Metropolitana, no apoyan a la Gestión de Compras ocasionando ineficiencias y demora en el proceso de despacho, afectando la rentabilidad financiera, y por último en este estudio de investigación la mayoría de las empresas de Courier en Lima Metropolitana no logran una mayor competitividad, debido a que no invierten en tecnología, lo que conlleva a incrementar el riesgo financiero en sus operaciones.

Según Gomez, Gomez & Tinjaca (2013) En su Investigación *“Relación Existente entre la Gestión de la Innovación y la Capacidad Competitiva de la Micro, Pequeña, Mediana y Gran Industria del Sector Confección de las Ciudades de Pereira y Dosquebradas”*, tiene como objetivo determinar la relación existente entre la gestión de la innovación y la capacidad competitiva de la micro, pequeña, mediana y gran industria del sector confección de las ciudades de Pereira y

Dosquebradas, con las que se realizó el trabajo de campo con un Diseño de investigación Descriptivo que permite encontrar la capacidad competitiva con el fin de analizar la gestión de la innovación que busque el fortalecimiento del sector; y con un tamaño de población Micro empresas 193, Pequeñas 12, Medianas 2, Grandes 2 que asciende a un Total de 209 Empresas y como muestra (formula 95% y 5% de margen de error un total de 144 empresas, aplicando la Encuesta como instrumento de recolección de datos, en conclusión, la investigación espera ser una herramienta útil para los empresarios risaraldenses que apunten a la alta competitividad en la visualización, no solo de nuevos horizontes de mercado, sino también de procesos innovadores y pertinentes para sacar de la crisis este sector.

De otro lado Centurión (2013), En su Investigación "*Gestión de Calidad, Formalización, Competitividad, Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad en Micro y Pequeñas Empresas de la Provincia del Santa, Año: 2013*", este tiene como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad, la formalización, la competitividad, el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MyPes de la provincia de santa; para lo cual se planteó objetivos específicos como determinar las principales característica de los representantes de las MyPes, con un diseño y de acuerdo a la naturaleza de la investigación, para el análisis de los datos, se utilizó la técnica de análisis estadístico descriptivo y como instrumentos se usaron las tablas de distribución de frecuencias porcentuales, donde tiene una población de 356 MyPes se extrajo una muestra de 160 MyPes, con las cuales se determinó sus principales características de la gestión de calidad, en 49 MyPes las características de la formalización, en 50 MyPes las características de competitividad, en 97 MyPes las características de financiamiento; en 100 MyPes

las características de la capacitación y en 11 MyPes las características de rentabilidad, y como instrumento un Cuestionario estructurado aplicado a los representantes de las MyPes mediante la técnica de la Encuesta, y se concluyó que las MyPes en la provincia del santa en su mayoría son dirigidas por personas adultas de sexo femenino, con instrucción secundaria y superior técnica, y están en el mercado por más de 4 años. Son formales y fueron creadas para obtener ganancia, la formalización les proporciona ventajas como aumento de sus ventas y obtención de créditos, ayudándoles a posesionarse en el mercado, y en la Competitividad, la mayoría de las MyPes no cuenta con un plan estratégico, conoce a sus competidores y percibe que es competitivo, en el Financiamiento, las MyPes han solicitado créditos más de una vez a terceras personas a una tasa del 20% anual, invirtiéndolo en compra de activos y capital de trabajo, y en la Capacitación, las MyPes consideran que esta es una inversión; por ello han capacitado a su personal más de una vez en atención al cliente, en la Rentabilidad, se percibe que las MyPes son rentables, han mejorado su infraestructura, y respecto a la Gestión de Calidad, a pesar de que tienen dificultades del personal con poca iniciativa y no se adapta al cambio y la aplicación de una adecuada Gestión de Calidad, han mejorado el rendimiento del negocio.

Por consiguiente Moyolema (2011), En su Investigación *“La Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan de la Ciudad de Ambato, Año: 2010”*, tiene como objetivo Analizar la Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Kuriñan” de la ciudad de Ambato, con un diseño Explicativo y Método Deductivo y una población de 37 personas aplicando las Encuestas como técnica de

investigación e instrumentos de recolección de datos, donde concluyo que al realizar un diagnóstico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kurilan se establece que actualmente no cuenta con una gestión financiera adecuada lo cual no le ha permitido incrementar su rentabilidad y por ende no ha crecido como institución por lo que también no existe estrategias adecuadas en lo que la institución pueda respaldarse, se ha determinado también el retraso en la elaboración de los estados financieros por lo que no ha permitido realizar un análisis económico de la institución llevando a una inestabilidad económica financieras, así como también desconocimiento sobre indicadores financieros y la inexistencia de un asesor permanente para realizar un análisis correspondiente de su liquidez provoca desconfianza de todos los socios, y por ultimo no cuenta con un plan financiero que le ayude a mejorar la rentabilidad de la institución ya que es una herramienta muy necesaria para poder verificar cuanto seria la proyección para un determinado tiempo.

Por otro lado Baños (2011), En su Investigación *“Competencias Esenciales, Clima Organizacional e Innovación como Factores de Competitividad Empresarial: Propuesta y Aplicación de un Modelo para la Detección y Desarrollo de Competencias en la Pequeña y Mediana Empresa del Sector Calzado en México, Año 2011”*, tiene como Objetivo determinar la manera en que las competencias esenciales afectan a la innovación, el clima laboral y los resultados, conocer cómo afecta, si es que lo hace, el clima laboral en las competencias esenciales, en los resultados de la empresa y en el nivel de innovación, establecer si la innovación influye en los resultados de la empresa, generar un modelo de detección de competencias esenciales para la PyMe, con un diseño no experimental y

transversal, esto quiere decir que el propósito de este tipo de diseño de investigación es describir variables y analizar la incidencia e interpretación de las mismas en un momento dado; y una población de 117 fabricantes registrados; aplicando como instrumento de recolección de datos para la encuesta, desde ahí seleccionamos los instrumentos que registraron un mayor grado de confiabilidad en su aplicación, y le dimos preferencia a aquellos cuestionarios que ya son aprobados en México, concluyendo que es posible afirmar que esta hipótesis se acepta y existe una fuerte influencia del clima laboral hacia las competencias esenciales, hacia la innovación y hacia los resultados.

2.2. BASES TEÓRICAS:

2.2.1. RENTABILIDAD

Según Daniel Moreno (2018), La determinación más tecnicada y elemental de rentabilidad es el rendimiento de fraccionar la “Utilidad Obtenida” o Beneficio Adquirido” entre el “Capital Social Invertido”.

Según América Ivonne Zamora Torres (S. F.), la rentabilidad ha ido desarrollando durante el tiempo y siempre hubo obtención resultados en varias formas, siendo las prioritarias, eficaces y muy sobresalientes para estimar el éxito del entorno empresarial, el sub sector inclusive un determinado establecimiento. La rentabilidad constante con políticas de beneficios, implica fortalecer las unidades de la producción económica. La rentabilidad es la vinculación que existe entre rendimientos y adquisición necesaria para así lograr los objetivos establecidos, se mide la eficiencia de la dirección de una compañía, en donde se demuestra el rendimiento

obtenido en las ofertas ejecutadas y utilización de adquisiciones, su jerarquía y su homogeneidad es la tendencia de las ganancias. Estas ganancias es la terminación de una gestión efectiva, una planificación general en precios y pagos y el cumplimiento de cualquiera de las mediciones destinadas a la adquisición del rendimiento. La productividad es comprendida como principio que da sujeción a todo accionar ahorrativo por el cual se activan los procedimientos mecanizados, recursos, RR. HH y capitalistas el cual tienen un único fin de alcanzar los objetivos favorables previstos y deseados.

Por otro lado diario EcuRed, página oficial internacional, menciona que rentabilidad es la amplitud que se tiene para producir bastante beneficio; en modo un establecimiento comercial es rentable cuando se produce más ingresos que egresos, un consumidor es rentable cuando origina mayor ingreso que gasto, un espacio o departamento empresarial es rentable cuando produce mayor ingreso que costo.

2.2.1.1. IMPORTANCIA DE RENTABILIDAD:

Según Alberto Arozena 2010, menciona que los negocios empresariales deben lograr una rentabilidad conveniente que posibilita darle financiamiento a sus procedimientos de corto, mediano y largo plazo, así como remunerar a sus socios y porque no accionistas. La rentabilidad se ve perjudicada por determinaciones que se toman tanto en lo comercial (generar beneficios) como en la pieza más operativa (generar precios), por lo que tener un prototipo o una sistematización de informaciones de la rentabilidad pasa por pertenecer a una responsabilidad para distintas

empresas. La rentabilidad tiene distintas formas como ser calculada, y varias magnitudes a través del cual es visto. Desde un punto de vista que un mejor modelo de rentabilidad se debería considerar la manera en que la organización origina las ventas y maneja sus procesos productivos (con el correspondiente costo), es más se permite comprender como se produce esta rentabilidad.

2.2.1.2. TIPOS DE RENTABILIDAD

De igual manera Según Daniel Moreno **2018**, hacen en mención dos tipos importantes en lo que respecta a la Rentabilidad: Otro concepto prioritario que se hace en mención es:

- La Rentabilidad Económica donde calcula el volumen que tienen los activos (bienes físicos y derechos como son estanterías, mostrador, derechos de cobranza sobre los consumidores, para producir el rendimiento bruto (es aquella ganancia en el que no se disminuye el interés e impuesto que se tiene que remunerar sobre el propio rendimiento). El rendimiento Bruto o Beneficio antes de interés e impuesto (BAII) es diferente entre las ganancias y las compras.

Rentabilidad económica = Rendimiento Bruto / Activo Total;

- En tal sentido cabe mencionar que la Rentabilidad Financiera es la productividad que se logra al desarrollar financiamientos. También se dice que Rentabilidad Financiera no frecuenta con la Deuda Aprovechada para originar utilidades, a diferencia de lo que sucede en la Rentabilidad Económica que comprende los financiamientos o préstamos monetarios ya que poseen todos los activos, es manifestar

si un Accionista se afilia en el beneficio negociable, la rentabilidad financiera define el beneficio que logra sobre el fondo o capital que se coopera. Igualmente esta rentabilidad se evalúa sobre el Rendimiento Neto (Rendimiento final que se logra tras retirar el interés e impuesto), la **Rentabilidad Financiera = Rendimiento Neto / Fondos Propios**. Al estudiar las rentabilidades se emprende un aspecto importante, el Apalancamiento Financiero o el Resultado Palanca. Esto se hace relación a deudas y en preciso es preferible hipotecarse y comprar maquinas nuevas o muebles físicos para la empresa o también realizarlos con dinero reservado.

2.2.1.3. FACTORES DE RENTABILIDAD

Según Josefina Rodríguez, Nay Martínez 2009, señal que son nueve los factores fundamentales que predominan en la rentabilidad, el cual mencionaremos:

- ✓ Magnitud de las Inversiones
- ✓ Rendimiento productivo
- ✓ Intervención de Mercado
- ✓ Crecimiento de modernos productos o diferencia absoluta de la competencia.
- ✓ Calidad de la productividad/prestación de servicios
- ✓ Tarifa de crecimiento del mercado
- ✓ Incorporación vertical
- ✓ Gastos operacionales
- ✓ Empeño sobre dichos elementos.

2.2.1.4. FUNCIONES DE RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD

Según Alejandro Gauto (2017) La administración financiera es una disciplina más prioritarias, la cual perjudica a los individuos y entes empresariales, con el único fin de educar y poder administrar el efectivo, la principal causa de participar y recíprocamente en el mercado, financiación y obtención de ventas de producción o servicios, se menciona también que la gestión financiera tiene objetivos y busca especificar las circunstancias que se abarca al financiamiento de un determinado comercio:

- Programar el desarrollo de la empresa, tanto operativo o estratégico.
- Comprender los recursos adecuados para que la empresa efectúe de manera eficaz. Ofrecer requerimientos de acuerdo con la planeación y carencia de la compañía/empresa.
- Optimizar los requerimientos de financiamiento.
- Disminuir la indecisión de lo que se gastara a futuro.
- Implementar las ganancias obtenidas como recursos prioritarios.
- Maximización de propiedades netas, es decir los patrimonios netos.
- Implementar el valor actual neto de la compañía
- Maximización de la producción del valor
- En conclusión, el propósito-meta es el financiamiento y se manifiesta que se encuentra explicado, no es como lo dice mucha multitud en la implementación de recursos, si no como la implementación de la fortuna de los accionistas de la empresa, la cual tiene semejanza a la maximización del beneficio de la empresa.

2.2.1.5. PRINCIPIOS DE RENTABILIDAD

¿QUÉ ES LA RENTABILIDAD AJUSTADA A PRINCIPIOS?

Por lo tanto José Manuel González – Páramo (2016): “la deontología es el pilar esencial de la banca” se menciona que estos principios que inspiran nuestro establecimiento son la decencia, la cautela y la transparencia.

La decencia, como manifiesto de la deontología en nuestras acciones y en toda nuestra correspondencia con un equipo de gran interés.

La sensatez queda absolutamente clara como prevención en la aceptación de la contingencia. La transparencia, como implementación o desarrollo para brindar un acercamiento a la información clarificada y verídica dentro de los límites de la legitimidad.

2.2.1.6. ¿CÓMO SE TRADUCE EN LA PRÁCTICA ESTA MÁXIMA DE RENTABILIDAD AJUSTADA A PRINCIPIOS?

De igual manera José Manuel González – Páramo (2016), manifiesta que La Compañía BBVA Señala, en resumen cuando mencionamos la rectitud un buen ejemplo es la compilación de comportamientos. Ahí se concreta entre otras, reglamentos y modelos para evitar enfrentamientos de disposición, la no corrupción, comprometidos en la materia de los derechos humanos. Reglamentos y modelos para poder encaminar el comportamiento con nuestros consumidores, con nuestros colegas, con la empresa y la misma ciudadanía.

En correspondencia a cautela da una justa mención es la aprobación de financiación responsable, aquí incorporamos temas como garantizar obteniendo en cuenta el volumen necesario de repago del consumidor

evitando en endeudamiento muy alto, afianzar las planificaciones necesarias del desembolso real respecto a la rentabilidad asignada, ser sensato en la vinculación que existe entre el coste y el valor necesario de la fianza, evitar procedimientos de venta que provoquen que los prestatarios puedan abordar a respaldar créditos que no estén al alcance de las obligaciones, contribuir con la política necesaria de renegociación de adeudos.

Así mismo en cuanto a la transparencia destaco la prioridad de la nitidez y la clarificación con nuestros consumidores para tener el seguro que entiendes siempre lo que contratan, solo de este procedimiento es factible edificar una relación prudente de utilidad mutua a largo plazo y un factor indispensable para producir seguridad y vínculo. Con este prototipo de financiamiento rentable se deben adecuarlas a inicios pretendemos también ser el soporte mejor en los bancos para nuestros consumidores y para la comunidad. Dando las mejores perspectivas bancarias, de manera eficaz y responsable y auxiliando las personas a coger las mejores y adecuadas decisiones financieras, y en determinada a que su vida sea la mejor de todas.

2.2.7. 03 FORMAS PARA MEDIR Y MEJORAR LA RENTABILIDAD

De la misma manera Francisco Lehmann Niklison (2011) pronostica en monitorear el movimiento del capital social y poder evaluar la rentabilidad del comercio, son herramientas básicas para confirmar la comprobación de tramitación. Las prioritarias obligaciones de un Gerente de comercialización son:

- a. producir valores éticos para la empresa y consumidores
- b. formar producciones que estén en trayecto con lo justificado por los accionistas.

El reglamento probado de trámite ayuda a quienes deseen aumentar la performance de la compañía, sin importar cuál sea su dimensión o magnitud de la inscripción en facturación.

Por rentabilidad comprendemos que es la amplitud de producir beneficios y financiera, es una terminación incorporado con el dinero, puesto que rentabilidad financiera es el rendimiento logrado por darle el gasto adecuado al efectivo en recursos económicos o capitalistas, cabe precisar que la productividad que se alcanza a efecto de ejecutar los financiamientos y/o compras.

Asimismo el Rendimiento Financiero se reconoce con las siglas ROE en manifestacion en inglés “Return on Equity”, damos a conocer su cálculo:

Rentabilidad Financiera ROE = Beneficio Neto / Fondos Propios X 100

2.2.2. COMPETITIVIDAD:

Por lo tanto Gómez Mena (2005) menciona que el término competitividad es el instrumento de actividades distintas, perfectas e interrelacionadas para elaborar y ser competitivas en diferentes áreas.

Porter M. (2008) declara que competitividad es el centro productor de un gran placer hacia los clientes, se aclara también que el resultado final de producción de unos productos cubre las perspectivas del consumidor. De igual manera Competitividad se refiere en definir a un ordenamiento de rasgos, cabe determinar.

2.2.2.1. FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD:

Según Michael Porter (2016), señala cuatro componentes que son la esencia en la especificación de la competitividad.

En primera instancia es posicionar la dotación de un país, es considerable decretar cual es la cuantía y la cualidad de los componentes de rentabilidad de modelo primordial; recursos de la naturaleza, patrimonio y capitales, infraestructuras y tejido de empresas. Dominar en esta modalidad, el talento humano, es mencionar, habilidad, capacidades, aptitudes, destrezas, experiencias, conocimiento en los tecnológicos ya que serán utilizadas el cual favorecerá la entidad empresarial.

En segunda instancia se platicaría de la demanda interna, en este contexto, es elemental comprender necesariamente del producto en relación con el ofrecimiento existente; es muy prioritario saber que hay una demanda rígida en investigación de

mercancías y que tomen ventaja, así mismo que se interpongan a los requisitos.

En el puesto tres es precisar si realmente se encuentra un sistema productivo con entidades empresariales de todas las dimensiones, con vinculaciones entre ellas en tanto horizontal y vertical y que promuevan la competitividad creando ofertas que promuevan la mejora o innovación de un proceso productivo.

Por última instancia la predisposición en la sociedad hacia la mejora/innovación, en este determina el acuerdo legal a la innovación y todas las mediciones que impidan o favorezcan las mismas. La innovación o mejora es un beneficio extremadamente efectivo para las empresas, mejoras productivas simboliza mayores entradas en las ventas. Por lo tanto Porter indica que estos factores son los necesarios a precisar si la competitividad en una nacionalidad es efectivamente real o no.

Desde la expectativa, se debe diferenciar que la Competitividad es una característica positiva para diferentes mercados por una secuencia de argumentos. En primer punto representa que hay un público grande para las respectivas ventas de un establecido producto, así mismo en segundo punto señala la presencia de habilidades o tácticas de comercio avanzado en las cuales se deben producir (para aumentarlas y renovarlas), por último punto y poco considerable nos indica de una configuración tanto a nivelación de fabricantes como de expertos en el departamento que son de gran beneficio en la búsqueda.

2.2.2.2. IMPORTANCIA EN LA COMPETITIVIDAD:

Según Oliver García Ramírez (2015) – Director de la Ing. En Desarrollo Empresarial (Milenio), señala que la importancia de la competitividad establece en conocer como dirigir los bienes de la entidad empresarial, aumentar su producción y estar advertido a las formalidades del mercado. Por lo tanto Benzaquen aclara que el provecho de competitividad tiene un soporte en la “productividad” y en los componentes que la especifican dentro de la entidad empresarial; convenientemente es necesario conocer que la Productividad es la vinculación entre el rendimiento obtenido mediante un métodos de producción ese recursos, vienen y/o servicios y los recursos gastados para alcanzarlos, es decir su utilización eficaz o el vínculo entre los rendimientos logrados con correspondencia a los recursos gastados y el tiempo que se todo para poder obtenerlos.

Es de precisar que medir la competitividad comprende el decretar los factores o componentes que la producen y la categoría de impacto de los mismos. Así como hay infinidad de definiciones de competitividad, de igual manera encuentras varias metodologías que investigan y miden establecidos componentes de la competitividad, tomando en consideración distintos factores que condicionan.

Por otro lado según Cecilia Benbibre (2016), resalta que la Competitividad es una de las acciones más fundamental y las más

investigadas en la mayor parte de los espacios en la sociedad que se encuentran actualmente.

2.2.2.3. FACTORES DE LA COMPETITIVIDAD:

Según Albert Bir (2016), menciona que la competencia mundial como resultado de la globalización, las entidades empresariales no solo tienen como competencias a los del mismo lugar o en el propio país, sino que debe también preocuparse en las entidades o compañías del mundo que tiene las competencias para dar exportación a sus procesos productivos más allá de las fronteras.

¿QUE PERMITE A UNA EMPRESA SER COMPETITIVA?

- Conocer la propia configuración y organización
- Conocer de su situación financiero
- Conocer del procedimiento a realizar
- Conocer las capacidades y habilidades indispensables para avanzar cada proceso
- Gestión conveniente de los recursos humanos
- Gastar continuamente en mejora/innovación

Según Francisco Gimenez Plano, describe que la Cámara de España, determina que la Competitividad empresarial tanto al volumen que tiene una determinada empresa de realizar mejores las cosas en que su competitividad, ya sea en terminación de productos, procesos productivos, calidad y costes, etc

Consideramos 07 factores que predominan en la competitividad hacia las empresas:

1. Cultura de Compañía: la cultura es una entidad empresarial se ha transformado en uno de los componentes primordiales de diferencia y competencia en las entidades empresariales. Cultita significa en que los empleados dentro de la organización realizan su trabajo todos los días.
2. Habilidad y experiencia del trabajador: en vínculo con lo mencionado anteriormente, cada día se obtiene mayor importancia la experiencia del trabajador. Se dice que se tiene clientes complacidos o motivados si tenemos empleados complacidos o motivados.
3. Capacidad en Talento. Se dice que es la otra esencia para la competencia en una compañía. Retenerlo, atraerlo, desarrollarlo y potenciarlo es poner en valor donde requiera la empresa en los momentos que se requiere de planes y acción específica en convenio con la habilidad de negocio de la Entidad Empresarial.
4. Construcción de sociedad con el consumidor: aquí se requieren ver manifestados los valores, también sus acciones de consumo. Pues optaran que productos obtener o que servicios se consume en función de cómo lo tomar y que se representen un estilo de vida.
5. Innovación y Perfeccionamiento: aquí se refiere que el 90% de Españoles cuentan con percepción positiva de innovar, también se dice que más de mitad tienen opinión que no hay cultura de innovación.

6. Ciencia y Tecnología: es otro componente de competitividad al uso de ciencia y tecnología. La conexión posibilita el trabajo en sistemas que constituyen equipos que están operando desde cualquier lugar del mundo.
7. El mundo como mercado: conforme a una formación elaborado por el Real Instituto El Cano, en este procedimiento de internacionalización de la parte económica y las empresas españolas han obtenido una resistente impulsión

2.2.2.4. COMO MEDIR LA COMPETITIVIDAD DE UNA EMPRESA:

Según American Express (2015), indica que uno de los parámetros muy importantes y eficientes en un negocio exitoso es la competencia, la cual se comprende como la capacidad y destreza de una empresa de poder conservar un desarrollo perseverante, en cuanto a capacitaciones de diseño, obtención de producción o comercialización de bienes o servicios. Insertar un estudio de competitividad como ámbito de la planeación estrategia de un determinada empresa. Posibilita tener conocimientos de manera detallada lo que está llevando a nivel interno y externo, de igual manera tiene mucha importancia para localizar las distintas oportunidades y amenazas (externo) debilidades y fortalezas (interno) de una Entidad Empresarial. Comprender la jerarquía de competitividad es esencial para comprender como se debería planificar a futuro y como se debería

ejecutar para poder lograr los objetivos y metas de manera eficiente y efectiva.

Por otro lado la Universidad Icesi (Consultorio de Comercio Exterior), menciona que la competitividad se mide a base de la eficiencia y calidad de las demás empresas competidoras en el mercado regional, nacional e internacional. La competitividad de una institución tiene cuatro atributos: la condición de los componentes, la condición de la demanda, la producción conexas y de apoyo, la habilidad, el sistema y rivalidad de empresas.

III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

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

Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGIA

4.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

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

Dónde:

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

O = Observación de las variables: Rentabilidad y Competitividad



4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN:

P1: La población para la variable Rentabilidad se considera finita, la misma que está constituida por los clientes del servicio de restaurantes en el distrito de San Jacinto, siendo diez (10) MyPes dedicadas al servicio ya mencionado.

P2: La población para la variable, competitividad se considera infinita está constituida por los clientes del servicio de restaurantes en el distrito de San Jacinto, siendo diez (10) MyPes dedicadas al servicio ya mencionado.

Cuadro 1: Propietario de las MyPes en el Distrito de San Jacinto.

PROPIETARIOS DE LAS MYPES EN EL DISTRITO DE SAN JACINTO			
N°	PROPIETARIO	NOMBRE COMERCIAL	UBICACIÓN / DOMICILIO
01	FREDESVINDA CALDERÓN ZEVALLOS	PICANTERÍA "EL RINCON DE LOS GUSTITOS"	MIGUEL GRAU - SAN JACINTO
02	YIMMI QUEREVALU CASTRO	RESTAURANT PICANTERIA "EL YACARE"	FRANCISCO BOLOGNESI - SAN JACINTO
03	JOSE MERCEDES ZEVALLOS MADRID	RESTAURANT PICANTERIA "EL JARDIN DE LA CERVEZA"	HORACIO PATIÑO - SAN JACINTO
04	MERCEDES CLAVIJO ZAPATA	RESTAURANT CEVICHERIA "SEÑOR CAUTIVO"	JOSE A. QUIÑONES - SAN JACINTO
05	IDIA ZARATE RUEDA	VENTA DE COMIDA "LA ESQUINA DE MOVIMIENTO"	MIGUEL GRAU - SAN JACINTO
06	MANUELA APOLO CORDOVA	VENTA DE COMIDA "MAJU"	MIGUEL GRAU - SAN JACINTO
07	PASCUALA MADRID CLAVIJO	VENTA DE COMIDA	LAS GORRIONES - SAN JACINTO
08	MARCELA SANDOVAL MEJIA	RESTAURANT	HORACIO PATIÑO - SAN JACINTO
09	MODESTO INFANTE VINCES	RESTAURANT - POLLERÍA	MIGUEL GRAU - SAN JACINTO
10	LAUDI YENI CLAVIJO ATOCHE	VENTA DE COMIDA	HORACIO PATIÑO – SAN JACINTO

Fuente: Elaboración Propia

MUESTRA

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) manifiestan que cuando las poblaciones de variables son infinitas, por lo tanto no se comprenden las peculiaridades de la población, por tanto, para precisar la muestra de las variables Rentabilidad y Competitividad, en ambos casos se empleó la siguiente fórmula estadística infinita:

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

$$e^2$$

Dónde:

n = a ser estudiada

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

p = Probabilidad 0.5%

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

q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.645^2 (0.50) (0.50)}{(0.1)^2}$$

$$(0.1)^2$$

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

$$0.01$$

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

$$0.01$$

$$n = 67.650625$$

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

4.3 DEFINICIÓN Y OPERALIZACION DE VARIABLES E INDICADORES

Cuadro 2: Matriz de Operacionalización de Variable Rentabilidad

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	RESPUESTAS
RENTABILIDAD	INGRESOS	Cantidad mínima de unidades vendidas, promedio diarias	¿Usted tiene ventas diariamente y cuantas unidades vende como mínimo?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
		Cantidad máxima de unidades vendidas promedio diarias	¿Usted tiene ventas diariamente y cuantas unidades vende como máximo?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
		Precio, promedio de sus productos	¿Sus Ventas son Variables,Cuál es El Precio del Producto que más Vende?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
	EGRESOS	Costo promedio de producto vendidos	¿Usted cuenta con un producto bandera, a cuánto asciende el precio del producto más vendido?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
	SUELDO A EMPLEADOS	Monto que representa los sueldos mensual de los empleados	¿Usted cuenta con empleados y cuantos tiene actualmente?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
			¿Su Negocio o empresa está a base del decreto de las remuneraciones, A cuánto les paga el sueldo mínimo?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
			¿Tiene empleados de acuerdo a ley, A cuánto les pagas más del sueldo mínimo?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
	GASTOS INDICADOS DE FABRICACIÓN	Monto sobre servicios, alquileres	¿Su empresa cuanta con servicios básicos principales, A cuánto asciende el pago de cada servicio en promedio mensual?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/> <input type="radio"/> Electricidad _____ <input type="radio"/> Agua _____ <input type="radio"/> Alquiler _____ <input type="radio"/> Cable _____ <input type="radio"/> Teléfono _____
	ACTIVOS CIRCULANTES	Cantidad de efectivo disponible en promedio mensual	¿Usted cuenta con Capital Propio, con cuánto de efectivo cuenta usted, para cubrir sus gastos al mes?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
		Cantidad de inventario disponible	¿Cuenta Diariamente con Mercaderías, Cuánto tiene invertido en mercadería y/o materia prima, actualmente?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
	ACTIVOS FIJOS	Cantidad de inversión en maquinaria, equipos, terreno, edificios	¿Cuánto tiene invertido en terreno?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
			¿Cuánto tiene invertido en equipos?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
			¿Cuánto tiene invertido en edificios?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
	DEUDA A PROVEEDORES	Monto de la deuda a proveedores	¿Tiene deudas con proveedores?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>
DEUDA A ENTIDADES FINANCIERAS	Monto de la deuda a entidades financieras	¿Tiene deudas a entidades financieras?	SI <input type="checkbox"/> , Cuanto _____ NO <input type="checkbox"/>	

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 3: Matriz de Operacionalización de Variable Competitividad

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	MARCAR CON UNA (X)				
				MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	NULO
COMPETITIVIDAD	CULTURA ORGANIZACIONAL	Grado de como la Cultura organizacional ayuda al desempeño laboral	¿Usted percibe que la cultura organizacional (Costumbres, Normas, Relaciones entre las Personas) le ayudan en el desempeño de su labor?	<input type="radio"/>				
	EXPERIENCIAS DEL EMPLEADO	Grado de experiencia que cuenta los trabajadores en la empresa	¿Usted cómo calificaría en general la experiencia que tienen los trabajadores de esta empresa?	<input type="radio"/>				
	TALENTO	Grado del Talento percibido por los miembros de la empresa	¿Usted cómo calificaría en general el talento que tienen los trabajadores en la empresa?	<input type="radio"/>				
	RELACIÓN CON LOS TRABAJADORES	Grado que la empresa está comprometida con los clientes	Cómo calificaría usted a la empresa si está comprometido con satisfacer plenamente a los clientes?	<input type="radio"/>				
	INNOVACIÓN	Grado de la innovación en los procesos productivos	¿Innovar ayudar al desarrollo en el rendimiento en la MyPe?	<input type="radio"/>				
		Grado de productos nuevos ofertados	¿Cómo calificarías los productos nuevos ofertados?	<input type="radio"/>				
	PRECIOS	Grado de aceptación de los precios de los productos ofertados	¿Cómo calificaría la aceptación de los precios de los productos ofertados?	<input type="radio"/>				
	CALIDAD DE PRODUCTOS	Grado de aceptación de la calidad de los productos ofertados	¿Cómo calificaría la aceptación de la calidad de los productos ofertados?	<input type="radio"/>				
	ATENCIÓN	Grado de rapidez de la atención recibido	¿Cómo calificaría la rapidez de la atención recibida?	<input type="radio"/>				
		Grado de amabilidad de la atención recibida	¿Cómo calificaría la amabilidad de la atención recibida?	<input type="radio"/>				
	TECNOLOGÍA	Grado del uso de la tecnología en los procesos productivos	¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto al uso de la tecnología en sus procesos productivos?	<input type="radio"/>				
	MERCADERÍA	Grado que la empresa estudia a la competencia	¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto si realiza estudios de lo que hace la competencia (sus productos, sus precios, sus ofertas)?	<input type="radio"/>				
Grado que la empresa estudia nuevos productos o servicios		¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto a la introducción de nuevos productos y servicios ofertados a los clientes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Fuente: Elaboración Propia

4.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas:

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de los Diez Restaurantes del Distrito de San Jacinto durante el año 2017.

Instrumentos:

Para García, (2002) El temario o cuestionario vienen a ser preguntas manifestadas de manera ordenada, precisa y clara, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que plantea la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se logran del modelo de muestra.

4.5 PLAN DE ANÁLISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla Las medidas de síntesis de las variables Rentabilidad y Competitividad, y como serán mostradas, señalando los tipos y técnicas estadísticas a dar uso. Se recolecto los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera estructurada y exacta de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó del programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica de (sistema en procedimiento de juicio por experto) por especialistas.

4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 4: Matriz de Consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODO Y DISEÑO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>¿Cuáles son las características de la Rentabilidad y la Competitividad de las MYPES del Sector Servicio Rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017?</p>	<p>General. Determinar las características de la Rentabilidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio Rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017?</p> <p>Específicos: Determinar la Competitividad de las MYPES del sector servicio rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017, así como también Relacionar la rentabilidad y competitividad de las MYPES del sector Servicio rubro Restaurantes en el Distrito de San Jacinto, año 2017.</p>	<p>Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.</p>	RENTABILIDAD	<p>POBLACIÓN: <i>P1:</i> La población para la variable Rentabilidad se considera finita, la misma que está conformada por los clientes del servicio de restaurantes en el distrito de San Jacinto, siendo diez (10) MYPES dedicadas al servicio ya mencionado.</p> <p><i>P2:</i> La población para la variable, competitividad se considera infinita está conformada por los clientes del servicio de restaurantes en el distrito de San Jacinto, siendo diez (10) MYPES dedicadas al servicio ya mencionado</p>	<p>NIVEL: Descriptivo</p> <p>TIPO: Cuantitativo</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No Experimental de corte Transversal</p>	<p>TÉCNICAS Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de los Diez (10) Restaurantes del Distrito de San Jacinto durante el año 2017.</p> <p>INSTRUMENTOS Para García, (2002) El cuestionario vienen a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.</p>
			COMPETITIVIDAD	<p>MUESTRA: Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población.</p>		

Fuente: Elaboración Propia

4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS

Se comprende a los principios éticos como las normas que son adecuados como guía para así enfocar a la buena conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos divididos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). En la reciente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- **Accesibilidad:** aproximación o trato a las personas interrogadas o entrevistadas.
- **Búsqueda de la verdad:** forman la mente, con lo que se dice o se siente.
- **Coherencia:** vinculaciones de una cosa con otras.
- **Compromiso:** palabra dada o fe.
- **Perseverancia:** solidez y estabilidad en la adquisición de los propósitos.

V.- RESULTADOS

5.1. RESULTADOS:

5.1.1. RESULTADOS DE LA VARIABLE RENTABILIDAD:

Cuadro 5: Resultados de la Variable Rentabilidad

EMPRESAS	RESTAURANTES									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ESTADO DE RESULTADOS										
Ventas	91000	49140	71760	43680	382200	70200	39000	37440	39000	45500
Costo de Ventas	54600	24570	50232	21840	152880	37440	20280	18720	19500	29250
Costo de Empleados	21000	5400	6000	6000	30720	12000	16200	10800	11520	1200
Servicios	3240	840	840	1200	3288	1800	1680	1500	1140	1200
Ganancia Bruta	12160	18330	14688	14640	195312	18960	840	6420	6840	13850
Impuesto	3648	5499	4406.4	4392	58593.6	5688	252	1926	2052	4155
Ganancia Neta	8512	12831	10281.6	10248	136718.4	13272	588	4494	4788	9695
Balance Inicial										
Activos										
Activo Circulante										
Efectivo	7000	3500	1000	1000	5000	1500	1000	1000	800	1500
Mercadería	800	150	100	250	700	300	500	450	300	600
Total Activos Circulantes	7800	3650	1100	1250	5700	1800	1500	1450	1100	2100
Activo Fijos										
Terreno	3000	8000	15000	50000	100000	10000	300	9000	10000	15000
Equipos	15000	400	180	500	17000	500	3000	1000	2000	2500
Edificios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos	18000	8400	15180	50500	117000	10500	3300	10000	12000	17500
TOTAL ACTIVOS	25800	12050	16280	51750	122700	12300	4800	11450	13100	19600

Pasivo y Capital										
Pasivo Circulante:										
Proveedores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Deuda Largo Plazo										
Deudas Financieras	7000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital										
Aporte Propio	18800	12050	16280	51750	122700	12300	4800	11450	13100	19600
Total Pasivo y Capital	25800	12050	16280	51750	122700	12300	4800	11450	13100	19600

ROE	4.840426	4.078008	4.407862	0.844058	3.114914	5.707317	8.125	3.269869	2.977099	2.32143
------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	--------------	-----------------	-----------------	----------------

PROMEDIO	3.9686
-----------------	---------------

Fuente: Elaboración Propia

5.1.2. RESULTADOS DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD:

Cuadro 6: Resultados de la Variable Competitividad

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTAS / VARIABLE DE COMPETITIVIDAD						
DIMENSIONES	VARIABLE COMPETITIVIDAD PREGUNTAS	ESCALA DE MEDICIÓN				
		5	4	3	2	1
		Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Nulo
D1	¿Usted percibe que la cultura organizacional (Costumbres, Normas, Relaciones entre las Personas) le ayudan en el desempeño de su labor?	1	9	0	0	0
D2	¿Usted cómo calificaría en general la experiencia que tienen los trabajadores de esta empresa?	2	5	2	0	1
D3	¿Usted cómo calificaría en general el talento que tienen los trabajadores en la empresa?	2	6	1	0	1
D4	Cómo calificaría usted a la empresa si está comprometido con satisfacer plenamente a los clientes?	4	5	0	0	1
D5	¿Innovar ayudar al desarrollo en el rendimiento en la MyPe?	4	5	1	0	0
	¿Cómo calificarías los productos nuevos ofertados?	1	8	1	0	0
D6	¿Cómo calificaría la aceptación de los precios de los productos ofertados?	4	5	1	0	0
D7	¿Cómo calificaría la aceptación de la calidad de los productos ofertados?	3	6	1	0	0
D8	¿Cómo calificaría la rapidez de la atención recibida?	4	5	1	0	0
	¿Cómo calificaría la amabilidad de la atención recibida?	6	3	1	0	0
D9	¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto al uso de la tecnología en sus procesos productivos?	4	5	1	0	0
D10	¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto si realiza estudios de lo que hace la competencia (sus productos, sus precios, sus ofertas)?	3	4	3	0	0
	¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto a la introducción de nuevos productos y servicios ofertados a los clientes?	3	7	0	0	0

5.1.2.1. RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN COMPETITIVIDAD:

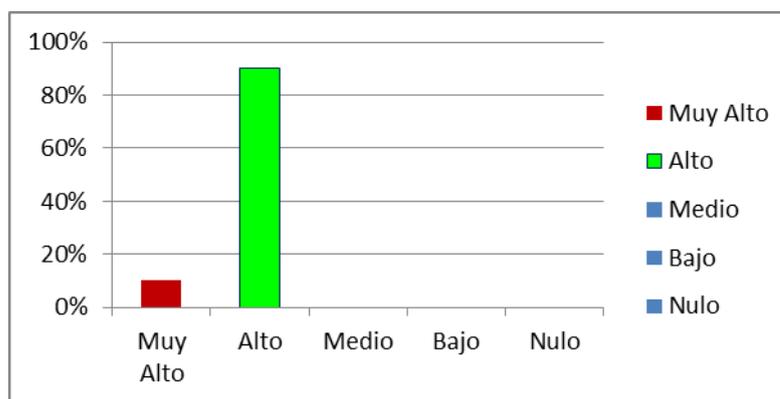
CUADRO 01

01.- ¿Usted percibe que la cultura organizacional (Costumbres, Normas, Relaciones entre las Personas) le ayudan en el desempeño de su labor?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	1	10%
Alto	9	90%
Medio	0	0%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 01



Análisis: En el Grafico 01 se observa que la Cultura Organizacional tiene un nivel Alto del 90%, el cual demuestra un nivel de desempeño eficiente, donde se aplican valores notables dentro de su labor, el cual ayuda ser notables en el lugar donde se encuentran.

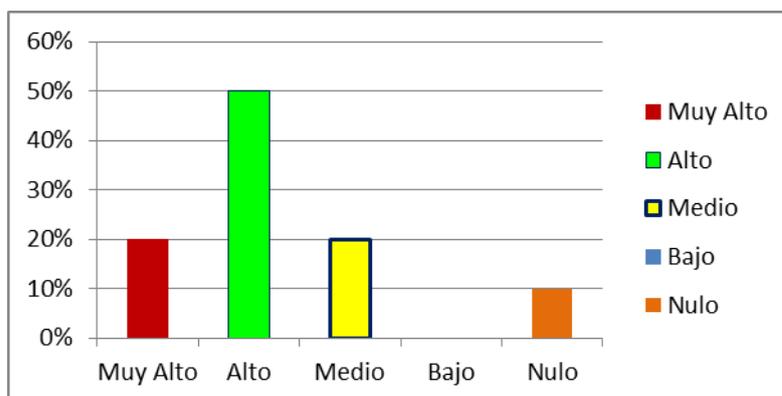
CUADRO 02

02.- ¿Usted cómo calificaría en general la experiencia que tienen los trabajadores de esta empresa?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	2	20%
Alto	5	50%
Medio	2	20%
Bajo	0	0%
Nulo	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 02



Análisis: En el Grafico 02 se observa que la experiencia que tienen los trabajadores tiene un nivel Alto del 50%, el cual demuestra un nivel adecuado para brindar atención a los clientes que visitan el restaurant, el cual indica que tienen que tener más predicción a su experiencia ya que esto en realidad puede dar de hablar al imagen de la MyPe.

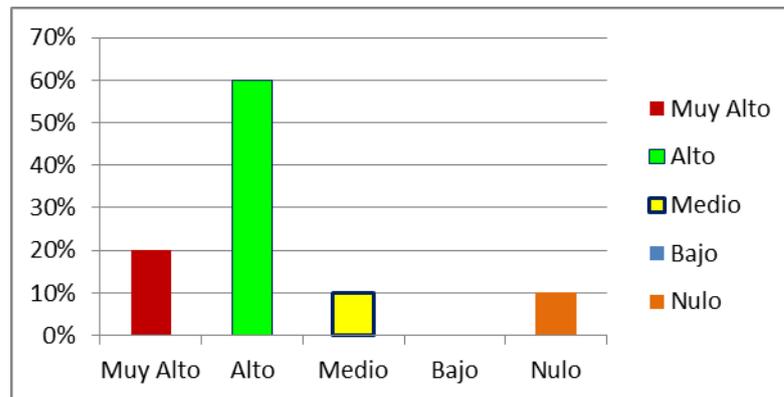
CUADRO 03

03.- ¿Usted cómo calificaría en general el talento que tienen los trabajadores en la empresa?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	2	20%
Alto	6	60%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 03



Análisis: En el Grafico 04 se observa que el talento el cual tiene un nivel Alto del 60%, el cual demuestra un nivel de eficiencia.

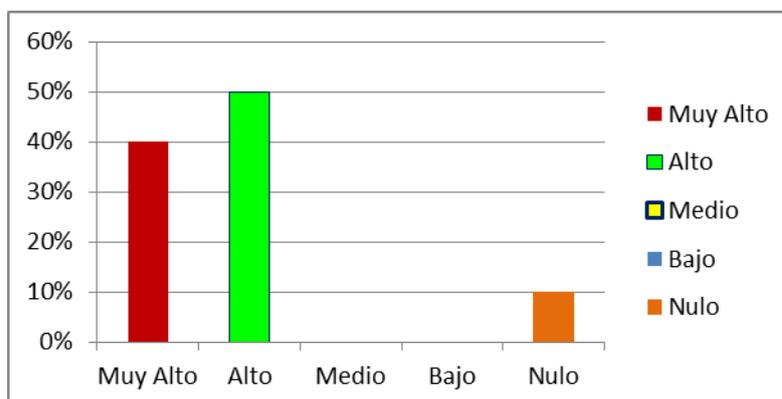
CUADRO 04

04.- Cómo calificaría usted a la empresa si está comprometido con satisfacer plenamente a los clientes?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	4	40%
Alto	5	50%
Medio	0	0%
Bajo	0	0%
Nulo	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 04



Análisis: En el Grafico 04 se observa que el compromiso que tiene los trabajadores dentro de la empresa tiene un nivel Alto del 50%, el cual demuestra un nivel de desempeño bueno y efectivo.

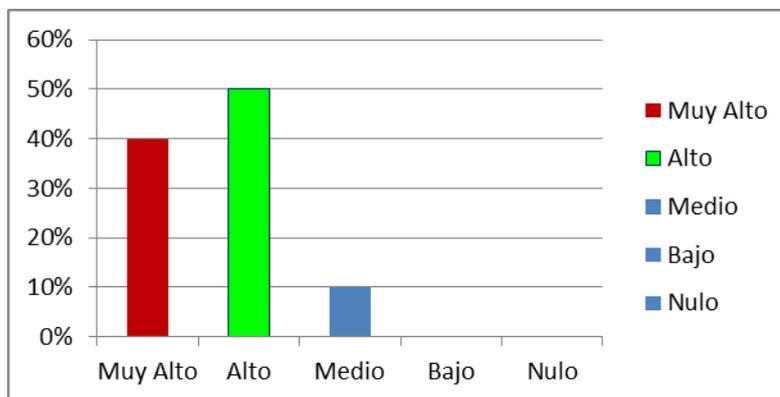
CUADRO 05

05.- ¿Innovar ayudar al desarrollo en el rendimiento en la MyPe?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	4	40%
Alto	5	50%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 05



Análisis: En el Grafico 05 se observa que innovar ayuda en el rendimiento a la empresa, el cual tiene un nivel Alto del 50%, por otro lado un nivel Muy Alto del 40%, el cual demuestra un nivel de innovación excelente, el cual favorece en la rentabilidad en la MyPe.

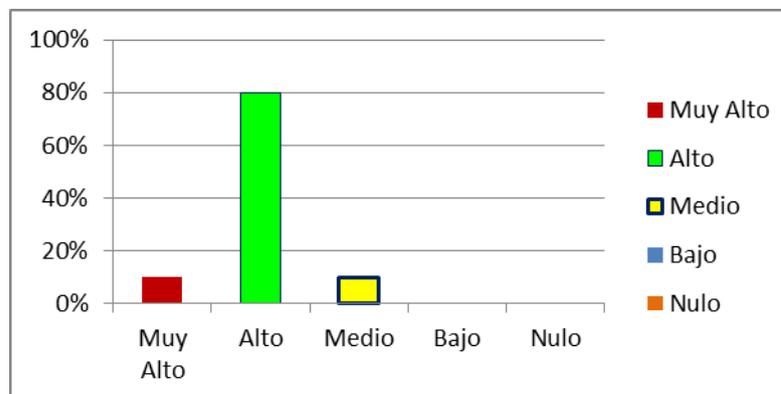
CUADRO 06

06.- ¿Cómo calificarías los productos nuevos ofertados?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	1	10%
Alto	8	80%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 06



Análisis: En el Grafico 06 se observa que los productos nuevos tiene un nivel Alto del 80%, el cual demuestra que sus productos son aceptados en los clientes y hacia personas que vienen desde afuera para poder degustar de sus potajes, esto demuestra que los platos en el distrito de san Jacinto son muy buenos en nuestra región.

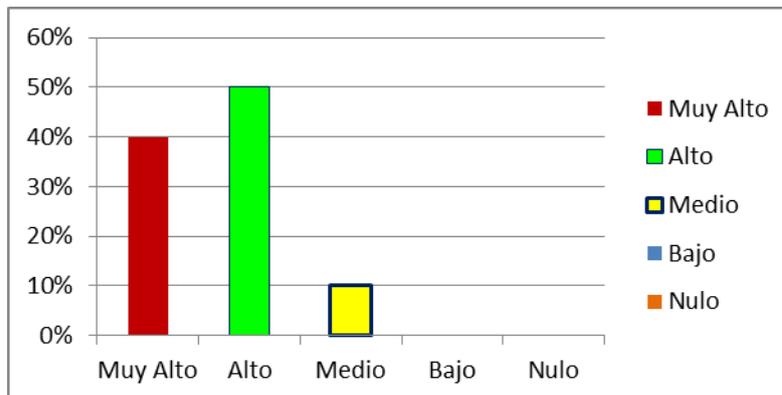
CUADRO 07

07.- ¿Cómo calificaría la aceptación de los precios de los productos ofertados?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	4	40%
Alto	5	50%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 07



Análisis: En el Grafico 07 se observa que la aceptación de los precios en productos tiene un nivel Alto del 50% y un nivel Muy Alto del 40%, el cual demuestra que los precios son margen importante hacia la clientela, esto fortalece en poder generar rentabilidad y crecimiento en la MyPe.

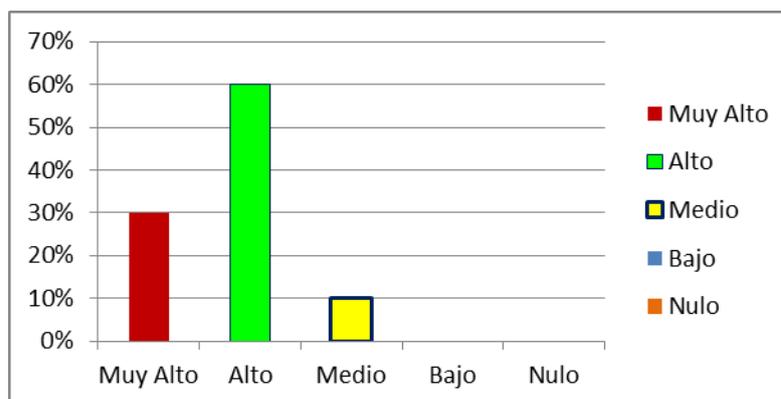
CUADRO 08

08.- ¿Cómo calificaría la aceptación de la calidad de los productos ofertados?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	3	30%
Alto	6	60%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 08



Análisis: En el Grafico 08 se observa que la aceptación de la calidad de los productos ofertados tiene un índice Alto del 60%, el cual demuestra un nivel de producción factible a las necesidades del cliente, donde se prioriza que la calidad es un ente favorable para la buena imagen del negocio.

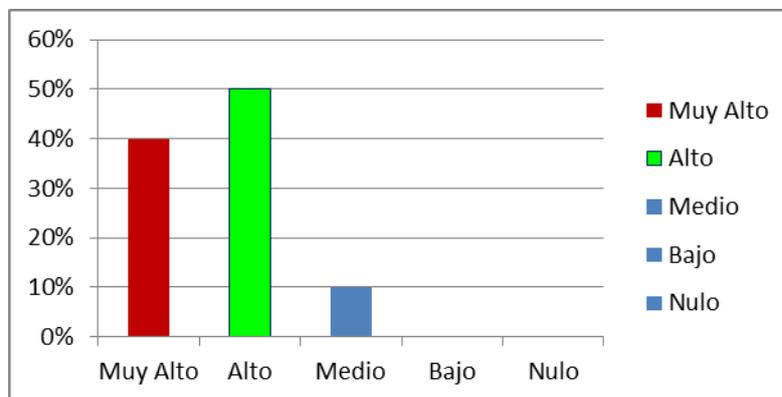
CUADRO 09

09.- ¿Cómo calificaría la rapidez de la atención recibida?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	4	40%
Alto	5	50%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 09



Análisis: En el Grafico 09 se observa que la rapidez de atención recibida, tiene un nivel Alto del 50%, el cual demuestra un nivel de desempeño eficiente y favorable hacia los clientes.

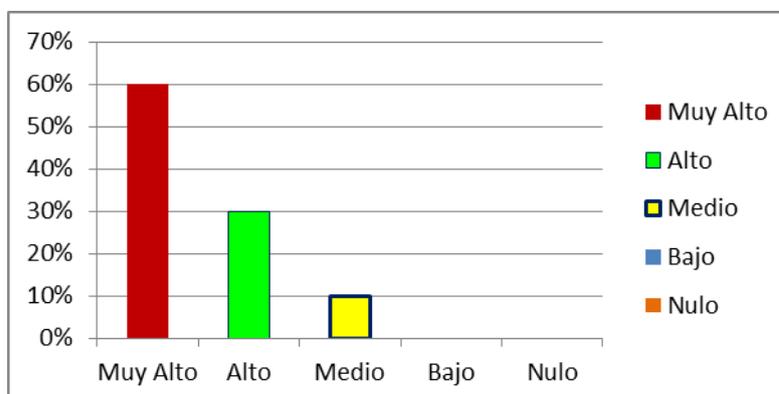
CUADRO 10

10.- ¿Cómo calificaría la amabilidad de la atención recibida?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	6	60%
Alto	3	30%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 10



Análisis: En el Grafico 10 se observa que la Amabilidad de Atención Recibida tiene un nivel Muy Alto del 60%, el cual demuestra un nivel de desempeño eficiente de sus trabajadores.

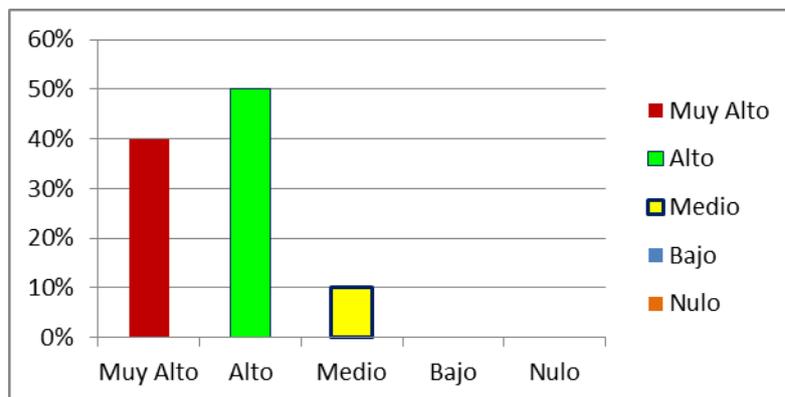
CUADRO 11

11.- ¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto al uso de la tecnología en sus procesos productivos?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	4	40%
Alto	5	50%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 11



Análisis: En el Grafico 11 se observa que el uso de las tecnologías tiene un nivel Alto del 50%, por consiguiente un nivel Muy Alto del 40%, el cual demuestra un nivel tecnológico moderno, para así poder realizar sus procesos de la mejor manera y que su clientela sea satisfecha, actualmente la tecnología en los negocios deben ser continuas, ya que esto ayuda al crecimiento de las mismas.

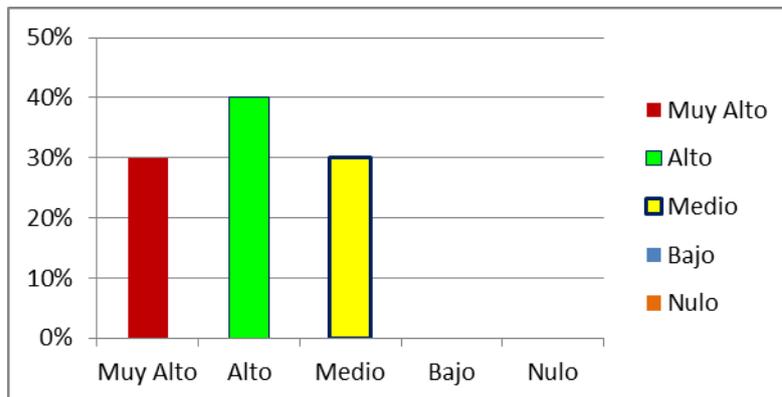
CUADRO 12

12.- ¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto si realiza estudios de lo que hace la competencia (sus productos, sus precios, sus ofertas)

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	3	30%
Alto	4	40%
Medio	3	30%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 12



Análisis: En el Grafico 12 se observa que estudio en sus competencias tiene un nivel Alto del 40%, de tal que un nivel Muy Alto del 30%, el cual demuestra un nivel adecuado en el ámbito de la competencia, ya que la competencia es lo notable dentro de un sector específico ya que esto permite tomar decisiones de mejora en su entorno y enfocarse en dar lo mejor para su buena imagen.

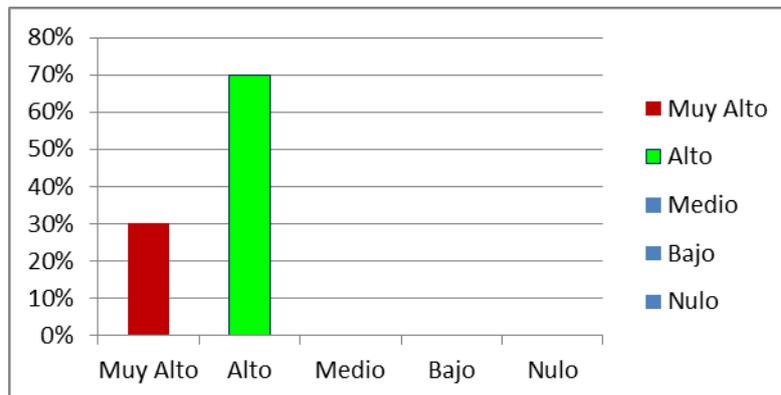
CUADRO 13

13.- ¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto a la introducción de nuevos productos y servicios ofertados a los clientes?

Item o Categoría	Frecuencia (fi)	Porcentaje (Hi)
Muy Alto	3	30%
Alto	7	70%
Medio	0	0%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 13



Análisis: En el Grafico 13 se observa que con respecto a la introducción de nuevos productos y servicios ofertados a los clientes tiene un nivel Alto del 70%, y un nivel Muy alto del 30%, el cual demuestra un nivel prioritario para la empresa y poder generar ingresos a la Mype, en poder ofrecer sus productos novedosos y brindar una cualidad ofertada.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1. ANALISIS DE RESULTADOS DE LA VARIABLE RENTABILIDAD:

El Promedio del **ROE** de las MyPes asciende a 3.96

El Promedio **ROE** más bajo asciende a 0.84

El Promedio **ROE** más alto asciende a 5.71

- **MyPe 01:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **4.84**.
- **MyPe 02:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **4.08**.
- **MyPe 03:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **4.41**.

- **MyPe 04:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **0.84**.

- **MyPe 05:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **3.11**.

- **MyPe 06:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **5.71**.

- **MyPe 07:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **8.13**.

- **MyPe 08:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **3.27**.

- **MyPe 09:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **2.98**.
- **MyPe 10:** Con respecto a los Resultados de la MyPe Encuestada Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Rubro Restaurantes del Distrito de San Jacinto, 2017, tiene un índice de ROE de **2.32**

5.2.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD:

- ✚ Análisis: En el Grafico 01 se observa que la Cultura Organizacional tiene un nivel Alto del **90%**, el cual demuestra un nivel de desempeño eficiente, donde se aplican valores notables dentro de su labor, el cual ayuda ser notables en el lugar donde se encuentran.
- ✚ Análisis: En el Grafico 02 se observa que la experiencia que tienen los trabajadores tiene un nivel Alto del **50%**, el cual demuestra un nivel adecuado para brindar atención a los clientes que visitan el restaurant, el cual indica que tienen que tener más predicción a su experiencia ya que esto en realidad puede dar de hablar al imagen de la MyPe.

- ✚ Análisis: En el Grafico 04 se observa que el talento el cual tiene un nivel Alto del **60%**, el cual demuestra un nivel de eficiencia.

- ✚ Análisis: En el Grafico 04 se observa que el compromiso que tiene los trabajadores dentro de la empresa tiene un nivel Alto del **50%**, el cual demuestra un nivel de desempeño bueno y efectivo.

- ✚ Análisis: En el Grafico 05 se observa que innovar ayuda en el rendimiento a la empresa, el cual tiene un nivel Alto del **50%**, por otro lado un nivel Muy Alto del **40%**, el cual demuestra un nivel de innovación excelente, el cual favorece en la rentabilidad en la MyPe.

- ✚ Análisis: En el Grafico 06 se observa que los productos nuevos tiene un nivel Alto del **80%**, el cual demuestra que sus productos son aceptados en los clientes y hacia personas que vienen desde afuera para poder degustar de sus potajes, esto demuestra que los platos en el distrito de san Jacinto son muy buenos en nuestra región.

- ✚ Análisis: En el Grafico 07 se observa que la aceptación de los precios en productos tiene un nivel Alto del **50%** y un nivel Muy Alto del **40%**, el cual demuestra que los

precios son margen importante hacia la clientela, esto fortalece en poder generar rentabilidad y crecimiento en la MyPe.

✚ Análisis: En el Grafico 08 se observa que la aceptación de la calidad de los productos ofertados tiene un índice Alto del **60%**, el cual demuestra un nivel de producción factible a las necesidades del cliente, donde se prioriza que la calidad es un ente favorable para la buena imagen del negocio.

✚ Análisis: En el Grafico 09 se observa que la rapidez de atención recibida, tiene un nivel Alto del **50%**, el cual demuestra un nivel de desempeño eficiente y favorable hacia los clientes.

✚ Análisis: En el Grafico 10 se observa que la Amabilidad de Atención Recibida tiene un nivel Muy Alto del **60%**, el cual demuestra un nivel de desempeño eficiente de sus trabajadores.

✚ Análisis: En el Grafico 11 se observa que el uso de las tecnologías tiene un nivel Alto del **50%**, por consiguiente un nivel Muy Alto del **40%**, el cual demuestra un nivel tecnológico moderno, para así poder realizar sus procesos

de la mejor manera y que su clientela sea satisfecha, actualmente la tecnología en los negocios deben ser continuas, ya que esto ayuda al crecimiento de las mismas.

✚ Análisis: En el Grafico 12 se observa que estudio en sus competencias tiene un nivel Alto del **40%**, de tal que un nivel Muy Alto del **30%**, el cual demuestra un nivel adecuado en el ámbito de la competencia, ya que la competencia es lo notable dentro de un sector específico ya que esto permite tomar decisiones de mejora en su entorno y enfocarse en dar lo mejor para su buena imagen.

✚ Análisis: En el Grafico 13 se observa que con respecto a la introducción de nuevos productos y servicios ofertados a los clientes tiene un nivel Alto del **70%**, y un nivel Muy alto del **30%**, el cual demuestra un nivel prioritario para la empresa y poder generar ingresos a la Mype, en poder ofrecer sus productos novedosos y brindar una calidad ofertada.

VI. CONCLUSIONES

Rentabilidad : El Nivel de Rentabilidad de las MyPes Encuestadas del Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Distrito de San Jacinto, asciende al promedio **3.9687**.

Competitividad : El Nivel de Competitividad de las MyPes Encuestadas del Rubro Restaurante del Sector Servicio en el Distrito de San Jacinto, el cual indica que las empresas enfocadas a brindar servicio en comidas, donde mayormente son rentables y competitivas ante las demás, los niveles de la encuesta son favorables y esto demuestra que su rendimiento es óptimo, y precisamente se relacionan mucho con respecto a la rentabilidad, ya que esto da resultado que la MyPe sea Rentable, y ayuda al crecimiento de sus actividades y así mismo a que su clientela este siempre muy cerca de ellos, el cual le permite el desarrollo de sus objetivos.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS:

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Reinerio Zacarías Centurión Medina (2013), Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa (2013). Contenido en: <https://es.scribd.com/document/348072760/Dialnet-GestionDeCalidadFormalizacionCompetitividadFinanci-5127577-pdf>

Javier Oscar Del Carmen Vargas De La Barrera (2016) Caracterización De La Rentabilidad Y Competitividad De Las Mype Del Rubro Moto Repuestos De La Urbanización San Ramón, Calle Salaverry - Piura: 2015. Contenido en: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/946/RENTABILIDAD_COMPETITIVIDAD_VARGAS_DE_LA_BARRERA_JAVIER_OSCAR_DEL_CAR MEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carlos Eduardo Benites Guevara (2015) Caracterización De La Rentabilidad Y Competitividad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Rubro De Ferreterías De La Av. Grau Sector Oeste - Piura: 2015
Contenido en: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/956/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_BENITES_GUEVARA_CARLOS_EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bach. Favio Edson Gutiérrez Apaza (2015), factores que influyen en la rentabilidad de las microempresas de confección textil: puno – 2014. Contenido en: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/unap/2525/gutierrez_apaza_favio_edson.pdf?sequence=1&isallowed=y

Kelly Ríos Sánchez (2014), Gestión De Procesos y Rentabilidad en las Empresas De Courieren Lima Metropolitana, 2012-2013. Contenido en: <https://es.scribd.com/document/347101997/rios-sk-pdf>

Jasmine Gonzales Luquillas (2014), Gestión Empresarial y Competitividad en las Mypes del Sector Textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el Distrito de la Victoria - año 2013. Contenido en: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf

Daniel Moreno (2018), indica sobre el concepto de Rentabilidad. Contenido en: <https://www.finanzasparamortales.es/que-es-la-rentabilidad/>

América Ivonne Zamora Torres, manifiesta sobre concepto de Rentabilidad, Contenido en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

Alberto Arozena (2010), indica en su manifestación sobre la importancia de la rentabilidad, Contenido en: <http://intelligentbiz.blogspot.com/2010/07/la-importancia-de-la-rentabilidad.html>

Según Daniel Moreno (2018), determina sobre Rentabilidad en las finanzas, Contenido en: <https://www.finanzasparamortales.es/que-es-la-rentabilidad/>

Josefina Rodríguez, Nay Martínez, en su publicación señala 09 factores fundamentales que tienen influencia en la rentabilidad, Contenido en: <https://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras2.shtml>

José Manuel González – Páramo (2016), determina que es la rentabilidad ajustada en principios, Contenido en: <https://www.bbva.com/es/la-rentabilidad-ajustada-principios/>

Francisco Lehmann Niklison (2011), menciona sobre 3 formas para medir y mejorar la rentabilidad, Contenido en: <https://www.gestiopolis.com/3-formas-medir-mejorar-rentabilidad/>

Michael Porter (2016), menciona sobre ¿qué es la competitividad? y los factores que determinan la competitividad
Contenido en: <https://www.webyempresas.com/la-competitividad-segun-michael-porter/>

Oliver García Ramírez (2015), indica sobre la importancia que tiene la competitividad en las entidades empresariales. Contenido en: <http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>

Albert Bir (2016), señala ¿Qué factores determinan la competitividad? y que es lo que le permite a una empresa ser competitiva. Contenido en: <https://noticias.infocif.es/noticia/que-factores-determinan-la-competitividad>

Francisco Gimenez Plano, establece que existen 07 factores de competitividad hacia las empresas. Contenido en: <http://empresacompetitiva.ibercaja.es/articulos/articulo/7-factores-de-competitividad-de--las-empresas.aspx>

American Express (2015), aclara como se mide la competitividad de una empresa
Contenido en: <https://www.amexempresas.com/libertadparatunegocio/como-medir-la-competitividad-de-una-empresa/>

Universidad Icesi, relaciona que es la competitividad en una entidad empresarias y que bases tiene. Contenido en: <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2009/02/10/competitividad-en-las-empresas/>

ANEXOS

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro 7: Cronograma de Actividades

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote																
Cronograma de actividades - Diagrama de Gantt																
Actividad	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Proceso de inscripción e inducción	■															
Introducción		■														
Elaboración del proyecto de Investigación			■	■												
Desarrollo del proyecto					■											
Metodología						■	■									
Revisión, evaluación y Aprobación del Proyecto de Investigación								■								
Subir el proyecto									■							
Análisis e interpretación de datos										■	■					
Análisis e interpretación de datos											■	■				
Elaboración de resultados												■	■			
Revisión preliminar de informe													■			
Presentación de informe final														■		
Pre Banca															■	
Sustentación de tesis																■

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Cuadro 8: Presupuesto de la Organización

PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total
MATERIAL DE OFICINA				
Papelería	Millar	2	31.00	62.00
Cargador de Tinta	Unidad	1	40.00	40.00
Repuestos de tinta	Unidad	9	12.00	108.00
Unidad externa	Unidad	1	290.00	290.00
Cuaderno	Unidad	1	5.00	5.00
Sub total (a)				505.00
SERVICIOS				
Espiralado	Unidad	5	9.00	45.00
Servicio en línea	Hora	35	1.00	35.00
Movilidad	Día	15	7.00	105.00
Empastado	Unidad	3	60.00	180.00
Sub total (b)				365.00
TALLER DE TESIS				
Matrícula	Acción	1	150.00	150.00
Taller de inv.	Taller	1	1500.00	1500.00
Sub total ©				1650.00
TOTAL				2520.00

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 03: ENCUESTA

Estimado Joven, Sr (ra), asertivamente estoy en la ejecución de un estudio de investigación para poder análisis a mi trabajo de Taller de Investigación, titulado **CARACTERIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO EN EL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE SAN JACINTO, 2017**, su aportación es para mí necesaria y de mucho valor, le pido francamente responder a las preguntas formuladas, que cooperan a la obtención cuantitativa de los resultados.

VARIABLE RENTABILIDAD

Dimensión: RENTABILIDAD

MARCAR CON UNA (X) LA RESPUESTA SEGÚN SU CRITERIO Y CON LOS SIGUIENTES PARAMETROS:

01.- ¿Usted tiene ventas diariamente y cuantas unidades vende como mínimo?

SI () Cuánto: _____ NO ()

02.- ¿Usted tiene ventas diariamente y cuantas unidades vende como máximo?

SI () Cuánto: _____ NO ()

03.- ¿Sus Ventas son Variables,Cuál es El Precio del Producto que más Vende?

SI () Cuánto: _____ NO ()

04.- ¿Usted cuenta con un producto bandera, a cuánto asciende el precio del producto más vendido?

SI () Cuánto: _____ NO ()

05.- ¿Usted cuenta con empleados y cuantos tiene actualmente?

SI () Cuánto: _____ NO ()

06.- ¿Su Negocio o empresa está a base del decreto de las remuneraciones, A cuánto les paga el sueldo mínimo?

SI () Cuánto: _____ NO ()

07.- ¿Tiene empleados de acuerdo a ley, A cuánto les pagas más del sueldo mínimo?

SI () Cuánto: _____ NO ()

08.- ¿Su empresa cuanta con servicios básicos principales, A cuánto asciende el pago de cada servicio en promedio mensual?

SI () Cuánto: _____ NO ()

Electricidad: _____

Agua: _____

Alquiler: _____

Cable: _____

Teléfono: _____

09.- ¿Usted cuenta con Capital Propio, con cuánto de efectivo cuenta usted, para cubrir sus gastos al mes?

SI () Cuánto: _____ NO ()

10.- ¿Cuenta Diariamente con Mercaderías, Cuánto tiene invertido en mercadería y/o materia prima, actualmente?

SI () Cuánto: _____ NO ()

11.- ¿Cuánto tiene invertido en terreno?

SI () Cuánto: _____ NO ()

12.- ¿Cuánto tiene invertido en equipos?

SI () Cuánto: _____ NO ()

13.- ¿Cuánto tiene invertido en edificios?

SI () Cuánto: _____ NO ()

14.- ¿Tiene deudas con proveedores?

SI () Cuánto: _____ NO ()

15.- ¿Tiene deudas a entidades financieras?

SI () Cuánto: _____ NO ()

VARIABLE COMPETITIVIDAD

Dimensión: COMPETITIVIDAD

MARCAR CON UNA (X) LA RESPUESTA SEGÚN SU CRITERIO Y CON LOS SIGUIENTES PARAMETROS:

Muy alto (5) Medio (3) Nulo (1)

Alto (4) Bajo (2)

01.- ¿Usted percibe que la cultura organizacional (Costumbres, Normas, Relaciones entre las Personas) le ayudan en el desempeño de su labor?

Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()

02.- ¿Usted cómo calificaría en general la experiencia que tienen los trabajadores de esta empresa?

Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()

03.- ¿Usted cómo calificaría en general el talento que tienen los trabajadores en la empresa?

Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()

04.- Cómo calificaría usted a la empresa si está comprometido con satisfacer plenamente a los clientes?

Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()

05.- ¿Innovar ayudar al desarrollo en el rendimiento en la MyPe?

Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()

- 06.- ¿Cómo calificarías los productos nuevos ofertados?
Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()
- 07.- ¿Cómo calificaría la aceptación de los precios de los productos ofertados?
Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()
- 08.- ¿Cómo calificaría la aceptación de la calidad de los productos ofertados?
Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()
- 09.- ¿Cómo calificaría la rapidez de la atención recibida?
Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()
- 10.- ¿Cómo calificaría la amabilidad de la atención recibida?
Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()
- 11.- ¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto al uso de la tecnología en sus procesos productivos?
Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()
- 12.- ¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto si realiza estudios de lo que hace la competencia (sus productos, sus precios, sus ofertas)
Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()
- 13.- ¿Cómo calificaría usted a la empresa con respecto a la introducción de nuevos productos y servicios ofertados a los clientes?
Muy alto () Alto () Medio () Bajo () Nulo ()

**FOTOS DEMOSTRATIVAS REALIZANDO LA ENCUESTA A LOS
PROPIETARIOS Y EMPLEADOS DE LOS RESTAURANTES**







