



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES DEL DISTRITO DE
SAN JUAN DE LURIGANCHO, AÑO 2019

Línea de investigación:

Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de Doctor en Administración

Autor:

Velasco Taipe, Marco Antonio

Asesor:

Ambrosio Reyes, Jorge Luis
(ORCID: 0000-0001-7073-2555)

Jurado:

Reyna Davila, Silvia
Bédon Soria, Ysabel Teófila
Pacheco Trucios, Teófilo Fortunato

Lima - Perú

2022

Referencia:

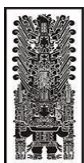
Velasco, M. (2022). *Competitividad en la productividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/6247>



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada (CC BY-NC-ND)

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede generar obras derivadas ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES DEL DISTRITO DE
SAN JUAN DE LURIGANCHO, AÑO 2019

Línea de Investigación:

Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Administración

Autor

Velasco Taipe, Marco Antonio

Asesor

Ambrosio Reyes, Jorge Luis

(ORCID: 0000-0001-7073-2555)

Jurado

Reyna Davila, Silvia

Bédon Soria, Ysabel Teófila

Pacheco Trucios, Teófilo Fortunato

Lima – Perú

2022

DEDICATORIA

Agradezco a Dios y a mi familia por el apoyo recibido en lograr este propósito, lo cual me permite dar un paso más en mi vida profesional.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
ÍNDICE	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE ANEXOS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Planteamiento del Problema.....	13
1.2. Descripción del problema.....	16
1.3. Formulación de problema.....	19
1.3.1. Problema General.....	19
1.3.2. Problemas Específicos	19
1.4. Antecedentes	19
1.5. Justificación de la investigación.....	23
1.5.1. Justificación metodológica.....	23
1.5.2. Justificación teórica	23
1.5.3. Justificación práctica.....	23
1.5.4. Importancia de la investigación	23
1.6. Limitaciones de la investigación	24
1.7. Objetivos	24
1.7.1. Objetivo general.....	24
1.7.2. Objetivos específicos	24
1.8. Hipótesis.....	25
1.8.1. Hipótesis general.....	25
1.8.2. Hipótesis específicas	25
II. MARCO TEÓRICO	26
2.1. Marco conceptual	26
2.1.1. Competitividad.....	26
2.1.2. Aspectos de la competitividad	28
2.1.3. Dimensiones de la variable competitividad	29
2.1.3.1. Primera dimensión: Innovación	29
2.1.3.2. Segunda dimensión: Tecnología	29
2.1.3.3. Tercera dimensión: Flexibilidad productiva	30
2.1.3.4. Cuarta dimensión: Agilidad comercial	31
2.1.4. Enfoque teórico de la variable competitividad	32
2.1.4.1. Teoría del nuevo comercio.....	32

2.1.4.2. Teoría de Michael Porter.	32
2.1.4.3. Teoría de la contingencia	32
2.2.1. Productividad	32
2.2.2. Factores intervinientes en la Productividad	34
2.2.2.1 Factor interno	34
A. El trabajador	34
B. Equipos.	34
2.2.2.2 Factor externo	34
A. Económicos	35
B. Tecnología	35
C. Jurídicos.....	35
D. Competitivos	35
2.2.3. Dimensiones de la variable productividad.....	35
2.2.3.1. Primera dimensión: Efectividad.....	35
2.2.3.2. Segunda dimensión: Eficiencia.....	36
2.2.3.3. Tercera dimensión: Eficacia	36
2.2.4. Enfoque teórico de la variable productividad	37
2.2.4.1. Teoría de Kast y Rosenzweig	37
2.2.4.2. Teoría socio técnico de Tavistock.....	37
2.2.4.3. Teoría política	37
2.2.4.4. Teoría de la productividad según Stephen P. Robbins	38
III. MÉTODO	39
3.1. Tipo de investigación	39
3.2. Población y muestra	39
3.2.1. Población.....	39
3.2.2. Muestra	42
3.2.3. Muestreo	44
3.3. Operacionalización de variables.....	44
3.3.1. Definición de competitividad	44
3.3.2. Definición conceptual de productividad.....	45
3.4. Instrumentos	46
3.5. Procedimientos	46
3.6. Análisis de datos.....	46
3.7. Consideraciones éticas	47
IV. RESULTADOS.....	48
4.1. Prueba de confiabilidad	48
4.2. Tabla grafica de interpretación.....	50

4.3.	Prueba de normalidad.....	78
4.4.	Rho de Spearman	79
4.5.	Hipótesis General	80
4.5.1.	Hipótesis Específica 1	81
4.5.2.	Hipótesis Específica 2.....	82
4.5.3.	Hipótesis Específica 3.....	83
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	84
VI.	CONCLUSIONES	86
VII.	RECOMENDACIONES.....	87
VIII.	REFERENCIAS.....	88
IX.	ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de la población de estudio del distrito de San Juan de Lurigancho	40
Tabla 2 Detalle de fórmula para calcular la muestra	43
Tabla 3 Cálculo de la muestra.....	44
Tabla 4 Operacionalización de la variable independiente: Competitividad	45
Tabla 5 Operacionalización de la variable dependiente: Productividad.....	45
Tabla 6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
Tabla 7 Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach	48
Tabla 8 Instrumentos validados para realizar el Alfa de Cronbach	48
Tabla 9 Resultados de Alfa de Cronbach.....	49
Tabla 10 Mejoras de marketing relacionado al desarrollo de nuevas herramientas	50
Tabla 11 Tareas de investigación y desarrollo.....	51
Tabla 12 Las actividades que realiza	52
Tabla 13 Distribución adecuada de productos	53
Tabla 14 La atención y distribución.....	54
Tabla 15 Redes sociales	55
Tabla 16 Uso adecuadamente y oportunamente de las redes sociales	56
Tabla 17 Trabajo rápido y eficiente	57
Tabla 18 Ayuda de software de nuevas generaciones.....	58
Tabla 19 El portal virtual de su negocio	59
Tabla 20 Ideas vinculadas a satisfacer las nuevas necesidades de los clientes.....	60
Tabla 21 Diseñan y coordinan estrategias empresariales.....	61
Tabla 22 Estudios de mercado	62
Tabla 23 El apoyo de la municipalidad hacia las Mypes	63
Tabla 24 Estudios y encuestas sobre el nivel de competitividad	64
Tabla 25 Las necesidades de los clientes	65
Tabla 26 Actividades productivas a mediano plazo.....	66
Tabla 27 Estrategias para dar una respuesta inmediata.....	67
Tabla 28 Se brinda una adecuada atención a los clientes	68
Tabla 29 Mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio	69
Tabla 30 Los objetivos planteados.....	70
Tabla 31 Falta de recursos logísticos	71
Tabla 32 Mejorar la calidad laboral	72
Tabla 33 La finalidad de lograr los objetivos	73
Tabla 34 Objetivos logrados por la planificación	74
Tabla 35 El mayor esfuerzo posible.....	75
Tabla 36 La presión adecuada para lograr los objetivos.....	76

Tabla 37 El trabajo está adecuadamente organizado	77
Tabla 38 Resultados de la prueba de normalidad	78
Tabla 39 Interpretación de resultados del Rho de Pearson	79
Tabla 40 Resultado de la correlación entre la variable 1 y la variable 2	80
Tabla 41 Resultado de la correlación entre la dimensión 1, V2, con la variable 1	81
Tabla 42 Resultado de la correlación entre la dimensión 2, V2, con la variable 1	82
Tabla 43 Resultado de la correlación entre la dimensión 3, V2, con la variable 1	83
Tabla 44 Expertos durante la evaluación de los instrumentos de la variable competitividad .	94
Tabla 45 Expertos durante la evaluación de los instrumentos de la variable productividad ...	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Proceso cíclico de la globalización.....	18
Figura 2 Fórmula para calcular la muestra.....	43
Figura 3 Mejoras de marketing relacionado al desarrollo de nuevas herramientas	50
Figura 4 Tareas de investigación y desarrollo	51
Figura 5 Las actividades que realiza.....	52
Figura 6 Distribución adecuada de productos.....	53
Figura 7 La atención y distribución	54
Figura 8 Redes sociales.....	55
Figura 9 Uso adecuadamente y oportunamente de las redes sociales.....	56
Figura 10 Trabajo rápido y eficiente.....	57
Figura 11 Ayuda de software de nuevas generaciones	58
Figura 12 El portal virtual de su negocio	59
Figura 13 Ideas vinculadas a satisfacer las nuevas necesidades de los clientes.....	60
Figura 14 Diseñan y coordinan estrategias empresariales	61
Figura 15 Estudios de mercado.....	62
Figura 16 El apoyo de la municipalidad hacia las Mypes.....	63
Figura 17 Estudios y encuestas sobre el nivel de competitividad.....	64
Figura 18 Las necesidades de los clientes.....	65
Figura 19 Actividades productivas a mediano plazo	66
Figura 20 Estrategias para dar una respuesta inmediata	67
Figura 21 Se brinda una adecuada atención a los clientes	68
Figura 22 Mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio.....	69
Figura 23 Los objetivos planteados	70
Figura 24 Falta de recursos logísticos.....	71
Figura 25 Mejorar la calidad laboral.....	72
Figura 26 La finalidad de lograr los objetivos	73
Figura 27 Objetivos logrados por la planificación.....	74
Figura 28 El mayor esfuerzo posible	75
Figura 29 La presión adecuada para lograr los objetivos.....	76
Figura 30 El trabajo está adecuadamente organizado.....	77
Figura 31 Resultado de la correlación entre la variable 1 y la variable 2	80
Figura 32 Resultado de la correlación entre la dimensión 1, V2, con la variable 1.....	81
Figura 33 Resultado de la correlación entre la dimensión 2, V2, con la variable 1.....	82
Figura 34 Resultado de la correlación entre la dimensión 3, V2, con la variable 1.....	83

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A Matriz de consistencia.....	93
ANEXO B Validación y confiabilidad de instrumentos.....	94
ANEXO C Validación de instrumentos por los expertos	95
ANEXO D Cuestionario de las variables.....	98

RESUMEN

El estudio denominado “Competitividad en la Productividad de las Mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019” tiene como objetivo vincular las dos variables dentro del entorno del estudio materia de comentario. El empleo de la diversidad de las teorías aplicadas es decisivo para la variable competitividad, mencionando a las dimensiones: innovación, tecnología, flexibilidad productiva y agilidad comercial, y con relación a la variable productividad empleamos las dimensiones: efectividad, eficiencia y eficacia. La investigación es de tipo aplicada y descriptiva, haciendo uso de un diseño de naturaleza no experimental, cuya índole viene a ser correlacional de forma transversal. La investigación se realizó con una población de 77 organizaciones, haciendo uso de una muestra de 44, el mismo que dio lugar a aplicar los datos estadísticos de la muestra. Con respecto a la recolección de datos el investigador empleó y utilizó la técnica de la denominada encuesta, en cuanto al instrumento se usó el cuestionario. En cuanto al objetivo general, se demostró que, si guarda una estrecha relación entre la competitividad y la productividad, notándose con un nivel de correlación de naturaleza positiva muy baja. Por ello, afirmo que esta interpretación luego de la observación debida sobre el resultado obtenido por la prueba de Spearman fue de 0,169 con cierto nivel de significancia de 0,284, esto quiere decir que fue menor a 0,05, aceptándose el contenido de la hipótesis general.

Palabras clave: competitividad, productividad, mypes.

ABSTRACT

The objective of the study called "Competitiveness in the Productivity of the MSEs of the district of San Juan de Lurigancho, year 2019" aims to link the two variables within the study environment matter of comment. The use of the diversity of applied theories is decisive for the competitiveness variable, mentioning the dimensions: innovation, technology, productive flexibility and commercial agility, and in relation to the productivity variable we use the dimensions: effectiveness, efficiency and efficacy. The research is of an applied and descriptive type, making use of a design of a non-experimental nature, whose nature becomes cross-correlational. The research was carried out with a population of 77 organizations, making use of a sample of 44, which resulted in applying the statistical data of the sample. Regarding data collection, the researcher used and used the technique of the so-called survey, as for the instrument, the questionnaire was used. Regarding the general objective, it was shown that, if it maintains a close relationship between competitiveness and productivity, being noted with a very low level of positive correlation. Therefore, I affirm that this interpretation after due observation on the result obtained by the Spearman test was 0.169 with a certain level of significance of 0.284, this means that it was less than 0.05, accepting the content of the general hypothesis.

Keywords: competitiveness, productivity, mypes.

I. INTRODUCCIÓN

La Tesis denominada “COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, AÑO 2019”; es un aporte académico profesional, basado en la experticia permitiendo identificar el problema en las medianas y pequeñas empresas del distrito, organizaciones familiares que hoy en día carecen de una productividad eficiente, no permitiendo en muchos de los casos la presencia en el mercado distrital, regional, nacional e internacional.

El investigador tiene como objetivo general en la presente investigación, demostrar que las decisiones recaídas en la competitividad, está permitiría elevar el nivel de productividad de las micros y de las pequeñas organizaciones ubicadas en el distrito de San Juan de Lurigancho.

El presente estudio de investigación se ha determinado que en un promedio del 89% de los encuestados, estos aceptan que la competitividad incide en la productividad de las denominadas mypes, esto quiere decir que influye en un grado estadísticamente razonable en la toma de decisiones por parte de los ejecutivos de la micro y pequeña empresa del distrito de San Juan de Lurigancho.

En ese sentido, consideramos que, frente al problema sobre las decisiones en la micro y pequeñas organizaciones, es factible y viable la solución mediante la obtención, valoración y desarrollo en la aplicación eficiente de la competitividad en la productividad de los negocios familiares de San Juan de Lurigancho.

La competitividad viene a ser la aptitud, habilidad, destreza y actitud que es encaminada por una buena toma de decisiones, con el fin de cumplir con logros inherente a las metas, basándose éstas en estrategias, tácticas y acciones empresariales; así también resaltamos también en el control de los objetivos planteados, el uso óptimo de los recursos, cumplimiento de obligaciones y la producción de alternativas en las micro y pequeñas organizaciones del distrito.

Competitividad puede ser tipo general como de tipo específico; en la micro y pequeñas organizaciones de San Juan de Lurigancho, la competitividad guarda estrecha relación con la productividad, derivados de las innovaciones, el uso adecuado de la tecnología, flexibilidad productiva, y sobre todo de la eficiencia y la agilidad comercial.

De acuerdo a dicha premisa, el enfoque de la competitividad con la productividad de la micro y pequeñas empresas de San Juan de Lurigancho, esta se desarrolla y prioriza a nivel estratégico y operativo de la organización empresarial, basado está en el mercado, los clientes, los consumidores, puntos primordiales de toda empresa para su éxito óptimo.

La competitividad en la productividad en la micro y pequeñas empresas, es un tema imperativo en la toma de decisiones empresariales; consecuentemente, se pueden tomar decisiones operativas relacionadas con la productividad, decisiones financieras, decisiones económicas, decisiones de logística, decisiones administrativas, decisiones comerciales y de marketing y otras necesarias en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas de San Juan de Lurigancho.

1.1. Planteamiento del Problema

La investigación denominada: **“COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO AÑO 2019”**, se identificó el problema cuyo efecto se basa la presente investigación, por la ineficiente toma de decisiones en el manejo y organización en las mypes de San Juan de Lurigancho. Siendo, que dichas decisiones han incidido notoriamente en los niveles operativos, tácticas y estratégicas a nivel organizacional.

Es menester, señalar de forma específica que dichas decisiones inciden no solo sobre el flujo y las actividades de índole económico, administrativo y financiero; sino también dentro del ámbito laboral y tributario; y a las mejoras de innovación empresarial; permitiendo está la generación de valor económico y comercial.

El problema planteado se realizó desde la perspectiva analítico, método investigativo que analiza y comprende a los síntomas, causas, pronóstico y control del pronóstico en forma directa, sin divagar en aspectos internacionales, nacionales o regionales; que terminan confundiendo la esencia de la problemática identificada en la micro y pequeñas empresas de San Juan de Lurigancho.

El método aplicado es de índole analítico o empírico-analítico, viene hacer el modelo inherente al estudio científico el mismo que está basado en la experimentación directa y en la lógica de naturaleza empírica; es decir, que detecta los problemas y directamente le da el respectivo tratamiento que se requiere para efectos de un trabajo de tesis académicas. El método analítico frecuentemente es empleado en las ciencias sociales por el enfoque que no lleva a generalidades, a historicidades ni alargamientos del problema a resolver. Este método analítico detalla el problema que ha identificado motivo de la experticia laboral, es decir, dicho método científico estructura o compone el problema en elementos básicos como los síntomas o efectos, causas u origen del problema; con el pronóstico de lo que pasaría si no se hace nada y luego el control del pronóstico presentando, la alternativa de solución correspondiente.

Este método aplicado para implementar el problema investigativo, consiste en experiencia directa del trabajo en las empresas como empleado, funcionario, directivo, propietario u cualquier otra relación, a la obtención de evidencias sobre los hechos que se aprecian indudablemente en el acontecer de la micro y pequeñas organizaciones de San Juan de Lurigancho.

La aplicación del método analítico no solo trata de una descripción sobre una situación anómala, sino que se vuelve útil en estudios como el de las mypes de San Juan de Lurigancho, o en estudios de tipo descriptivo de las actividades que realizan las mencionadas organizaciones, dado que dichos métodos emplea al diagnóstico como el pronóstico que revela la relación esencial entre los síntomas y las causas; como el pronóstico y el control del

pronóstico; y características fundamentales de cada una de esas relaciones de su objeto de tratamiento.

La presente investigación consiste en las partes siguientes:

En la parte I, describe el problema describiendo el planteamiento, descripción, formulación, antecedentes, justificaciones, limitación, objetivo e hipótesis correspondiente a la presente investigación.

En la parte II, explica el marco teórico mencionando los antecedentes internacionales y nacionales, sobre las dimensiones de las variables competitividad y productividad.

En la parte III, se describe la parafernalia del método considerándose en la aplicación el tipo de investigación, la población, la muestra, operacionalización de las variables dependientes e independientes, instrumentos que se hicieron uso, los métodos y análisis del estudio respecto de sus datos.

En la parte IV, se explica los resultados obtenidos con la anotación del análisis y su respectiva interpretación sobre los resultados correspondiente al trabajo de investigación y su respectiva contrastación en relación a la hipótesis.

En la parte V, se presenta la discusión de resultados, aplicándose la comparación de resultados logrados frente a los resultados producto de otros investigadores.

En la parte VI, se describen las conclusiones, a nivel general y específico producto de la investigación.

En la parte VII, se describen las recomendaciones, a nivel general y específico del trabajo materia de investigación.

En la parte VIII, se describen las referencias bibliográficas, que me sirvió de base en la obtención de antecedentes del marco teórico sobre el al estudio.

En la parte IX, se describen los anexos del estudio, entre los que se encuentran la matriz de consistencia, el instrumento que viene hacer la encuesta, las validaciones realizadas por expertos, la confiabilidad del instrumento denominado alfa de Cronbach.

1.2. Descripción del problema

En relación a las medianas y pequeñas organizaciones estas generan ingresos significativos y relevantes en todos los países a nivel mundial, representa el 95% de empresas, y contando con alguna ventaja competitiva en comparación hacia grandes empresas por su menor tamaño y la factibilidad de la adaptación hacia un cambio económico y demanda de los clientes (Ibarra-Gonzales et al, 2017). Además, las mypes son importantes por la generación de fuentes de empleo en los países, gran parte de los empleos se generan a través de ellos, contribuyendo al crecimiento de la economía (Ibarra-Gonzales et al, 2017).

A continuación, se apreciará la problemática sobre competitividad en otros países:

En México, las mypes son una valiosa fuente de desarrollo económico en México, pero es bastante contradictorio porque las mypes son vulnerables al fracaso empresarial, se tiene claro que las mypes conforman el 99.8 % de los negocios, aportando el 72.3 % de empleo a los ciudadanos, y contribuyendo al país con el 25% del producto bruto interno. Con las cifras expuestas la productividad en México es bastante baja porque en cifras representa un 18% en la producción de México. (Castro, 2018). Además, se muestra falta de infraestructura, capacitación en gestión empresarial, innovación de productos y servicios, y mayor acceso a la tecnología.

En Costa Rica, Según Ponce y Zevallos (2016), las mypes son conocidas como MIPYME, el mismo que representa el 95% de empresas en el país. El 74% viene hacer micro, 12% son consideradas como pequeña y el 14% es señalada como mediana empresa. Un porcentaje significativo que viene hacer el 42% de ellas se encuentra en el sector de servicios; 41%, en la actividad del comercio; 11% es sobre la industria; y otros de menor importancia. En relación a la fuente de empleo, el 27% esta generado por la MIPYME.

En Colombia, el 97% de empresas en Colombia son microempresas, ubicadas en esa categoría, por lo tanto, el gobierno colombiano está obligado a trabajar en soluciones para el logro de competitividad en las mypes y que en el tiempo sigan generando fuentes de empleo (Rubio y Buitrago, 2019).

En Perú, en nuestro país el 99,8% de las organizaciones vienen hacer microempresas, pequeñas y medianas empresas generando el 20% de las ventas o ingresos totales, por lo que se hace necesario mejorar su competitividad y productividad, refirió el presidente de los emprendedores de la Pequeña Empresa perteneciente a la Cámara de Comercio de Lima (2018), Jorge Ochoa, en la inauguración del XIV Expo Pyme - Lima Norte: denominado rumbo al éxito empresarial.

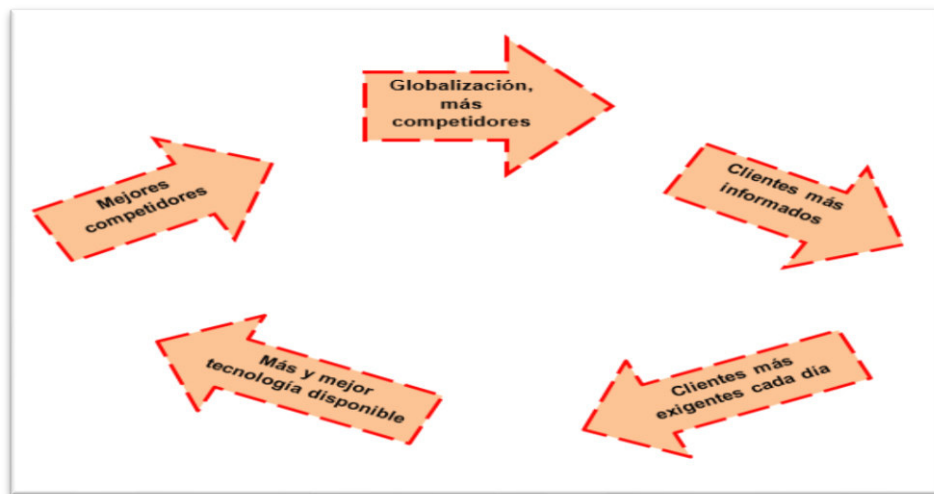
Hoy en día, el mundo que nos toca vivir se viene caracterizando por una competencia que siempre crece día a día. En un proceso competitivo cada vez hay competidores con mucho valor agregado en los mercados, globalizando a gran número de competidores, permitiendo que exista clientes cada vez con mayor información, que los convierte en consumidores más exigentes, exigiendo más y mejor tecnología de punta, abriendo oportunidades a mejores competidores.

Esta condición de mercado se manifiesta en:

- Necesidades ilimitadas de mayores servicios a los clientes.
- Mitigación constante del tiempo de entrega del producto y/o prestación de servicio ofrecido.
- Mitigación constante de costos del insumo y/o servicio ofrecido.
- Mejoramiento continuo relacionado a la eficiencia y la optimización del proceso.

Figura 1

Proceso cíclico de la globalización



En la actualidad la productividad no se le puede contar como un componente de la competitividad, en realidad se requiere para lograr la competitividad es la mejora de la productividad. La presente investigación titulada “Competitividad en la productividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019. La variable competitividad según la percepción de los representantes legales de mypes en San Juan de Lurigancho presenta la siguiente problemática: (a) Altos impuestos que se deben pagar al estado; (b) Falta de asociación entre otras mypes; (c) Falta de acceso a la tecnología; (d) Poco acceso al financiamiento bancario; (f) Falta de entrada a mercados nuevos y (g) Falta de innovación en las mypes.

La variable productividad según la percepción de los representantes legales de las mypes en San Juan de Lurigancho presenta la siguiente problemática: (a) Los objetivos en las mypes a corto plazo no se cumplen; (b) Falta de conocimiento de visión y misión de su empresa; (c) Los pocos recursos como los tecnológicos e insumos no son aprovechados de manera óptima en las mypes; (d) No se producen alternativas con creatividad acerca de mejorar el giro del negocio en base a su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

1.3. Formulación de problema

1.3.1. Problema General

¿De qué manera, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la productividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019?

1.3.2. Problemas Específicos

¿De qué modo, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la efectividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019?

¿De qué forma, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficiencia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019?

¿De qué manera, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficacia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019?

1.4. Antecedentes

A nivel internacional se presentan:

Salazar (2019) en la tesis titulada “La influencia de la productividad empresarial en la competitividad de las medianas empresas manufactureras textiles del cantón Quito en la provincia de Pichincha-Ecuador”, la investigación está bajo el enfoque cuantitativo, tipo correlacional y corte transversal. En relación a la muestra se determinó en 139 empresas. Se concluye en la falta de asociación de las empresas lo cual limita al acceso de financiamiento bancario, por la carencia de capacitación en las empresas de índole y desarrollo empresarial. Finalmente se sugiere como una alternativa de mejorar la competitividad en las mypes es la planificación para optimizar la eficiencia de las operaciones permitiendo alcanzar las metas trazadas.

Rubio y Buitrago (2019) en su estudio “Análisis de competitividad del sector micro empresarial colombiano: una mirada con enfoque asociativo”, señala que en Colombia las mypes representan el 96%, y es complicado que las mypes tengan competitividad de manera individual, por lo tanto el estado debe favorecer políticas públicas para fortalecer las mypes

mediante las asociaciones vinculadas a las innovaciones y mejor uso de la tecnología y así sea una alternativa de posicionarse en el mercado local y porque no en el mercado extranjero.

Castro (2018) en su estudio “Factores determinantes en la competitividad de las micro y pequeñas empresas (mypes) del municipio de Xicotepec, Puebla”, el estudio está relacionado al enfoque cuantitativo, la muestra se determinó en 290 empresas. Se concluye que falta a los dueños de las empresas ser más profesionales en temas de gestión empresarial por lo tanto limita su sostenibilidad como negocio en el tiempo, aun los dueños de las mypes no consideran importante para la capacitación para sus colaboradores porque aún lo ven como un gasto y mas no como una buena inversión. Finalmente, el acceso al crédito sigue siendo un inconveniente para las mypes por el costo de asesoría que deben requerir ante una entidad bancaria.

Díaz-Leal et al. (2018) en su estudio “ADN organizacional y productividad en las empresas familiares”, este viene hacer de tipo correlacional y con un diseño de naturaleza no experimental. Se halló que las empresas familiares que tengan menos de veinte colaboradores permiten contar con un mejor control en favor de tomar decisiones oportunas y rápidas, en acontecimientos donde se necesiten la interacción eficiente del dueño y los colaboradores. Sobre la productividad es favorable en las empresas familiares los equipos de cómputo y la buena voluntad de los colaboradores, los negativos es que la mayoría de empresas familiares no aprovecha al máximo las bondades de la tecnología más bien es utilizada de manera rutinaria y en las empresas familiares se deja de lado porque no existe la presión por competir.

Ibarra-González et al. (2017) en su estudio “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”, utilizo el enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, la muestra se determinó en 195 empresas. Las empresas reflejan un indicador de competitividad bajo porque los dueños no tienen visión a futuro, no utilizan las finanzas para conocer verdaderamente la situación económica y financiera de su negocio. Finalmente, los empresarios deben dejar de lado la administración tradicional por un cambio hacia una cultura empresarial alineada a estos tiempos actuales.

Chávez-Olguín et al. (2014) en su estudio “Innovación y competitividad. Necesidad en Mypes comerciales”, el enfoque utilizado es el cuantitativo, de diseño no experimental, se concluye que las mypes necesitan capacitación empresarial, y la necesidad de asesoría empresarial, por lo tanto, se sugiere de las Universidades asesorar con costo bajo a las mypes y también capacitar en conocimientos empresariales para permitir el crecimiento económico y financiero de mypes de la ciudad de México.

A nivel nacional, se presentan:

Hurtado (2019) en su tesis “Mejoramiento continuo y la productividad de una empresa privada, año 2018”, se hizo uso del enfoque cuantitativo, de índole correlacional y de corte transversal. En cuanto a muestra de estudio es de 36 colaboradores. Se concluye que el indicador mejoramiento de manera continua tiene estrecha relación de índole significativo con la variable productividad. Concluyéndose que el funcionario de mayor nivel, que en este caso viene a ser el gerente, capacite al personal de la organización, propiciando esta, el mejoramiento continuo y mejorar la productividad midiendo estas con indicadores de gestión inherentes a la eficiencia, eficacia y efectividad.

Erazo (2019) en su tesis denominada “Estrategia competitiva y financiación a corto plazo de las mypes de la ciudad de Huacho, año 2017”, esta investigación fue de tipo correlacional y de diseño no experimental. La muestra está constituida por 21 mypes del distrito de Huacho. Se concluye la existencia de una relación significativa entre la variable estrategia competitiva y el financiamiento en el corto plazo de las mypes en la ciudad de Huacho, año 2017. Finalmente se recomendó implementar la capacitación del personal que presta atención al cliente, y hacer uso de la publicidad objetiva para afianzarse con los clientes, teniendo pleno conocimiento del foda (fortalezas, debilidades y amenazas) que incide en la empresa para así conocer y aplicar las técnicas más apropiadas y necesarias en la estrategia competitiva claro objetivo de ser sostenible en el tiempo.

Muñoz (2018) en la tesis “La Competitividad Productiva y la Cultura Organizacional en las MYPES de confecciones textiles de Gamarra, 2017”, investigación está enmarcada dentro del enfoque cuantitativo, tipo correlacional y de corte de naturaleza transversal. Nuestra muestra de estudio se determinó en 148 MYPES de Gamarra, la investigación sugiere la capacitación constante en los trabajadores de las organizaciones y que estos estén comprometidos con los objetivos señalados en la misión y visión de la entidad. Finalmente incentivar económicamente a los trabajadores para que se sientan motivados y laboren de manera tranquila en la empresa.

Ponce y Zevallos (2016) en su estudio “La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible”, el estudio concluye que en las mypes la innovación no es exclusividad de las empresas grandes, existiendo en las mypes, y no se necesita grandes inversiones o de tecnología avanzada, pero si de una concientización de cultura relacionada al aprendizaje y a cambios, se sugiere que cada empresa con los conocimientos que se cuenta pueda utilizarlos para competir y generar innovaciones en su producto y servicio, también el uso de la tecnología mediante las redes sociales que no demanda gran costo. Finalmente, en las mypes los trabajadores deben impulsar el trabajo en equipo, mediante un procedimiento con visión, comunicación, ser crítico a sí mismo y asumir riesgos.

Loayza y Curasma (2014) en su tesis “Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo”, tiene como objetivo general del estudio incrementar los niveles de competitividad de las organizaciones del sector textil e insertarse al comercio internacional. El enfoque utilizado fue el cuantitativo, de corte transversal. La muestra de estudio se determinó en 15 empresas. Se concluye que aumento la competitividad en un 21% respecto a la tecnología de información, un 18% en la comercialización y un 28% sobre el manejo ambiental, que son los aspectos que tienen mejor disposición.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación metodológica

La justificación metodológica se basa en el aporte de instrumentos validados y confiables que pueden ser replicados por otras investigaciones con semejante problemática sobre las variables competitividad y productividad. El método aplicado será de mucha utilidad para orientar futuras investigaciones sobre las variables citadas.

1.5.2. Justificación teórica

El presente estudio se justifica porque se hizo uso de teorías, el mismo que nos permite investigar, analizar teorías relacionadas con las variables competitividad y productividad, permitiendo lograr los conocimientos sobre las variables citadas, y examinar cómo incide la competitividad en la productividad de las mypes de San Juan de Lurigancho.

1.5.3. Justificación práctica

La presente investigación se justificará en el campo práctica, porque servirá y se hará útil como precedente para otras investigaciones de tipo explicativa, procurando este, elevar los niveles de competitividad y la productividad de las mypes de San Juan de Lurigancho.

1.5.4. Importancia de la investigación

La importancia de la investigación radica porque las mypes son muy importantes en San Juan de Lurigancho, porque genera fuentes de empleo y desarrollara el crecimiento económico, pero en la actualidad las mypes no cuentan con herramientas de gestión como la innovación, la tecnología por citar algunas en relación a la competitividad ocasionando deficiencias en la productividad en relación a la eficiencia y la eficacia, por lo tanto el aporte recaída en la investigación ostenta como objetivo principal explicar de qué manera generando un ambiente de competitividad en la productividad permitirá elevar la productividad en las mypes de San Juan de Lurigancho, año 2019.

1.6. Limitaciones de la investigación

En el trabajo de investigación científica he visto por conveniente señalar las limitaciones siguientes:

1) En relación al problema, este se identificó en la toma de decisiones de las mypes en San Juan de Lurigancho.

2) La solución propuesta por el investigador, esta ha sido identificado en la competitividad de las mypes de San Juan de Lurigancho.

3) En cuanto a la dimensión espacial, esta se ha sido identificada en la variable competitividad de las mypes de San Juan de Lurigancho.

4) En cuanto a la dimensión temporal, viene hacer una propuesta de naturaleza vigente para las mypes de San Juan de Lurigancho.

5) Limitaciones económicas.

6) Limitaciones de acceso a la información necesaria y a la base de datos necesarios.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

-Demostrar que, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la productividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.

1.7.2. Objetivos específicos

-Establecer cómo, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la efectividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.

-Estipular cómo, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficiencia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.

-Determinar cómo, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficacia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis general

-Generar un ambiente de competitividad permitiría elevar la productividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.

1.8.2. Hipótesis específicas

-Generar un ambiente de competitividad permitiría elevar la efectividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.

-Generar un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficiencia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.

-Generar un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficacia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco conceptual

2.1.1. *Competitividad*

El término competitividad en el campo de la microeconomía presuntamente se deba a Michael Porter en el año 1980, quien hizo uso del mencionado término para describir la posición donde se encuentra ubicada la empresa para afrontar la competencia dentro del mercado de abastos. (Arzubi, 2003).

En el proceso de la investigación se evidencio que el autor referente Porter fue el primero que valoro el termino de competitividad en las empresas.

Según Morales y Pech (2000), es la capacidad de disponer de algún(os) atributo(s) que le permiten un desempeño empresarial superior y le otorga(n) cierto tipo de ventaja sobre sus competidores, gracias a la creación de productos de valor. En la actualidad las mypes deben contar con todos los recursos posibles y tratar de brindar un mejor producto o servicio que haga posible competir con empresas de similar actividad.

Según Dussel (2001), es el proceso de integración dinámica de países y productos a mercados internacionales, dependiendo tanto de las condiciones de oferta como de las de demanda. En importante que cada país cuente con el respaldo de su gobierno, mediante políticas públicas que logre fortalecer el crecimiento sostenible y competitivo de las mypes.

Para Castillo (2003), la competitividad es un proceso que tiene como objetivo generar el fortalecimiento de las capacidades productivas y sobre todo organizacionales, transformando las ventajas de índole comparativo en competitivas, necesitado impulsar la innovación, tecnología, flexibilidad productiva, y sobre todo la agilidad comercial. Con lo expresado queda claro que los que dirigen las mypes deben dejar de lado la gestión empresarial empírica por una gestión empresarial contemporánea basada en capacitaciones sobre uso adecuado de tecnología, financiamiento y mejor atención al cliente.

La competitividad según Hernández y Pulido. (2011), consiste en crear, implementar sosteniblemente y sostener capacidades para fidelizarse con la preferencia de los clientes en los mercados de abastos o servicios, generando rentabilidad y beneficio económico, adicionalmente su desarrollo integral dentro del corto, mediano y largo plazo. Se comparte la idea con los autores porque en la actualidad para crecer y sostenerse como empresa en el tiempo las mypes deben ser más creativas para así contribuir a su desarrollo económico y atraer a clientes que vendrán por un producto o servicio con un precio razonable y de buena calidad.

Para Cabrera-López et al. (2005). La factibilidad de que una empresa alcance y mantenga sus niveles de competitividad se concentra en las ventajas competitivas que desarrolle internamente y en condicionamientos externos que le brindan el sector al que pertenece. Es muy importante fortalecer las bondades internas de la empresa, esto va direccionado al recurso humano que debe ser apoyado en la mejora de sus conocimientos y habilidades por medio de una adecuada capacitación.

Según Porter (2015), la competitividad debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, de adquirir y preservar ventajas competitivas permitiendo alcanzar el sostenimiento y mejora de una posición en el entorno socioeconómico. En la actualidad es factible llegar a la cima a través de un producto o servicio atractivo al público, pero lo más complicado y a donde debe enfocarse una mype es a crecer económicamente con sostenibilidad en el tiempo, mediante estrategias competitivas que logre maximizar su valor agregado, como sus productos o servicios que se ofrezca.

Según Fonseca (2015), la competitividad tiene algunos elementos relacionados que deben ser explicados:

-Relacionado a resultados: es decir que los productos o servicios deben ser valorados en nuestro mercado y en otros mercados pensando en exportaciones.

-Es relativo: se puede tener un producto o servicio bueno, pero si el competidor directo lo realiza mejor que nosotros, entonces de deja de ser competitivo.

-Es de conjunto: un producto o servicio competitivo es la unión de las características de lo que se ofrece, un precio razonable y la disponibilidad del mismo en el mercado, llamando la atención al potencial cliente.

-Elementos a tomar en cuenta en la competitividad de las mypes

Las mypes según Hernández y Pulido (2011), tienen que tomar en cuenta en la competitividad los siguientes elementos:

-Se debe crear, desarrollar y sostener: hoy en día las organizaciones deben diseñar sobre la base de una adecuada estrategia de productos y servicios que se diferencien de sus competidores directos.

-Se debe conquistar la preferencia: al tener creatividad, desarrollo y sostenimiento, los clientes estarán decididos por los servicios o productos que se estén ofreciendo por precio y calidad.

-El mercado: un objetivo principal de una empresa es competir en un mercado, acceder al mercado y posicionarse en él.

-El logro de resultados financieros y humanos: un óptimo desarrollo financiero es causa de la competitividad de una empresa, también es necesario que el recurso humano sea explotado al máximo respecto a mejorar sus capacidades, habilidades y conocimientos en favor de la empresa.

2.1.2. Aspectos de la competitividad

Según Cabrera-López et al. (2011), el cual señala aspectos sobre la competitividad son:

-El éxito de la gestión administrativa en relación al inventario de las materias primas.

-La asociación del conocimiento del mercado, innovación del producto/servicio, y el desarrollo de los planes programados.

-Tener la capacidad de combinar las ideas aprendidas de la universidad, seminarios y empresas y ponerlas en práctica.

-Promover asociaciones entre las empresas, determinar un esquema donde permitan desarrollar en una cadena de valor tanto el proveedor y el distribuidor.

2.1.3. Dimensiones de la variable competitividad

2.1.3.1. Primera dimensión: Innovación. Según De Pablo (2008), la innovación es la puesta en el mercado de un producto o servicio nuevo o mejorado atendiendo a las demandas de la sociedad. En la actualidad una deficiencia de las mypes es la falta de innovación, todavía se maneja de forma tradicional la transferencia de mercancías y la prestación de servicios.

La innovación para Fonseca (2015) es la habilidad para el cambio permanente de productos o servicios mediante al monitoreo de las preferencias y tendencias de los clientes, también a la percepción de la calidad vinculada. Es complicado que una mype logre encuestar a sus clientes para así conocer la percepción del mismo hacia la atención recibida y si el producto o servicio logra satisfacer las expectativas.

Para Teixido (2013) señala que la innovación puede ser un proceso radical o incremental, esta última es gradual, acumulativa, colectiva y sistémica de aprendizaje social. Se comparte la idea con el autor en relación que adoptar ideas innovadoras es mejorar de manera gradual hacia la creación de nuevas estratégicas de productos o servicios.

2.1.3.2. Segunda dimensión: Tecnología. Según Castaño y Gutiérrez (2011). la Tecnología puede definirse como el medio para transformar ideas en procesos o servicios, que permita además mejorar o desarrollar procesos. Aun así, las mypes no logran aprovechar las bondades de la tecnología, no existe el entendimiento que es una inversión que aportara a optimizar los procesos de la misma actividad económica que se ejerce.

Según Romero (2011), son todos aquellos medios informáticos y herramientas que sirven para almacenar, y procesar todo tipo de información, y para Louffat (2013), son aquellas plataformas y/o herramientas virtuales que se emplean como soporte para una administración de potencial humano rápida, integrada y segura. En la actualidad una empresa que no utilice la

tecnología en su funcionamiento queda muy apartada de obtener beneficios como acceso a nuevos mercados u obtener nuevos proveedores.

El autor Fonseca (2015), señala en relación a la tecnología es necesario adquirir la tecnología requerida para mantener e incrementar la competencia de la organización en un determinado mercado, finalmente la tecnología puede ser la estrategia más relevante si la competencia se basa en la innovación de la mercancía o servicio. Siempre la innovación está estrechamente vinculada con el uso de la tecnología permitiendo aumentar la competitividad de una empresa frente a sus más cercanos competidores.

Según Chiavenato (2018), la tecnología de punta contribuye con eficiencia potencial, pero que señalar que las personas son quienes determinarán la eficiencia y la eficacia del proceso. Estas son la muestra que mueven a las organizaciones. De todas maneras, en una empresa puede existir la tecnología, pero si el personal no está capacitado no se aprovechará sus bondades con eficiencia.

Finalmente, según la Cámara de Comercio de Lima, (2018), señala que no basta solo posicionarse en redes sociales, sino que se tiene asumir el reto de ir más allá, afrontando problemas en los clientes que no identifican que tienen, con mercancías y servicios que aseguren la fidelidad con sus clientes.

2.1.3.3. Tercera dimensión: Flexibilidad productiva. Según De Pablo (2008) es desplegar y replegar recursos de manera efectiva y eficiente correspondiente a condiciones de cambio, bajo tres dimensiones: operativa, expansión y sobre todo de mercado principalmente. Se comparte la idea porque la flexibilidad productiva tiene que ser adoptada por las mypes porque se necesita distribuir de la manera más adecuada los recursos que se posea con el propósito de posicionarse en el mercado y poder expandirse a un plazo corto.

De acuerdo a Castillo (2003) es conjunto de capacidades que permiten a la entidad acoplarse a los cambios que inciden a las empresas, esta capacidad será eficiente, manteniendo la ventaja competitiva, requiriéndose de personal de trato abierto condicionante para a enfrentar

los cambios nuevos. En la actualidad es necesario que los colaboradores en una empresa estén capacitados y comprometidos a generar nuevos retos y cambios hacia el mercado, y siempre tratando de optimizar la ventaja competitiva que tiene la empresa.

2.1.3.4. Cuarta dimensión: Agilidad comercial. Según De Pablo (2008), señala que viene hacer la capacidad y rapidez de respuesta a las mejoras del mercado y la satisfacción de los consumidores, para lo cual se requerirá de una respuesta inmediata, a través de darle un valor agregado a nuestra innovación, conectividad y rapidez de respuesta al cliente y consumidor. En estos tiempos se necesita empresas que estén dispuestas al cambio y la innovación y siempre direccionado al requerimiento del cliente, relacionándose está a la calidad del servicio y/o producto.

Según CA Technologies, (2016), explica que ayuda a la obtención de ingresos del valor incremental y realizarlo en el menor tiempo. La importancia de capturar la opinión del consumidor de forma anticipada, lo que garantizará que este convencido que será lo correcto, se debe crear y fomentar el consumo, es decir, entregar una mercancía que goce de calidad y previsibilidad. En la actualidad tener agilidad comercial es la obtención de ingresos en el menos tiempo posible, entregando un producto o servicio a tiempo y con calidad.

2.1.4. Enfoque teórico de la variable competitividad

2.1.4.1. Teoría del nuevo comercio. La teoría señala que el precio y/o costo no es el único indicador de ventaja entre un agente económico y otro. Hoy en día existen indicadores que se tendrán en cuenta al medir a la ventaja, citando un ejemplo, sobre la calidad, la diversificación de factores de competencia de naturaleza imperfecta (monopolios, carteles, etc.), entre otros. (Lomban y Rozas, 2008). La mencionada teoría resalta la importancia de la diferenciación y sobre todo la calidad de la mercancía o servicio antes que el precio o costo del producto o servicio.

2.1.4.2. Teoría de Michael Porter. Según Porter (2014) señala que existe rivalidad entre las empresas y empresas competentes y las competitivas, que generalmente son la más importante en la fuerza competitiva de cada sector económico, por lo tanto, se previenen mediante un plan estratégico, que persigue una empresa que generalmente tiene éxito mientras brinde mayores ventajas competitivas. El autor referente Porter (2014), señala que una empresa para ser competitiva ante las demás empresas que comparte su rubro debe elaborar y aplicar un plan estratégico.

2.1.4.3. Teoría de la contingencia. Según Chiavenato (2014), el autor Porter señala la existencia de estrategias genéricas, entre las que menciona el de liderazgo y diferenciación, introduciéndose el concepto denominado cadena de valor, sugiriendo que la entidad se secciona en actividades de índole primario y de apoyo.

2.2.1. Productividad

Para Hernández-Fernández et al. (2016), señala que productividad es definida como un grado de aprovechamiento de los denominados factores de producción. El estudio de productividad está estrechamente relacionado con el estudio de costos, siendo estas un único problema, y según Medina (2007), se define la productividad como la forma de uso de factores vinculados a la producción y sobre todo en la generación de bienes y servicios. Para optimizar

la productividad, es preciso darle mejor énfasis a los procedimientos de eficiencia y eficacia utilizados por los recursos humanos, de capital y financieros. Con lo mencionado es necesario que las mypes logren mejorar su eficiencia y eficacia en la evolución de venta sobre los productos y prestación de servicios.

Según Riggs (2008) advierte que productividad viene hacer las cualidades o condiciones de ser productivos. Es una conceptualización de guía para la administración dentro de un sistema de producción permitiendo medir el éxito. Por ello se señala que la productividad es la relación de producción vinculada a los insumos. Es importante señalar que la productividad de las mypes será buena cuando utilice insumos y cree sus productos en menos tiempo y con calidad.

La productividad para López (2013), viene hacer una medición de la capacidad, viene hacer la razón entre producción y tiempo, interpretado como un nivel de actuación individual, de naturaleza institucional, de índole empresarial y como país. Con lo mencionado es importante que las mypes generen su producción en el tiempo estimado para así lograr un nivel de competitividad en relación a sus competidores.

Según Fonseca (2015), la productividad se define como hacer más con menos, hacer más resultados con menos recursos, y para Gutiérrez (2014), productividad viene hacer lograr los resultados esperados considerando los recursos empleados para generarlos, por lo que la productividad es medida por el cociente brindando los resultados logrados y los recursos que se emplearon. Muchas veces las mypes logran conseguir resultados óptimos con pocos recursos y sin darse cuenta están enmarcados en el concepto de productividad.

Según Dessler y Varela (2017), establece que la productividad es el cociente del resultado (bienes y servicios) y este a su vez es dividido entre insumos (mano de obra y capital). Finalmente, según Robbin y Judge (2017), la empresa viene hacer productiva si esta consigue sus metas al reformar los insumos en productos, en un costo menor. Por tanto, la productividad tiene estrecha vinculación con la eficacia y la eficiencia. Queda claro que para alcanzar la

productividad es importante que las mypes utilicen y transformen sus insumos a un costo menor.

2.2.2. Factores intervinientes en la Productividad

Según (Díaz-Leal et al. 2018), los factores intervinientes sobre la productividad vienen hacer de índole interno y externo, que a continuación se explicara:

2.2.2.1. Factor interno. En una empresa familiar existen factores internos que podrían ser controlado por el dueño de la empresa, se divide en dos partes los factores de motivación (trabajador) y el factor tecnológico (equipos).

A. El trabajador. En la actualidad se necesita trabajadores comprometidos con las metas de la empresa, para ello es valioso el trabajo en equipo para así otorgarle al trabajador mayores responsabilidades e información. Una consecuencia negativa de un trabajador sin motivación es viene hacer el ausentismo y rotación del personal de forma innecesaria, por ello se tiene que estar atento a cada trabajador que tenga un sueldo atractivo acompañado de incentivos económicos si fuera posible y que tenga en cuenta que tiene un empleo seguro.

B. Equipos. Al referirse a equipos en una empresa familiar es la adquisición de equipos que pueda desarrollar o mejorar el proceso dentro de una empresa, queda claro que primero se capacita al personal para su utilización.

2.2.2.2. Factor externo. Los factores externos son ajenos a la empresa, es decir no se puede controlar en cierta medida como la falta de insumos o materiales, que puede beneficiar a algunas empresas y perjudicar a otras.

A. Económicos. En el factor económico impacta el Producto Interno Bruto (PIB) sobre las empresas a nivel nacional, porque gracias a ello mejora la economía, el poder adquisitivo de comprar y el crecimiento en tecnología.

B. Tecnología. En la actualidad toda empresa grande, mediana o pequeña debe contar con herramientas de tecnología como páginas web, redes sociales o google adwors, el mismo mercado demanda ello.

C. Jurídicos. En el factor jurídico los cambios de leyes favorecen o perjudican a algunas empresas porque en algunos casos incrementan los costos y algunos clientes no lo toman de buena forma.

D. Competitivos. Cada empresa debe gestionar mejor el uso de sus recursos en la elaboración de sus productos o la mejora del servicio hacia los clientes, y siempre estudiar el mercado que en la actualidad es muy cambiante y eso le permitirá ser competitivo con empresas de similar actividad.

2.2.3. Dimensiones de la variable productividad

2.2.3.1. Primera dimensión: Efectividad. Según Robbins, Coulter (2010) señala que la efectividad mide los objetivos de la organización y verifica si estos se están cumpliendo. Siempre en una empresa según su tamaño mediana o pequeña empresa debe tener sus metas claras y delimitadas y en el tiempo a corto plazo se debe supervisar que las metas se cumplan según lo planeado.

Respecto a Koontz-Weihrich et al. (2012) señala que efectividad es el resultado de objetivos y para Gutiérrez (2014) advierte que la efectividad es la consecuencia de los objetivos que fueron planteados y que estos deben ser alcanzados. Lograr los objetivos o metas trazadas es la finalidad de la efectividad, que necesita contar en la actualidad las mypes

2.2.3.2. Segunda dimensión: Eficiencia. Según Ballou, (2004) señala que la capacidad optimiza el uso de recursos para obtener una cantidad de productos, lográndose estas a través de la relación de resultados obtenidos sobre recursos utilizados, advirtiéndose que la mejora permitirá disminuir el consumo de recursos de manera controlada.

De acuerdo a Gutiérrez (2014), define que la eficiencia viene hacer la relación entre el resultado alcanzado y utilizado, y para Chiavenato (2018), establece que la administración de éxito buscara los medios necesarios para ser protagonista en hacer sus actividades y se enorgullezca de hacerlo. El valor es amparado por la eficiencia es decir hacer las cosas de forma correcta. En resumen, la eficiencia en las mypes viene a ser conseguir los resultados esperados o programados en un corto tiempo.

2.2.3.3. Tercera dimensión: Eficacia. La eficacia viene hacer una Política o un programa que debería entenderse como el grado que alcanzan sobre objetivos propuestos. El programa de naturaleza eficaz hace de que se logra que los objetivos debidamente diseñados. La empresa eficaz cumplirá de forma deberá cumplir la misión por su razón de ser. (Mokate, 2002)

La eficacia implicara la realización de cosas completamente correctas y por lo tanto las personas realizaran sus actividades conducentes a los procedimientos organizacionales para así lograr las metas y sus resultados, y según Gutiérrez (2014) establece que la eficacia viene hacer el grado en que se ejecutan las diversas actividades planificadas y estas alcanzarán los resultados planificados. En una empresa siempre se espera ser eficiente, pero en la gran mayoría de mypes son eficaces es decir consiguen sus resultados sin importar el tiempo estimado para ello. (Bernal y Sierra, 2013)

2.2.4. Enfoque teórico de la variable productividad

2.2.4.1. Teoría de Kast y Rosenzweig. Se considera a la entidad como un subsistema dentro del sistema ambiental, permitiendo la obtención de recursos para ejecutar sus actividades, donde regresan los recursos una vez procesados en productos derivados de las actividades de transformación que realiza la organización. (Hernández y Pulido, 2011). La productividad en la presente teoría se sustenta en la obtención del producto final de las actividades de transformación.

2.2.4.2. Teoría socio técnico de Tavistock. Según Hernández y Pulido (2011) describe que la integración de los equipos inherente al trabajo, este viene hacer un factor determinante en la productividad, no bastando el uso de las mejores tecnologías para obtener un mayor rendimiento, al referirnos a socio técnico es la combinación de la tecnología (equipos) y el sistema social (las personas que la ejecutan). La presente teoría señala que tiene que una empresa puede tener equipos modernos y tecnología de punta, pero si no se tiene colaboradores capacitados no se podrá obtener buenos resultados.

2.2.4.3. Teoría política. Señala que en una cómoda posición sobre la relación social empresarios-administradores, esta se limita a juzgar la idea del empresario bajo la presunción de que la teoría de la administración responderá únicamente sobre los intereses del empresario, constituyendo su discurso en una retórica e insípida que aplaca las diferencias, esquivando los cuestionamientos y los conflictos. (Martínez, 1995). La presente teoría señala la crítica al empresario que muchas veces no invierte en su empresa como la adquisición de mejores equipos o la capacitación de sus trabajadores.

2.2.4.4. Teoría de la productividad según Stephen P. Robbins. Una organización es excelente y productiva si llega a sus metas y lo hace procesando los insumos en producto terminado a bajo costo en lo posible. Es así que la productividad implicara la debida preocupación tanto en la eficacia como en la eficiencia. La presente teoría es la que se puede observar en la actualidad porque las empresas que logran sus objetivos son porque utilizaron sus insumos a menor costo. (Gutiérrez y Huamán, 2014, p. 15)

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de modelo explicativo según advierte Hernández y Mendoza (2018), porque la descripción de los fenómenos o variables o de relaciones entre estas, están dirigidos a avalar por las causas de los hechos. La investigación viene a ser explicativa, porque explica del porqué de las cosas, permitiendo obtener las soluciones mitigando el problema.

La investigación tiene como modelo de tipo correlacional causal, advirtiéndose por Bernal (2016) porque vienen hacer investigaciones en las que se plantea como objetivo principal estudiar del porqué de las cosas, hechos, fenómenos y sobre todo las situaciones. En resumen, se analizarán las causas y los efectos de relación entre las variables citadas. La investigación deberá analizar la competitividad como causa y la productividad como efecto, permitiendo describir el nivel de vinculación sobre las variables citadas.

La tesis materia de desarrollo, viene a ser de tipo no experimental, refiriéndolo (Hernández-Fernández et al, 2014), señalando que, en un diseño de naturaleza no experimental no se cuenta con situación alguna, permitiendo examinar hechos existentes, no producidos de forma imprevista en la investigación. El estudio de naturaleza no experimental analiza hechos que sucedieron con antelación, prohibiendo la experimentación de la variable independiente permitiendo observar sus efectos sobre la variable dependiente. A continuación, se muestra el diseño explicativo:

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

En relación a la población vinculada al presente estudio, Arbaiza (2014) explica que el consolidado inherentes a los casos que guardan concordancia con las especificaciones. En relación a la población que hizo uso el estudio fueron 77 mypes del distrito de San Juan de

Lurigancho, delimitadas entre el paradero 10 hasta el paradero 13 de la avenida las Flores, año 2019.

Tabla 1

Distribución de la población de estudio del distrito de San Juan de Lurigancho

N°	Nombre	Dirección
01	Botica los ángeles	Las Flores N° 1398 paradero 10
02	Juguería Betty	Las Flores N° 1378 paradero 10
03	Pastelería Dayanna	Las Flores N° 1354 paradero 10
04	Restaurant sazón chinito	Las Flores N° 1354 paradero 10
05	Farmacia vial farma	Las Flores N° 1350 paradero 10
06	Pollería Rikotón	Las Flores N° 1352 paradero 10
07	Spa glamour	Las Flores N° 1414 paradero 10
08	Spa Sanmel	Las Flores N° 1424 paradero 10
09	Zapatería Alf	Las Flores N° 1426 paradero 10
10	Spa Lucy	Las Flores N° 1436 paradero 10
11	Dentista Salvark	Las Flores N° 1442 paradero 10
12	Spa Hellen	Las Flores N° 1444 paradero 11
13	Acabados Wood Glass	Las Flores N° 1452 paradero 11
14	Electricista Rentifo eléctrica	Las Flores N° 1468 paradero 11
15	Restaurant la family	Las Flores N° 1510 paradero 12
16	Ferretería Hanes	Las Flores N° 1540 paradero 12
17	Bodega Benítez	Las Flores N° 1572 paradero 12
18	Bodega Mary	Las Flores N° 1378 paradero 12
19	Podología Yuvaly	Las Flores N° 1568 paradero 12
20	Salón y Spa Marley	Las Flores N° 1582 paradero 12
21	Marjori salón y spa	Las Flores N° 1599 paradero 13
22	Chifa Yui Shan Youlon Kin	Las Flores N° 1547 paradero 13
23	Salón y spa Rosa	Las Flores N° 1553 paradero 13
24	Botica Albert	Las Flores N° 1525 paradero 13
25	Farmacia Erick Farma	Las Flores N° 1505 paradero 12

26	La tiendita de Don Pollo	Las Aléndulas N° 352 Cooperativa las Flores
27	Licorería el tonel	Las Flores N° 1532 paradero 13
28	Barbería Dollce	Las Flores N° 1556 paradero 12
29	Sanguchería el chato	Las Flores N° 1509 paradero 12
30	Restaurante sabor de Mar	Las Flores N° 1551 paradero 12
31	Podología Sonia	Las Flores N° 1557 paradero 13
32	Dentista Kirudent	Las Caledonias N° 812 paradero 12
33	Tienda buenos días	Las Flores N° 1557 paradero 12
34	Pastelería D' aldis	Las Flores N° 1529 paradero 12
35	Botica unión	Las Flores N° 1515 paradero 12
36	Botica Señor de los Milagros	Las Flores N° 1493 paradero 12
37	Pollería Kocoroco	Las Flores N° 1469 paradero 12
38	Pollería Korralitos	Las Flores N° 1419 paradero 11
39	Dentista Odontosalud	Las Flores N° 1519 paradero 12
40	Local San Lorenzo	Las Flores N° 1594 paradero 13
41	Carpintería mi mejor amigo	Las Flores N° 1588 paradero 13
42	Ferretería el diamante	Las Flores N° 1423 paradero 11
43	Librería Karen	Las Flores N° 1457-b paradero 12
44	Restaurante la buena sazón	Las Flores N° 1590 paradero 12
45	Gym open next	Las Flores N° 1391 paradero 12
46	Peluquería Daysi Spa	Las Flores N° 1488 paradero 12
47	Lavandería Room	Las Flores N° 1576 paradero 13
48	Lavandería buena vida	Las Flores N° 1582 paradero 13
49	Bazar boutique D' modas	Las Flores N° 1491 paradero 12
50	Chifa león	Las Flores N° 1942 paradero 15
51	Zapatería el abuelo	Las Flores N° 1432 paradero 12
52	Panadería Shalom	Las Flores N° 1432-b paradero 12
53	Local el castillo	Las Flores N° 1566 paradero 12
54	Ferretería Mafersa	Las Flores N° 1594 paradero 13
55	Panadería Dayanny	Las Flores N° 1601 paradero 12
56	Vidriería Cajamarca	Las Flores N° 1596 paradero 13
57	Restaurant Señor de Wanka	Las Flores N° 1507 paradero 12

58	Pizzería Don Prieto	Las Flores N° 1466-a paradero 11
59	Pastelería D' Leos	Las Flores N° 1363 paradero 11
60	Veterinaria The Soccer	Las Flores N° 1566 paradero 11
61	Veterinaria Fashion Pets	Las Flores N° 1482 paradero 11
62	Bodega el angelito	Las Flores N° 1482-b paradero 11
63	Botica Cielo	Las Flores N° 1499 paradero 12
64	Estudio Kodak	Las Flores N° 1498 paradero 12
65	Abarrotes la paradita	Las Flores N° 1499 paradero 12
66	Abarrotes la doña	Las Flores N° 1497 paradero 12
67	Barbería Acchello	Las Flores N° 1449 paradero 11
68	Imprenta RJ	Las Flores N° 1449 paradero 11
69	Peluquería Chanell	Las Flores N° 1443 paradero 11
70	Heladería el artesanal	Las Flores N° 1413 paradero 11
71	Chifa Fu Hua	Las Flores N° 1381 paradero 11
72	Dentista Odento	Las Flores N° 1379 paradero 11
73	Restaurant fogón parrillero	Las Flores N° 1361 paradero 11
74	Botica 24 horas	Las Flores N° 1355 paradero 11
75	Internet el gato	Las Flores N° 1331 paradero 11
76	Dentista Fauchar	Las Flores N° 1327 paradero 11
77	Botica Hogar	Las Flores N° 1317 paradero 10

3.2.2. Muestra

Para Vara (2015), describe que es el conjunto de casos debidamente extraídos de la población, estos seleccionados por el uso de un método racional. La muestra en la investigación considera una población significativa de estudio que son de 77 mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, delimitadas entre el paradero 10 hasta el paradero 13 de la avenida las Flores, año 2019.

En la investigación el tamaño usado la muestra fue de 42 mypes, la población manejada en el estudio es medible (finita) y para cálculos posteriores se hará uso de la siguiente formula:

Figura 2*Fórmula para calcular la muestra*

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

Tabla 2*Detalle de fórmula para calcular la muestra*

Donde:	
N	Tamaño de la muestra
Z	Valor asociado al nivel de confianza
E	Error de la estimación
N	Tamaño de la población
p	Proporción del éxito
q	1-p
*cuando no se conoce p , se considera como 0.50	

Tabla 3*Cálculo de la muestra*

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{77 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 (77-1) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)} \\
 n &= \frac{77 \times 3.8416 \times 0.25}{0.0025 (76) + (3.8416 \times 0.25)} \\
 n &= \frac{73.9508}{0.19 + 0.9604} \\
 n &= \frac{73.9508}{1.7504} \\
 n &= 42.24794333 \\
 n &= 42
 \end{aligned}$$

3.2.3. Muestreo

En la investigación se hará uso del muestreo probabilístico, se usará este modelo de muestreo debido a que toda la población se divide en subgrupos, por los diferentes cargos y actividades que cumplen dentro de las mypes.

3.3. Operacionalización de variables**3.3.1. Definición de competitividad**

Según Gutiérrez (2014) señala que se es más competitivo brindando a sus clientes productos y servicios de calidad y sobre todo un buen servicio a precio razonable. La calidad se atribuirá al producto o servicio, en relación al precio es lo que compensara como pago por parte del consumidor final, adicionalmente la calidad del servicio estará en función de cómo el cliente detente la satisfacción brindada por la empresa.

Tabla 4*Operacionalización de la variable independiente: Competitividad*

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Competitividad	Innovación	Diseño y desarrollo	1, 2, 3
		Distribución	4, 5
	Tecnología	Redes sociales	6, 7
		Equipo de computo	8, 9, 10
	Flexibilidad productiva	Operativa	11, 12
		Expansión de mercado	13, 14, 15
	Agilidad comercial	Conectividad	16, 17
		Velocidad de respuesta	18, 19, 20

3.3.2. Definición conceptual de productividad

La productividad señalada por Hernández y Pulido (2011) viene hacer el resultado del uso correcto de los recursos en proporción con los productos y servicios atendidos.

Tabla 5*Operacionalización de la variable dependiente: Productividad*

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Productividad	Efectividad	Objetivos planteados	1, 2
		Calidad	3, 4
	Eficiencia	Usos óptimos de recursos	5, 6
		Cumplimiento de obligaciones	7, 8
	Eficacia	Logro de metas	9, 10
		Producir alternativas creativas	11, 12

3.4. Instrumentos

El presente estudio utiliza el cuestionario, que se define como el conjunto de preguntas cerradas confeccionadas en función de una o más variables, con el propósito de generar la recolección de datos para lograr los fines de la investigación. Además, estas deben tener una estrecha relación con el problema y la hipótesis. (Hernández-Fernández et al, 2014).

En relación a la variable independiente competitividad se cuenta con 20 preguntas y sobre la variable dependiente productividad se está cuenta con 12 preguntas.

Tabla 6

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Variable	Técnica	Instrumento
Competitividad	Encuesta	Cuestionario
Productividad	Encuesta	Cuestionario

3.5. Procedimientos

Con respecto al procedimiento, este se aplicó de la forma siguiente:

Se propuso la hipótesis sustentada en las dimensiones citadas en la tesis materia de investigación.

Se usó el software estadístico SPSS-25, para determinar el valor sig. Bilateral calculado que diagnosticará si la hipótesis se acepta como nula o como hipótesis alternativa, previa prueba de hipótesis cotejando el valor sig. Bilateral teórico que es 0.005, advirtiéndose que, si es igual o mayor al calculado se tendrá que aceptar la hipótesis nula (H_0) y si es menor a 0.005 deberá aceptarse la hipótesis alternativa (H_a).

3.6. Análisis de datos

En el resultado del análisis de datos obtenidos, la tesis en materia de comentario usará lo siguiente:

Distribución de frecuencias: que tiene como significado “Conjunto de puntuaciones conseguida sobre la variable ordenada dentro de sus respectivas categorizaciones” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 328).

Para obtener el resultado de la causalidad sobre las variables, se hará uso de la regresión logística ordinal, logrando que la tesis se conducirá sobre los resultados obtenidos del Pseudo-R cuadrado para la prueba de las citadas hipótesis.

3.7. Consideraciones éticas

En la investigación, se dio estricto cumplimiento a la ética profesional orientada a presentar y consolidar información y datos fidedignos, con trabajos obtenidos expresados sobre la base de datos provenientes de estudios existentes, verídicos y transparentes, permitiendo aplicarse de manera razonable los valores y principios éticos, dentro de un proceso integral, organizado, coherente, secuencial y racional través de las normas y reglamentación aprobada, cuyo propósito se realiza a través de la experiencia y conocimientos adquiridos, permitiendo encontrar resultados que nos permita un diseño de la competitividad en la producción de las mypes.

IV. RESULTADOS

4.1. Prueba de confiabilidad

La investigación hará uso de la prueba estadística denominada Alfa de Cronbach procedimiento que nos permitirá realizar la evaluación de la confiabilidad de nuestro instrumento aplicado, razón por la cual se muestra el siguiente nivel de aceptación:

Tabla 7

Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach

Resultados	Nivel de confiabilidad
> 0.9	excelente
> 0.8	bueno
> 0.7	aceptable
> 0.6	cuestionable
> 0.5	pobre
> 0.4	inaceptable

Fuente: Elaboración propia

Sobre los resultados basados en el Alfa de Cronbach, se aplicaron las pruebas a 42 instrumentos, debidamente completados en su totalidad, logrando el siguiente resultado:

Tabla 8

Instrumentos validados para realizar el Alfa de Cronbach

	N	%
Valido	42	100,0
Casos Excluido	0	,0
Total	42	100,0

Fuente: SPSS Versión 25

Tabla 9*Resultados de Alfa de Cronbach*

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nro. elementos
,958	42

Fuente: SPSS Versión 25

En la tabla 7 se observa que del instrumento utilizado se obtuvo sobre el resultado de Alfa de Cronbach de 95%, ubicándonos en un coeficiente alfa de excelente, por ello se afirma que es válido para continuar con la secuencia de recolección de datos.

4.2. Tabla grafica de interpretación

1) ¿Usted en su trabajo aplica mejoras de marketing relacionado al desarrollo de nuevas herramientas de atracción a clientes?

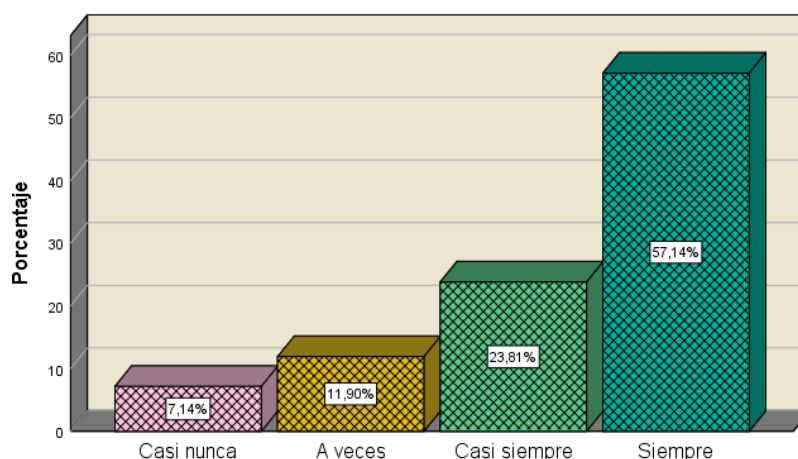
Tabla 10

Mejoras de marketing relacionado al desarrollo de nuevas herramientas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
	A veces	5	11,9	11,9	19,0
	Casi siempre	10	23,8	23,8	42,9
	Siempre	24	57,1	57,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 3

Mejoras de marketing relacionado al desarrollo de nuevas herramientas



Sobre la pregunta, los encuestados dieron como respuesta, siempre en un 57,14% representado por 24 personas de la muestra. Asimismo, un 23,8%, refiere casi siempre representado por 10 personas. El 11,9% refiere que a veces, representando a 5 personas, mientras tanto un 7,1% manifestó que casi nunca que hace la representación de 3 persona. En consecuencia, consideran que el marketing ha desarrollado nuevas herramientas de atracción a clientes.

2) ¿En las actividades que usted realiza se ejecutan tareas de investigación y desarrollo para cumplir las metas de trabajo a corto plazo?

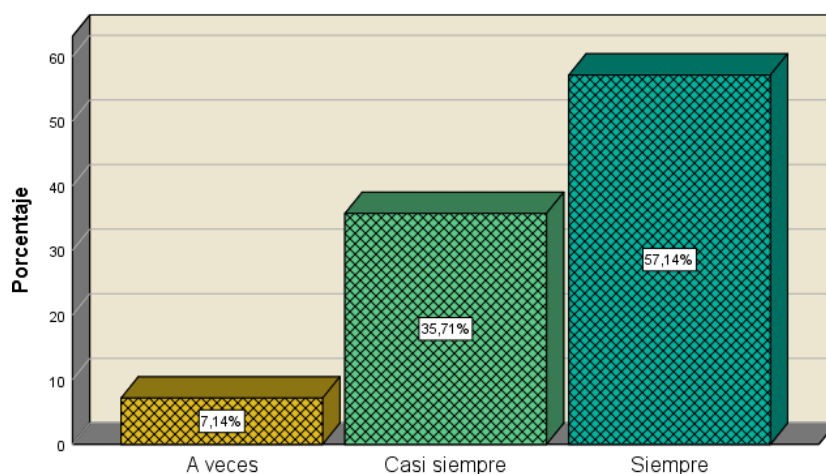
Tabla 11

Tareas de investigación y desarrollo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	A veces	3	7,1	7,1
	Casi siempre	15	35,7	42,9
	Siempre	24	57,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Figura 4

Tareas de investigación y desarrollo



Respecto a la interrogante, los encuestados contestaron, siempre 57,1% representado por 24 personas. De igual manera, un 35,7%, expresa casi siempre representado por 15 personas. El 7,1% que a veces, que representa a 3 personas. En conclusión, se ejecutan tareas inherentes a la investigación y desarrollo para cumplir con las metas de trabajo a corto plazo.

3) ¿Las actividades que realiza cumplen metas de acuerdo a lo que usted planifica?

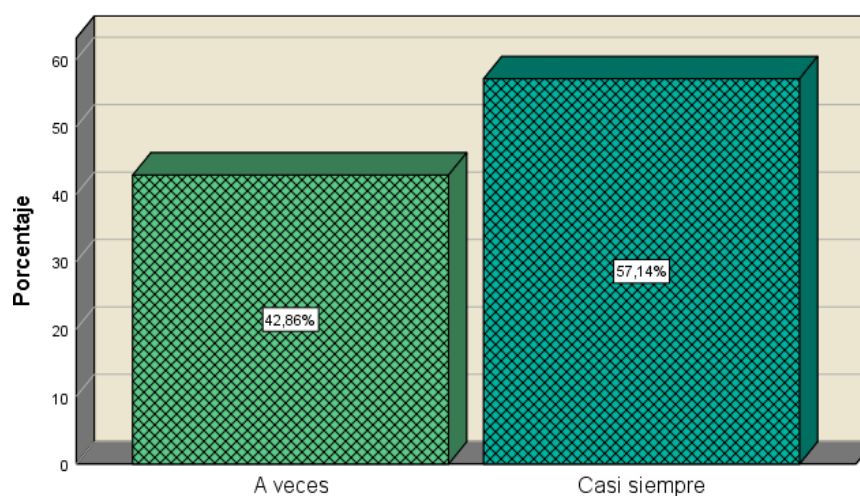
Tabla 12

Las actividades que realiza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
A veces	18	42,9	42,9	42,9
Valido Casi siempre	24	57,1	57,1	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Figura 5

Las actividades que realiza



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 57.1% representado por 24 personas. Asimismo, 42.9% de la muestra manifiesta casi siempre representado por 18 personas. En conclusión, las actividades que se realizan cumplen con las metas de acuerdo a lo que se ha planificado.

4) ¿Cree usted que se aplica una distribución adecuada de productos que benefician a los clientes y por consecuencia fidelizarlos?

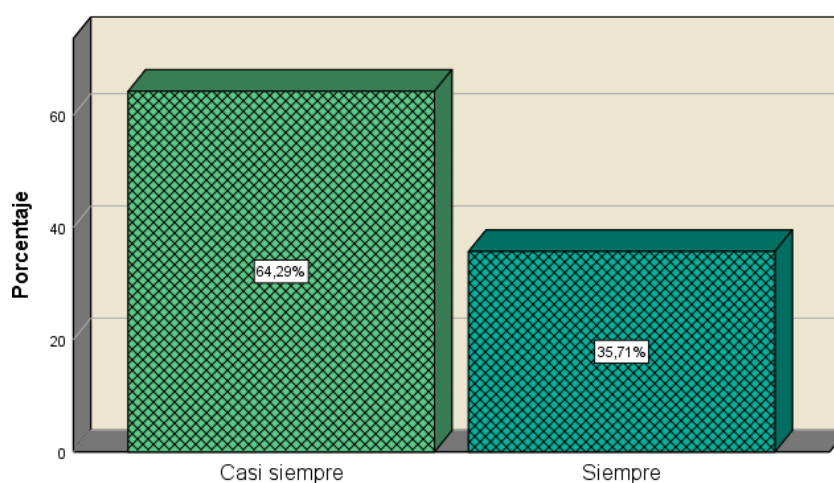
Tabla 13

Distribución adecuada de productos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	27	64,3	64,3
	Siempre	15	34,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Figura 6

Distribución adecuada de productos



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 34.7% que representado por 15 personas. Asimismo, un 64.3% respondió casi siempre representando a 27 personas. En conclusión, se realiza la distribución de forma adecuada de productos que benefician a los clientes y por consecuencia fidelizarlos.

5) ¿Cree que los clientes están satisfechos con la atención y distribución de su negocio?

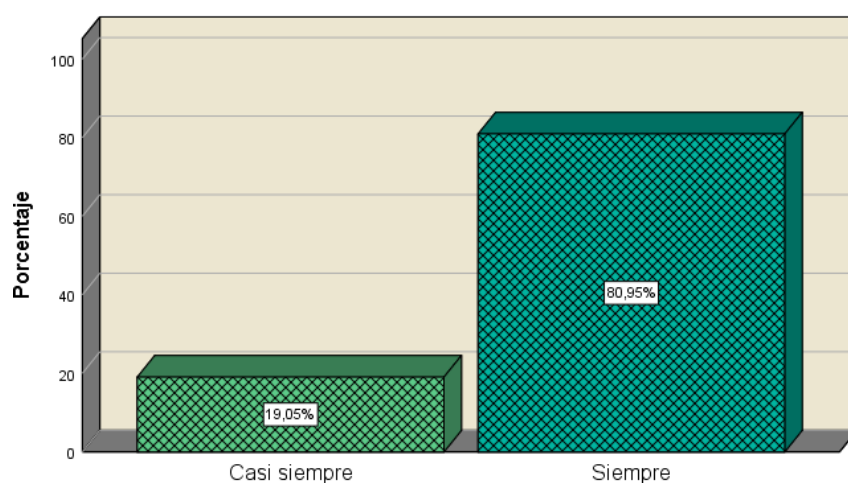
Tabla 14

La atención y distribución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	8	19,0	19,0	19,0
	Siempre	34	81,0	81,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 7

La atención y distribución



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 81% que representado por 34 personas. Asimismo, un 19%, contestaron casi siempre representado por 8 personas. En conclusión, la clientela está satisfecha con la atención y distribución de su negocio.

6) ¿Maneja redes sociales para tener contacto cercano con el cliente?

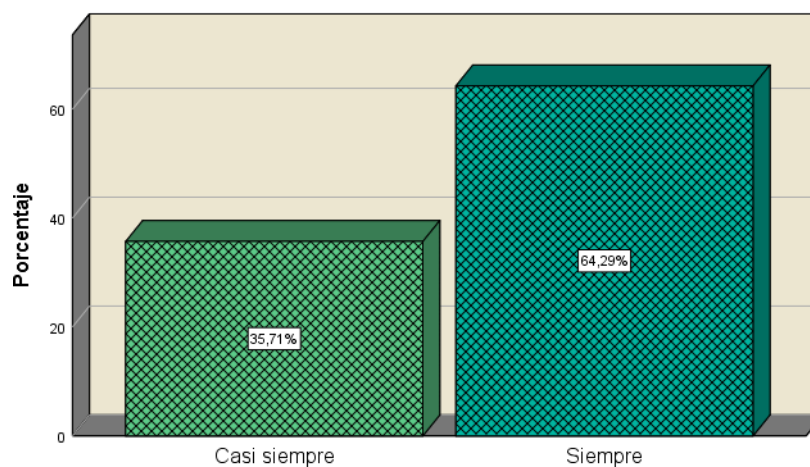
Tabla 15

Redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 8

Redes sociales



Sobre la pregunta, maneja redes sociales para tener contacto cercano con el cliente. Los encuestados manifestaron siempre un 64,3% que representado por 27 persona. Del mismo modo, un 35,7% representado por 15 personas de la muestra. En conclusión, se maneja redes sociales para tener contacto cercano con el cliente.

7) ¿Cree usted que se utilizan adecuadamente y oportunamente las redes sociales en su negocio?

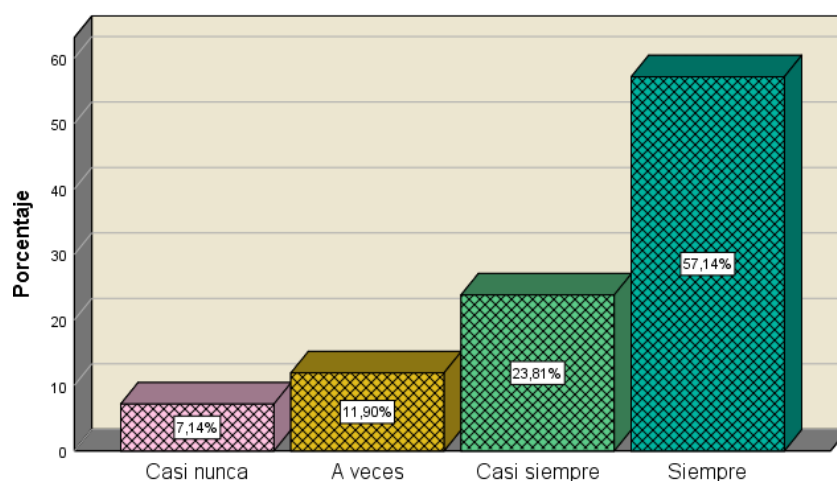
Tabla 16

Uso adecuadamente y oportunamente de las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
A veces	5	11,9	11,9	19,0
Valido	Casi siempre	10	23,8	42,9
	Siempre	24	57,1	100,0
	Total	42	100,0	

Figura 9

Uso adecuadamente y oportunamente de las redes sociales



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 57,14% representado por 24 personas. Asimismo, el 23,8% contestaron casi siempre representado por 10 personas. Un 11,9% manifiesta que a veces representado por 5 personas, mientras tanto un 7,1% manifestó que casi nunca que hace la representación de 3 persona. En consecuencia, utilizan adecuadamente y oportunamente las redes sociales en su negocio.

8) ¿Cree usted que desarrolla un trabajo rápido y eficiente utilizando un equipo de cómputo con software adecuados?

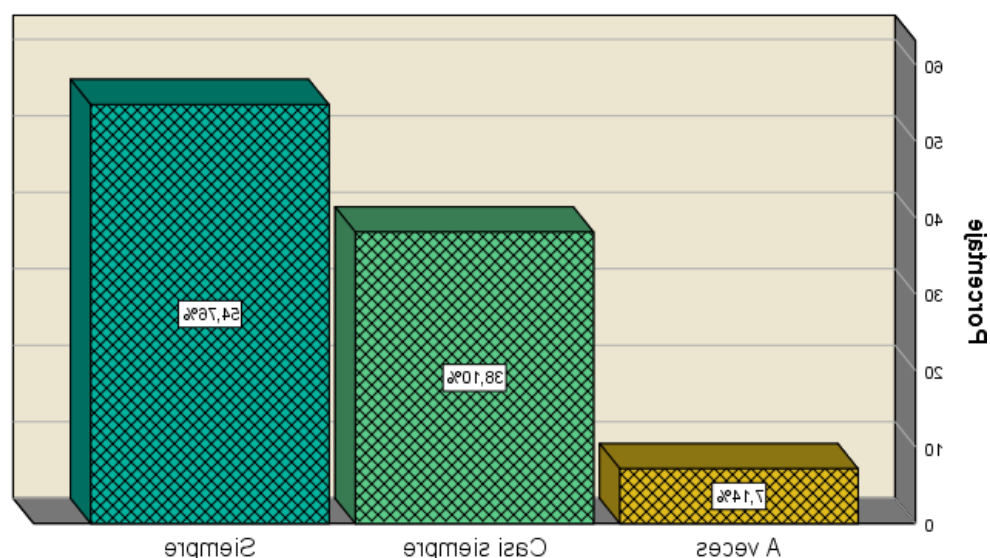
Tabla 17

Trabajo rápido y eficiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
A veces	3	7,1	7,1	7,1
Casi siempre	16	38,1	38,1	45,2
Siempre	23	54,8	54,8	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Figura 10

Trabajo rápido y eficiente



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 54,8% representado 23 persona de la muestra. Asimismo, el 38,1%, representado por 16 personas manifiesta casi siempre. Un 7,1% responde que a veces representado por 3 personas. En conclusión, se desarrolla un trabajo rápido y eficiente haciendo uso del equipo de cómputo con software adecuado.

9) ¿Desarrolla sus actividades con ayuda de software de nueva generación?

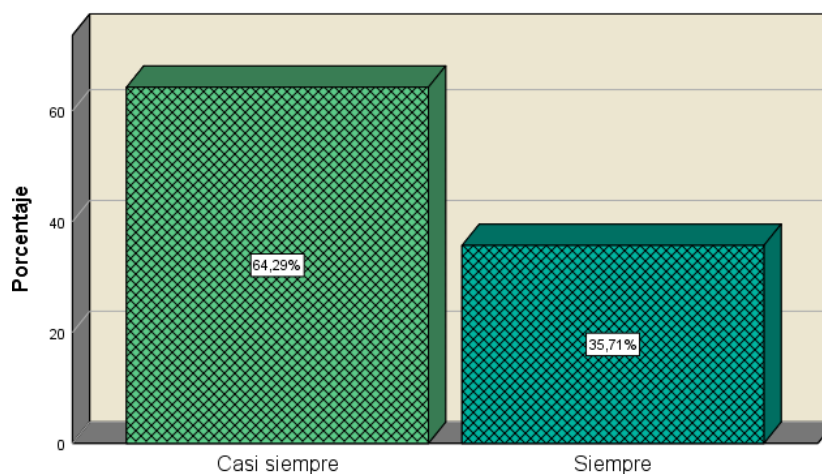
Tabla 18

Ayuda de software de nuevas generaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	27	64,3	64,3	64,3
	Siempre	15	35,7	35,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 11

Ayuda de software de nuevas generaciones



Sobre la pregunta, los encuestados respondieron siempre un 35,7% representando 15 personas. Por otra parte, un 64,3%, contestaron casi siempre siendo 27 personas. En conclusión, si desarrollan las actividades con la ayuda del software de generación nueva.

10) ¿Usted utiliza el portal virtual de su negocio para brindar información y respuestas a los clientes?

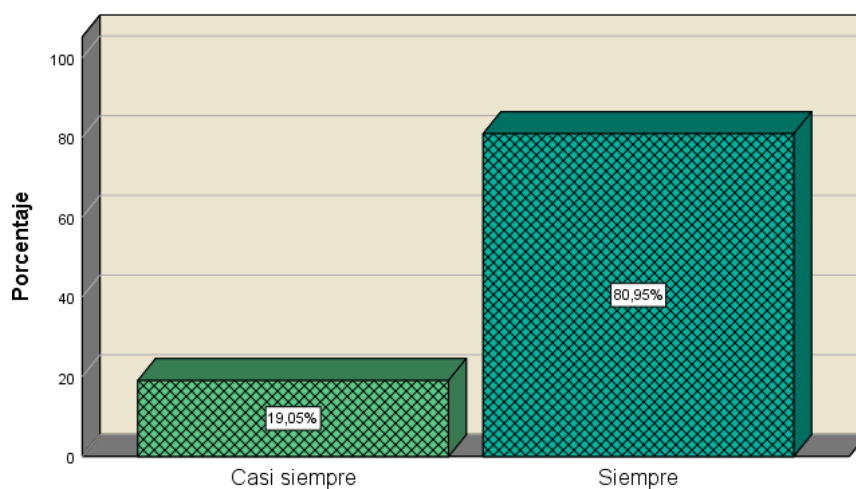
Tabla 19

El portal virtual de su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	8	19,0	19,0	19,0
	Siempre	34	81,0	81,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 12

El portal virtual de su negocio



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 81% representado por 34 personas. Asimismo, un 19% respondieron casi siempre siendo un total de 8 personas. En conclusión, utilizan el portal virtual del negocio para brindar información y respuestas a los clientes.

11) ¿En sus actividades se implementan ideas vinculadas a satisfacer las nuevas necesidades de los clientes?

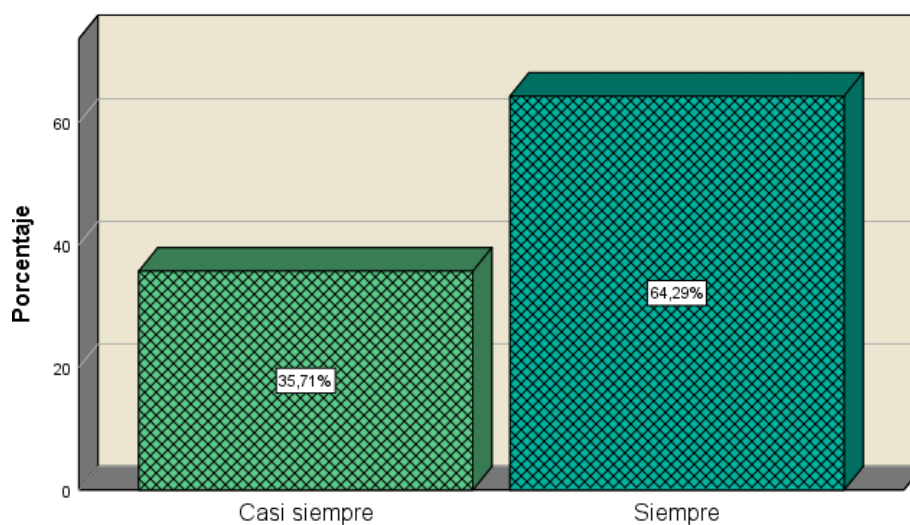
Tabla 20

Ideas vinculadas a satisfacer las nuevas necesidades de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 13

2Ideas vinculadas a satisfacer las nuevas necesidades de los clientes



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 64,3% representado 27 persona. Del mismo modo, un 35,7%, contestaron casi siempre siendo un total de 15 personas. En conclusión, se implementan ideas vinculadas para satisfacer las necesidades propias de los clientes.

12) ¿Se diseñan y coordinan estrategias empresariales productivas en su negocio?

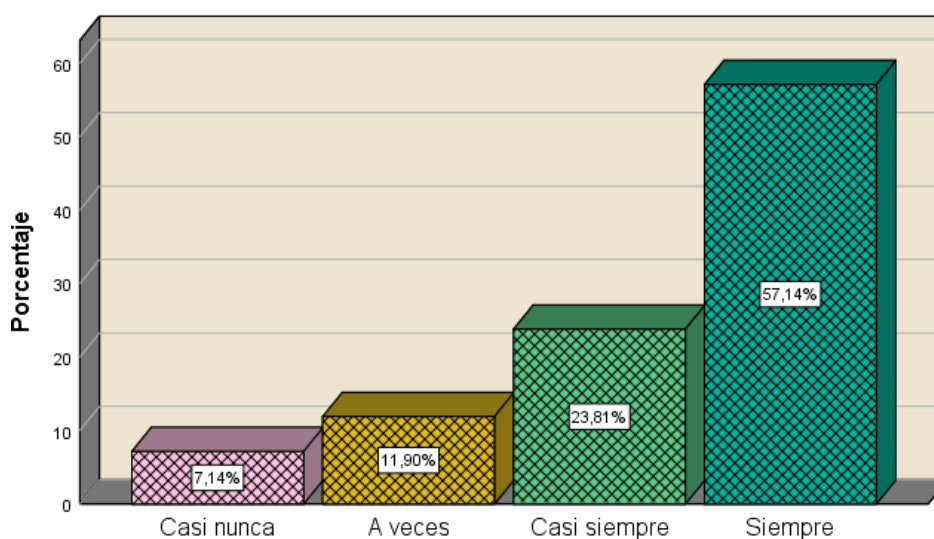
Tabla 21

Diseñan y coordinan estrategias empresariales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
A veces	5	11,9	11,9	19,0
Valido	Casi siempre	10	23,8	23,8
	Siempre	24	57,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Figura 14

Diseñan y coordinan estrategias empresariales



Respecto a la pregunta, los encuestados respondieron siempre un 57,14% representado por 24 personas. Asimismo, un 23,8%, manifestó casi siempre representado por un total de 10 personas. Un 11,9% manifiesta que a veces, que representa a 5 personas, mientras tanto un 7,1% manifestó que casi nunca que hace la representación de 3 persona. En consecuencia, se diseñaron y aplicaron estrategias empresariales productivas en su negocio.

13) ¿Se realizan estudios de mercado para mejorar la gestión de su negocio?

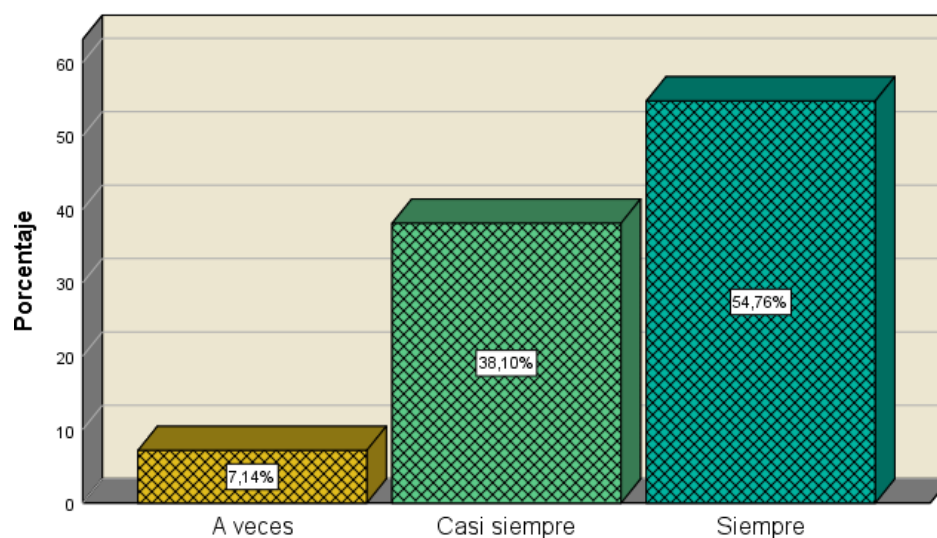
Tabla 22

Estudios de mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	A veces	3	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	16	38,1	38,1	45,2
	Siempre	23	54,8	54,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 15

Estudios de mercado



Sobre la pregunta, los encuestados dieron como respuesta siempre un 54,8% que representa, 23 persona de la muestra. Sin embargo, un 38,1%, contestaron casi siempre representado por 16 personas. Un 7,1% manifiesta que a veces siendo un total de 3 personas. En conclusión, realizan estudios de mercado para mejorar la gestión del negocio.

14) ¿Considera usted que la municipalidad apoya a las Mypes con el fin de asesorarlos en gestión empresarial?

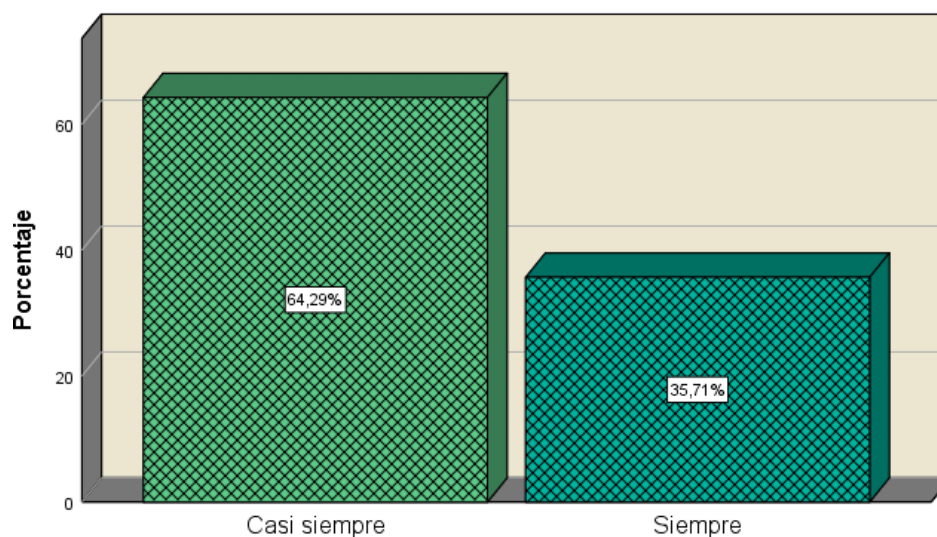
Tabla 23

El apoyo de la municipalidad hacia las Mypes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	27	64,3	64,3	64,3
	Siempre	15	35,7	35,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 16

El apoyo de la municipalidad hacia las Mypes



Sobre la pregunta, considera usted que la municipalidad apoya a las Mypes con el fin de asesorarlos en gestión empresarial. Los encuestados manifestaron siempre un 35,7% representando 15 personas. Asimismo, un 64,3%, dieron como respuesta casi siempre siendo 27 personas. En conclusión, la municipalidad apoya a las Mypes con el fin de asesorarlos en gestión empresarial.

15) ¿Se han aplicado estudios y encuestas sobre el nivel de competitividad con relación a otros negocios?

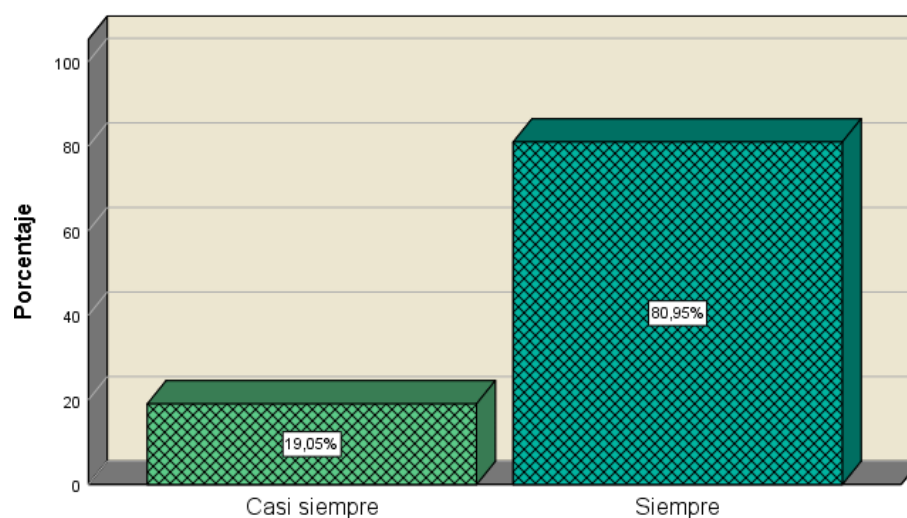
Tabla 24

Estudios y encuestas sobre el nivel de competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	8	19,0	19,0	19,0
	Siempre	34	81,0	81,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 17

Estudios y encuestas sobre el nivel de competitividad



Sobre la pregunta, los encuestados dieron como respuesta siempre un 81% representado por 34 personas. Sin embargo, el 19% contestó casi siempre por un total de 8 personas. En conclusión, se aplican estudios y encuestas sobre los niveles de competitividad vinculados a otros negocios.

16) ¿Se atienden las necesidades de los clientes?

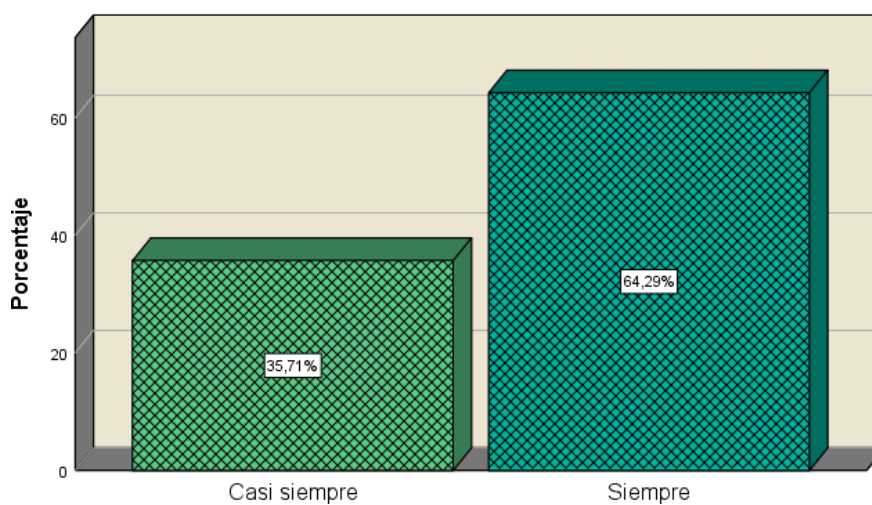
Tabla 25

Las necesidades de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 18

Las necesidades de los clientes



Sobre la pregunta, se atienden las necesidades de los clientes. Los encuestados dieron como respuesta siempre un 64,3% que representado por 27 personas. Asimismo, el 35,7%, contestaron casi siempre siendo 15 personas. En conclusión, se atienden las necesidades de los clientes.

17) ¿Se realizan actividades productivas a mediano plazo para generar mayor productividad en su negocio?

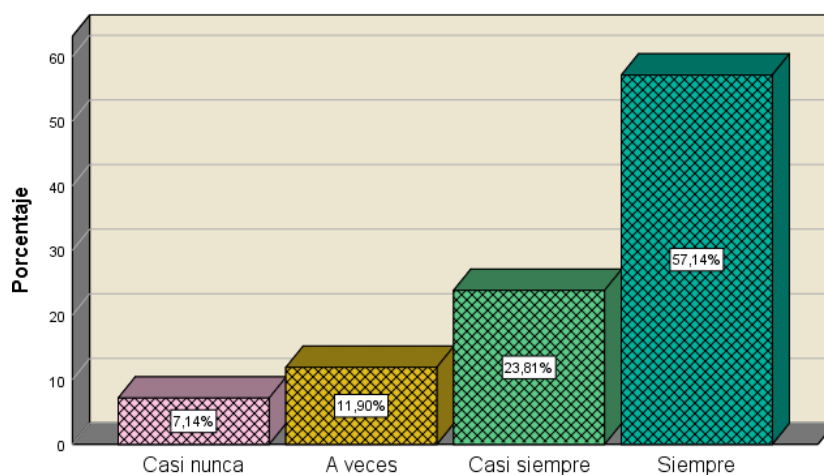
Tabla 26

Actividades productivas a mediano plazo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
A veces	5	11,9	11,9	19,0
Valido	Casi siempre	10	23,8	42,9
	Siempre	24	57,1	100,0
	Total	42	100,0	

Figura 19

Actividades productivas a mediano plazo



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 57,14% representado a 24 personas. Asimismo, un 23,8% dio como respuesta que casi siempre resultando un total de 10 personas. Un 11,9% contestó que a veces representado por 5 personas, mientras tanto un 7,1% manifestó que casi nunca que hace la representación de 3 persona. En conclusión, se realizaron actividades de naturaleza productiva en el plazo mediano generando una productividad idónea en su negocio.

18) ¿Se aplican estrategias para dar una respuesta inmediata a las necesidades de los clientes?

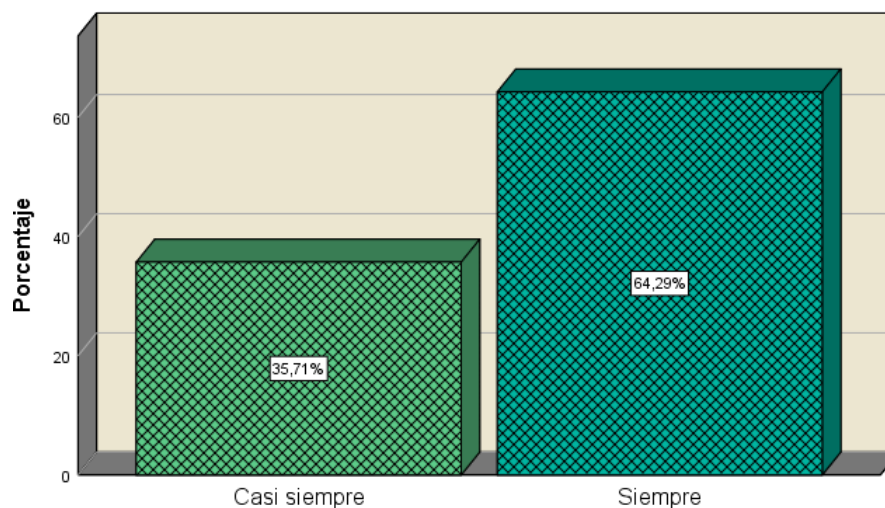
Tabla 27

Estrategias para dar una respuesta inmediata

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 20

Estrategias para dar una respuesta inmediata



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 64,3% representado por 27 personas. Asimismo, un 35,7% dieron como respuesta casi siempre resultando un total de 15 personas de la muestra. Es conclusión, se vienen aplicando estrategias dando respuesta de forma inmediata a las necesidades de los clientes.

19) ¿Considera que se brinda una adecuada atención a los clientes por parte de usted?

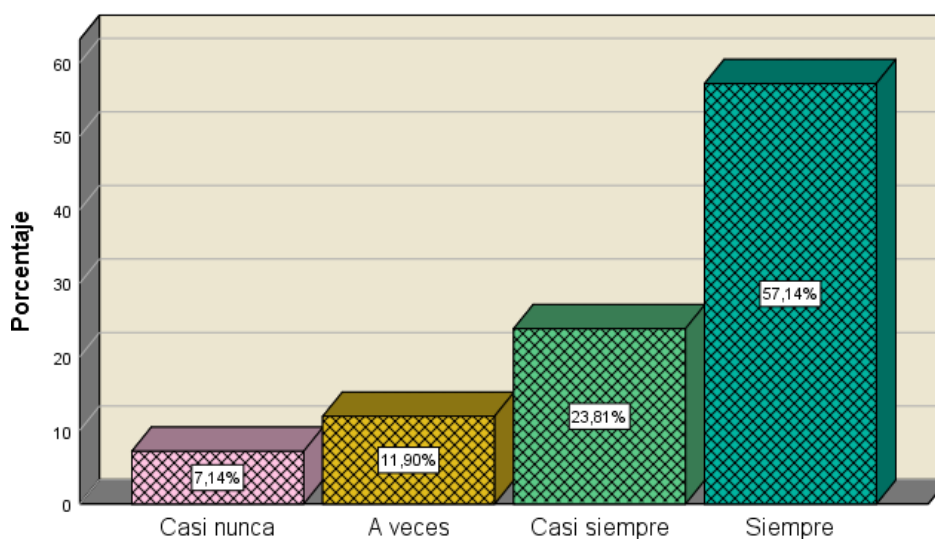
Tabla 28

Se brinda una adecuada atención a los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
	A veces	5	11,9	11,9	19,0
	Casi siempre	10	23,8	23,8	42,9
	Siempre	24	57,1	57,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 21

Se brinda una adecuada atención a los clientes



Sobre la pregunta, los encuestados dieron como respuesta siempre un 57,14% representado a 24 personas. Asimismo, el 23,8%, contestaron casi siempre representado por 10 personas. El 11,9% manifestaron que a veces representados por 5 personas, mientras tanto un 7,1% manifestó que casi nunca que hace la representación de 3 persona. En consecuencia, consideramos que se viene brindando una perfecta atención a los clientes por parte de usted.

20) ¿Se utiliza mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio para generar la sostenibilidad de su negocio en el tiempo?

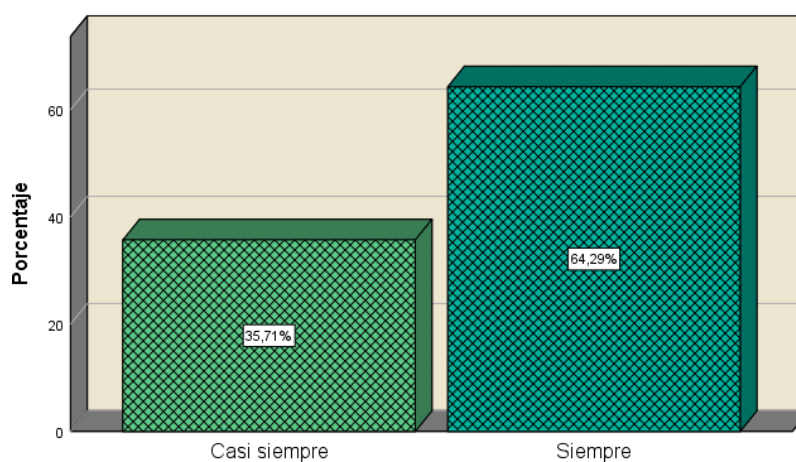
Tabla 29

Mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 22

Mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio



Sobre la pregunta, se utiliza mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio para generar la sostenibilidad de su negocio en el tiempo. Los encuestados dieron como respuesta siempre un 64,3% representado por 27 personas. Asimismo, el 35,7%, respondieron casi siempre siendo 15 personas. En conclusión, se utiliza mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio para generar la sostenibilidad de su negocio en el tiempo.

21) Los objetivos planteados se cumplen a pesar de las dificultades que hubiera en su negocio, es muy buena debido a que la gestión está bien organizada, planeada y dirigida.

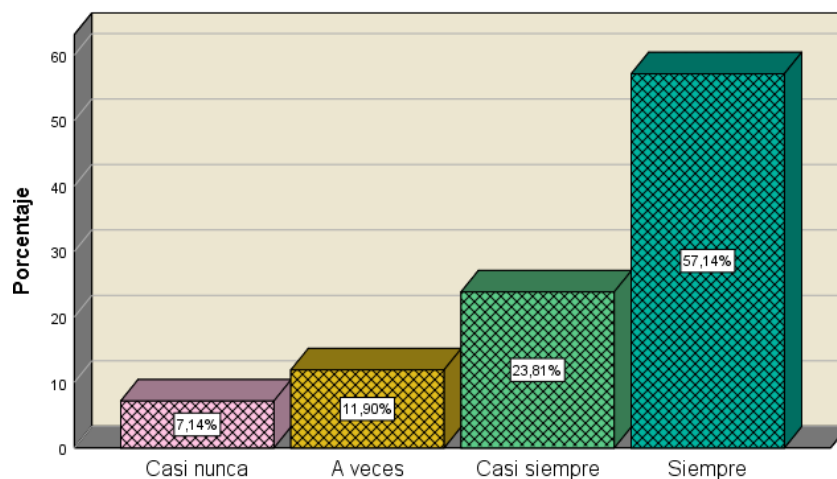
Tabla 30

Los objetivos planteados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
A veces	5	11,9	11,9	19,0
Valido	Casi siempre	10	23,8	23,8
	Siempre	24	57,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Figura 23

Los objetivos planteados



Sobre la pregunta, los encuestados dieron como respuesta siempre un 57,14% representando por 24 personas. Asimismo, un 23,8%, manifestaron casi siempre que son presentadas por 10 personas. Un 11,9% manifiesta que a veces, que representa a 5 personas, mientras tanto un 7,1% manifestó que casi nunca que hace la representación de 3 persona. En consecuencia, se cumplieron con las dificultades que hubo en su negocio, resultando bueno debido a que la gestión se encuentra debidamente organizada, planeada y dirigida.

22) Los objetivos planteados no se cumplen por falta de recursos logísticos.

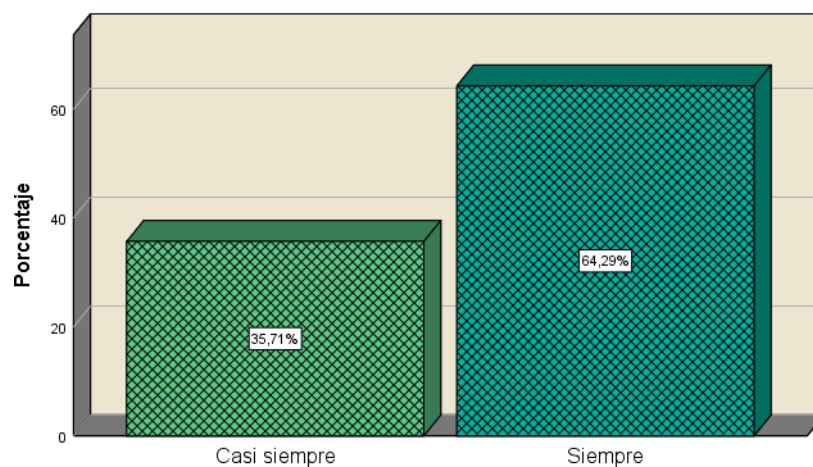
Tabla 31

Falta de recursos logísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 24

Falta de recursos logísticos



Sobre la pregunta, los encuestados dieron como respuesta siempre un 64,3% que son representadas por 27 personas. Asimismo, el 35,7% contestó casi siempre representado por 15 personas. En conclusión, no se cumplirán por la carencia de los recursos logísticos.

23) Se trata de mejorar la calidad laboral en su negocio.

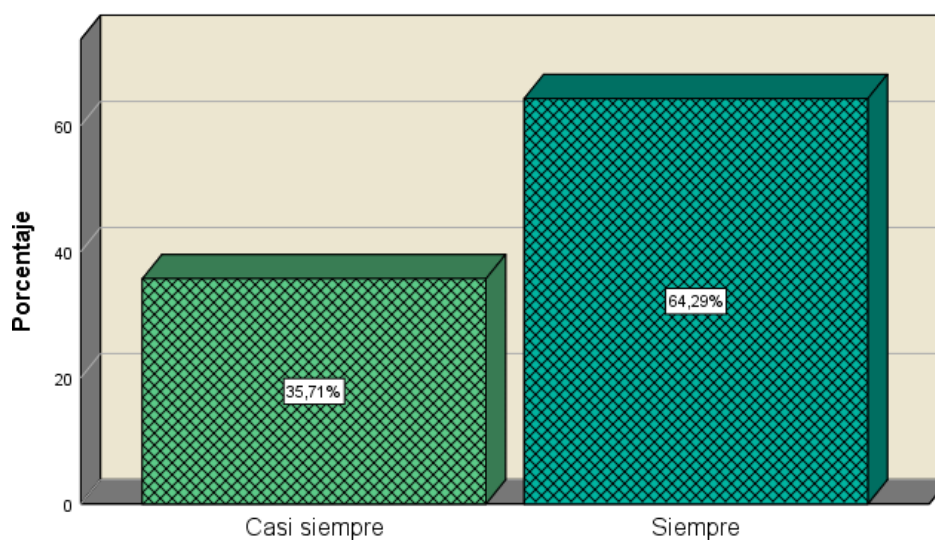
Tabla 32

Mejorar la calidad laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 25

Mejorar la calidad laboral



Sobre la pregunta, los encuestados dieron como respuesta siempre un 64,3% representado por 27 personas. Asimismo, un 35,7%, manifiesta casi siempre siendo 15 personas. En conclusión, se mejora constantemente la calidad laboral en el negocio.

24) La finalidad de lograr los objetivos en su negocio es optimizar la calidad de servicio hacia los clientes.

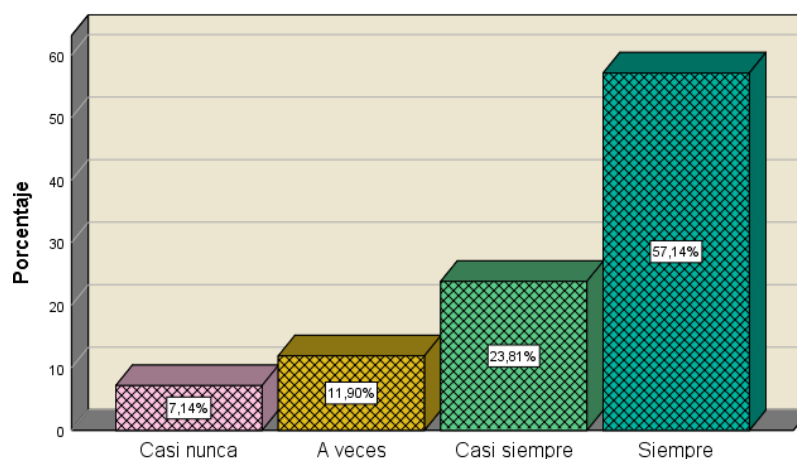
Tabla 33

La finalidad de lograr los objetivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
	A veces	5	11,9	11,9	19,0
	Casi siempre	10	23,8	23,8	42,9
	Siempre	24	57,1	57,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 26

La finalidad de lograr los objetivos



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre siendo 57,14% que es representado por 24 personas de la muestra. Del mismo modo, un 23,8%, dio como resultado casi siempre representando 10 personas. Un 11,9% manifiesta que a veces, que representa a 5 personas, mientras tanto un 7,1% manifestó que casi nunca que hace la representación de 3 persona. En consecuencia, el objetivo en el negocio es optimizarse en la calidad del servicio hacia nuestros clientes.

25) Los objetivos en su negocio son siempre logrados gracias a que se planifica y se piensa antes de actuar.

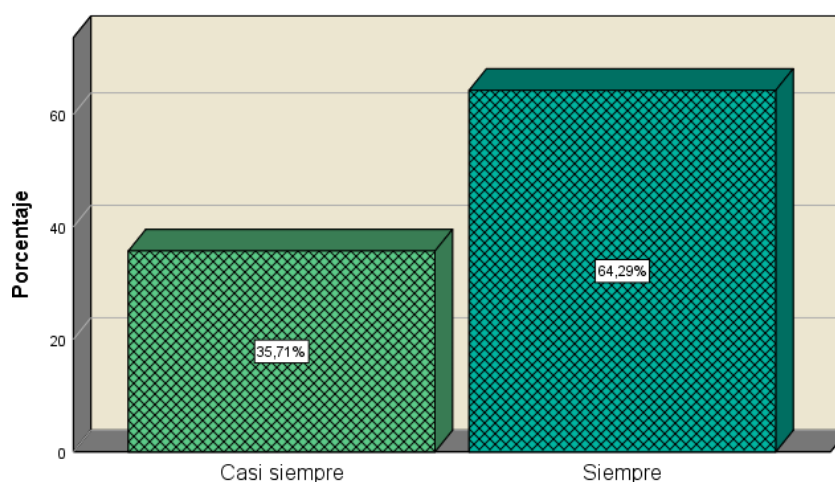
Tabla 34

Objetivos logrados por la planificación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 27

Objetivos logrados por la planificación



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 64,3% siendo representado por 27 personas. Asimismo, un 35,7% dio como resultado casi siempre resultado de 15 personas. En conclusión, los objetivos en su negocio son siempre logrados.

26) Usted pone el mayor esfuerzo posible en su trabajo, inclusive hace más de lo que tiene que hacer.

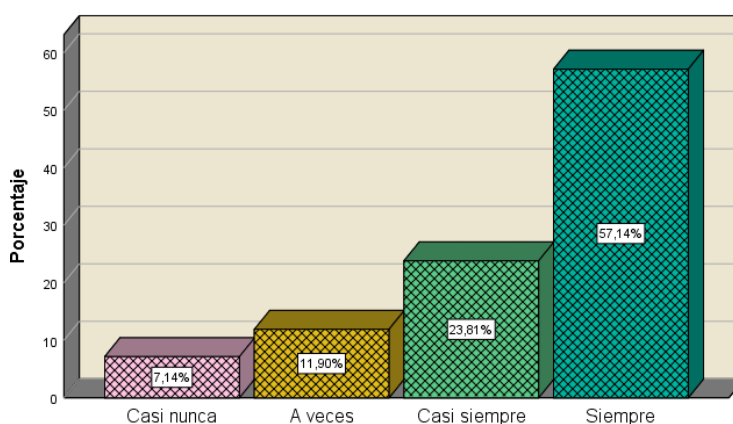
Tabla 35

El mayor esfuerzo posible

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido				
Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
A veces	5	11,9	11,9	19,0
Casi siempre	10	23,8	23,8	42,9
Siempre	24	57,1	57,1	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Figura 28

El mayor esfuerzo posible



Sobre la pregunta, los encuestados dieron como respuesta siempre un 57,14% que son representados por 24 personas. Asimismo, el 23,8%, contestó casi siempre que representan a 10 personas. Un 11,9% manifestó que, a veces siendo representado por 5 personas, mientras tanto un 7,1% manifestó que casi nunca que hace la representación de 3 persona. En consecuencia, se pone el mayor esfuerzo posible en el trabajo con la finalidad de tener resultados positivos.

27) El personal en su negocio trabaja bajo la presión adecuada para lograr los objetivos.

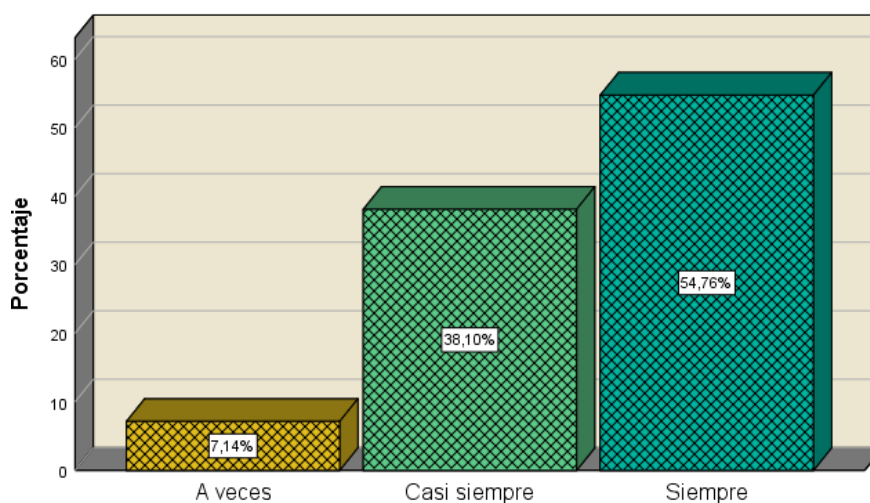
Tabla 36

La presión adecuada para lograr los objetivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	A veces	3	7,1	7,1	7,1
	Casi siempre	16	38,1	38,1	45,2
	Siempre	23	54,8	54,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 29

La presión adecuada para lograr los objetivos



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron siempre un 54,8% que representa, 23 persona de la muestra. Sin embargo, un 38,1%, manifestaron casi siempre representando por 16 personas. Un 7,1% manifiesta que a veces, que representa a 3 personas. En conclusión, el personal labora bajo la presión idónea para así lograr los objetivos.

28) El trabajo está adecuadamente organizado en su negocio lo que permite ahorrar recursos, tiempo y dinero.

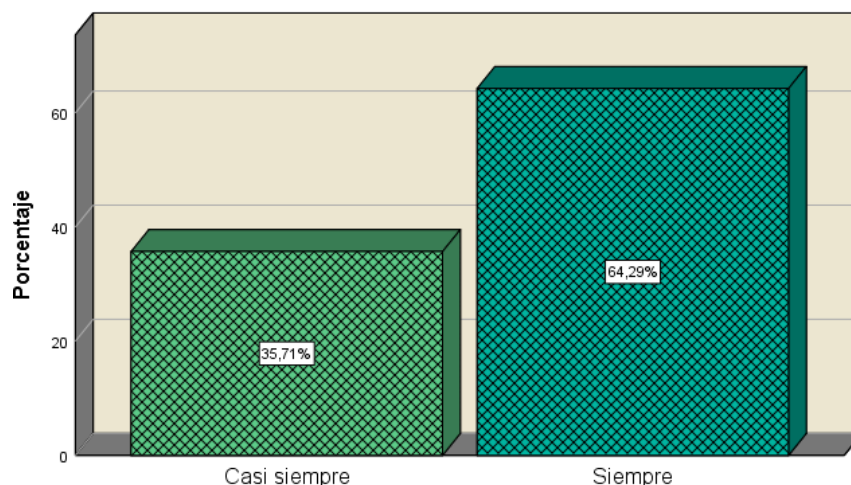
Tabla 37

El trabajo está adecuadamente organizado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	Casi siempre	15	35,7	35,7	35,7
	Siempre	27	64,3	64,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Figura 30

El trabajo está adecuadamente organizado



Sobre la pregunta, los encuestados manifestaron que siempre 64,3% siendo representados por 27 personas. Asimismo, un 35,7%, manifiesta que casi siempre un total de 15 personas de la muestra. En conclusión, el trabajo está adecuadamente organizado en el negocio.

4.3. Prueba de normalidad

La investigación tiene como propósito hallar el grado de relación entre las variables, para obtener los resultados idóneos se realizan a través de pruebas estadísticas por utilizar: el primero es la de R de Pearson, que viene hacer una prueba paramétrica, y la segunda es el RHO de Spearman, que es una prueba de naturaleza no paramétrica.

Para discernir sus puntos de vista hacemos uso de la Prueba de Normalidad, facilitándonos esta la solución en base al tamaño de la muestra y seguidamente al valor de significancia. La mencionada prueba de normalidad se obtiene en relación a la base del uso de los tests estadísticos:

Tabla 38

Resultados de la prueba de normalidad

	Kolmogorov - Smirnov			Shapiro – Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Competitividad	,204	42	,000	,868	42	,000
Productividad	,400	42	,000	,631	42	,000

La prueba de normalidad se obtiene en relación a la base del uso de dos test estadísticos:

Shapiro - Wilk: Se hace uso ante el caso que la muestra es menor que 50.

Kolmogorov - Smirnov: Se usa ante el caso que la muestra sea mayor de 50.

Bajo la premisa descrita sobre los test estadísticos procedemos a evaluar:

En cuanto al nivel de significancia, este es menor que 0.05 sobre los datos, reflejándose que no son normales, entonces se utiliza el RHO de Spearman.

En cuanto a la prueba de normalidad, se realizó para dar a conocer el estadístico que se hará uso en la prueba de las hipótesis, obteniéndose un resultado en relación al grado de significancia que es menor a 0.05, Shapiro-Wilk nos indica que debemos utilizar el Rho de Spearman a fin de realizar la contratación de las hipótesis citadas en la presente investigación.

4.4. Rho de Spearman

Tabla 49

Interpretación de resultados del Rho de Pearson

Valor	Significado correlacional
-1	negativa grande y perfecta
-9 a -0.99	negativa muy alta
-0.7 a -0.89	negativa alta
-0.4 a -0.69	negativa moderada
-0.2 a -0.39	negativa baja
-0.01 a -0.19	negativa muy baja
0	nula
0.01 a 0.19	positiva muy baja
0.2 a 0.39	positiva baja
0.4 a 0.69	positiva moderada
0.7 a 0.89	positiva alta
0.9 a 0.99	positiva muy alta
1	grande y perfecta

4.5. Hipótesis General

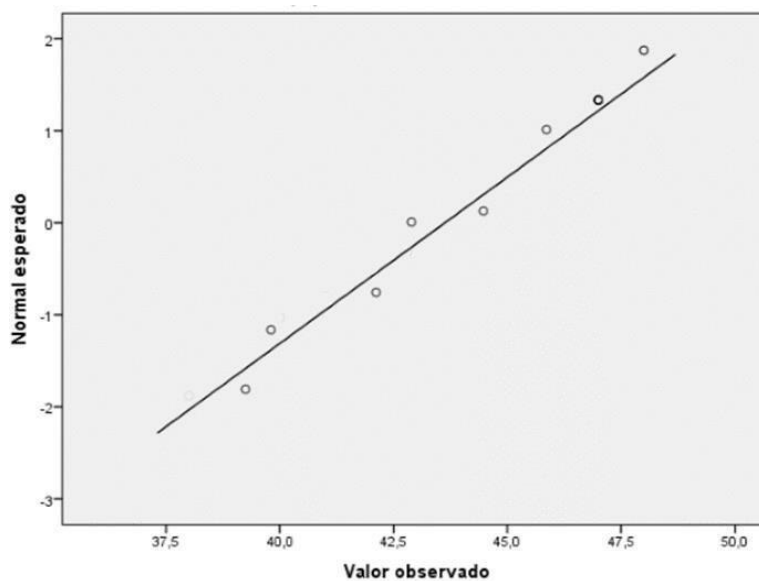
Tabla 40

Resultado de la correlación entre la variable 1 y la variable 2

			Competitividad	Productividad
Rho de Spearman	Competitividad	Coefficiente de correlación	1,000	,169
		Sig.	.	,284
		N	42	42
	Productividad	Coefficiente de correlación	,169	1,000
		Sig.	,284	.
		N	42	42

Figura 31

Resultado de la correlación entre la variable 1 y la variable 2



Se puede observar que el nivel es bastante significativo representando (0,02), con respecto al resultado del Rho de Spearman (0,16) podemos decir que hay vinculación positiva muy baja respecto a la competitividad y productividad, concluyéndose se aprueba la hipótesis general.

4.5.1. Hipótesis Específica 1

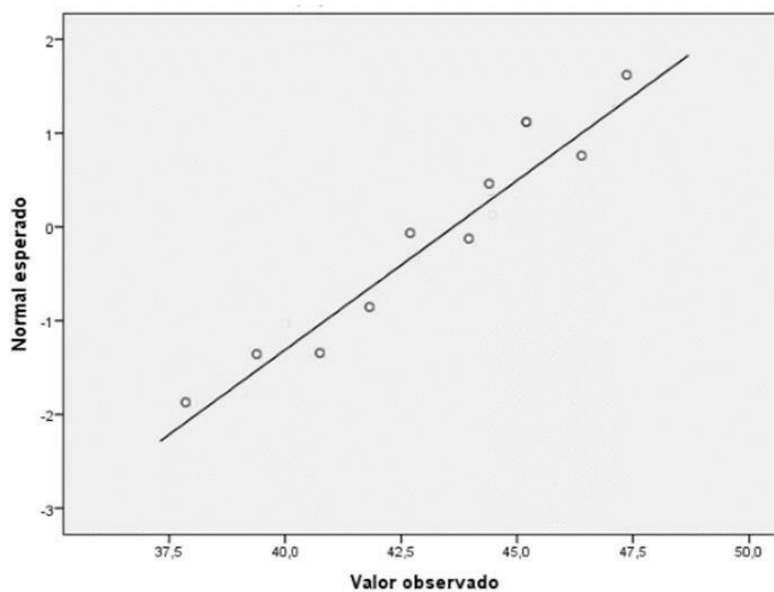
Tabla 41

Resultado de la correlación entre la dimensión 1, V2, con la variable 1

			Competitividad	Efectividad
Rho de Spearman	Competitividad	Coefficiente de correlación	1,000	,023
		Sig.	.	,887
		N	42	42
	Efectividad	Coefficiente de correlación	,023	1,000
		Sig.	,887	.
		N	42	42

Figura 32

Resultado de la correlación entre la dimensión 1, V2, con la variable 1



Se puede observar que el nivel de significancia es ($,887$) es mayor a $0,05$ entonces podemos afirmar que no existe relación entre la competitividad y la efectividad. Esto lleva, a rechazar la primera hipótesis específica.

4.5.2. Hipótesis Específica 2

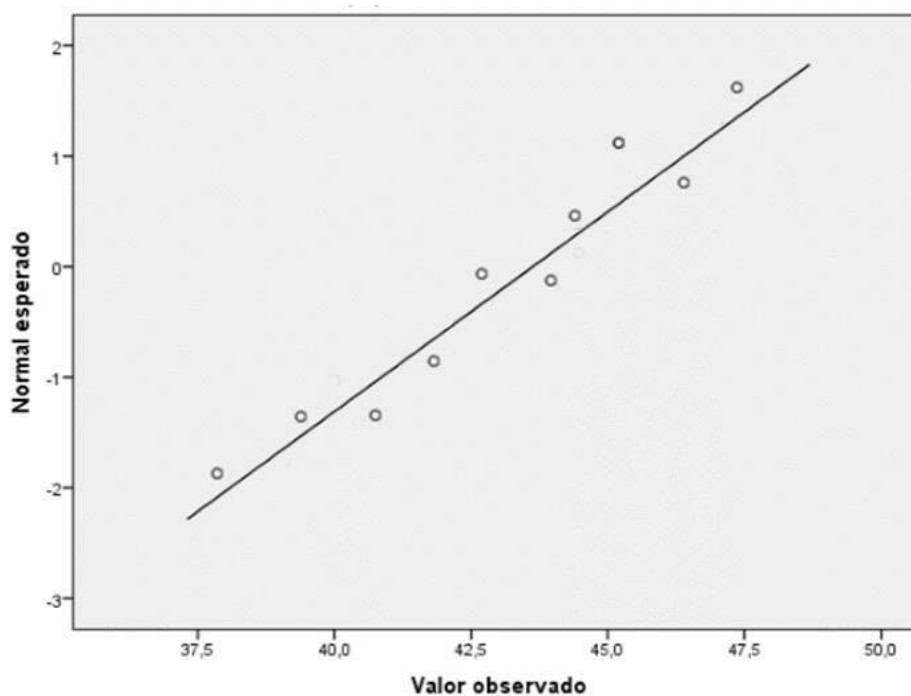
Tabla 42

Resultado de la correlación entre la dimensión 2, V2, con la variable 1

			Competitividad	Eficiencia
Rho de Spearman	Competitividad	Coefficiente de correlación	1,000	,410**
		Sig.	.	,007
		N	42	42
	Eficiencia	Coefficiente de correlación	,410**	1,000
		Sig.	,007	.
		N	42	42

Figura 33

Resultado de la correlación entre la dimensión 2, V2, con la variable 1



Se observa que nuestro nivel de significancia es (0,007) y en cuanto al resultado del Rho de Spearman esta representa (0,410), entonces se puede afirmar que hay una relación positiva moderada sobre la competitividad y la dimensión eficiencia, aprobándose la segunda hipótesis específica.

4.5.3. Hipótesis Específica 3

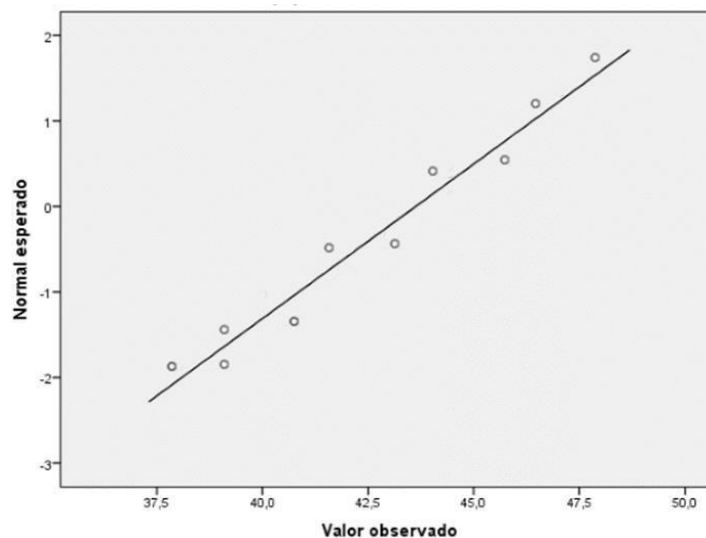
Tabla 43

Resultado de la correlación entre la dimensión 3, V2, con la variable 1

		Competitividad	Eficacia
Rho de Spearman	Competitividad	Coefficiente de correlación	,138
		Sig.	,385
		N	42
	Eficacia	Coefficiente de correlación	,138
		Sig.	,385
		N	42

Figura 34

Resultado de la correlación entre la dimensión 3, V2, con la variable 1



Del resultado obtenido se advierte que el nivel es significativo (0,385) y con respecto al resultado del Rho de Spearman es (0,138), se afirma que existe relación positiva muy baja entre la competitividad y mi eficiencia, por ello podemos decir que se aprobó la tercera hipótesis específica.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Sobre la correlación de naturaleza positiva, esta es de nivel muy baja existente entre la competitividad y productividad con un 0.169 de Rho de Spearman. Al respecto, Castro (2018) reafirma que falta a los dueños de las empresas ser más profesionales en temas de gestión empresarial por lo tanto limita su sostenibilidad como negocio en el tiempo, aun los dueños de las mypes no consideran importante para la capacitación para sus colaboradores porque aún lo ven como un gasto y mas no como una buena inversión. Finalmente, el acceso al crédito sigue siendo un inconveniente para las mypes por el costo de asesoría que deben requerir ante una entidad bancaria.

Es por esta razón, la no relación entre la competitividad y la efectividad sólo confirma lo cambiante y multifactorial que puede ser el sector de las mypes. Ibarra-González et al. (2017) menciona que las empresas presentan un nivel de competitividad bajo porque los dueños no tienen visión a futuro, no utilizan las finanzas para conocer verdaderamente como se encuentran el aspecto económico y financiero del negocio. Finalmente, los empresarios deben dejar de lado la administración tradicional por un cambio hacia una cultura empresarial alineada a estos tiempos actuales.

También, la correlación de índole positiva moderada existente entre la competitividad y eficiencia con un 0.41 de la Rho de Spearman. Ponce y Zevallos (2016) afirma que en las mypes la innovación no es exclusividad de las empresas grandes, existiendo en las mypes, y no se necesita grandes inversiones o de tecnología avanzada, pero si de una concientización de cultura relacionada al aprendizaje y a cambios, se sugiere que cada empresa con los conocimientos que se cuenta pueda utilizarlos para competir y generar innovaciones en su producto y servicio, también el uso de la tecnología mediante las redes sociales que no demanda gran costo. Finalmente, en las mypes los trabajadores deben impulsar el trabajo en equipo, mediante un procedimiento con visión, comunicación, ser crítico a sí mismo y asumir riesgos.

Finalmente, en la correlación positiva muy baja de 0.138 del Rho Spearman que corresponde a la competitividad y la eficacia. Rubio y Buitrago (2019) menciona que en Colombia las mypes representan el 96%, y es complicado que las mypes tengan competitividad de manera individual, por lo tanto, el estado debe fomentar y favorecer con políticas públicas para fortalecer las mypes mediante las asociaciones vinculadas a las innovaciones y mejor uso de la tecnología y así sea una alternativa de posicionarse en el mercado local y porque no en el mercado extranjero.

VI. CONCLUSIONES

6.1. En relación con la hipótesis general se demuestra, que existe una estrecha vinculación significativa sobre las variables competitividad y productividad, permitiendo establecer un nivel de correlación significativa de (0.284) con un rendimiento del Rho de Spearman de (0,169). Señalo que la competitividad se define como la capacidad que genera mejor satisfacción dirigido a los clientes, y la productividad es eficaz cuando la empresa genera mayores ingresos que sus gastos.

6.2. En la primera hipótesis específica donde no existe correlación entre la competitividad y la eficiencia se puede deducir, las empresas deben trazar un objetivo a corto plazo para poder generar resultados y a vez saber que les gusta a los clientes y así satisfacer sus necesidades.

6.3. En cuanto a la segunda hipótesis específica se ha demostrado, una existencia de relación significativa sobre la variable competitividad y la dimensión eficiencia con el nivel de correlación de naturaleza significativa de (0.007) y un rendimiento de Spearman de (0,410). Se establece que el objetivo general de las organizaciones es brindar servicios o producir productos, cumpliendo con los estándares que demanden en lo más mínimo el esfuerzo, gastos o desperdicios. A su vez ello permite disminuir los costes y mejorar los resultados de las compañías.

6.4. Con respecto a la tercera hipótesis específica, esta demuestra, la vinculación existente significativa sobre la competitividad y eficacia, con un nivel de correlación de naturaleza significativa de (0.385) y con un rendimiento de Spearman de (0,138). Se deduce que la eficacia es el grado que toda empresa aspira para alcanzar permitiendo esto cumplir con sus objetivos trazados o la actuación que se emplea a fin de cumplir con la meta. Por ello la eficacia busca resultados para una acción presentada, a su vez orienta la función administrativa.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones formuladas se encuentran debidamente fundamentadas en los resultados y conclusiones de la presente investigación.

7.1. De acuerdo con la hipótesis general, se afirma que esta generara un ambiente de competitividad permitiendo elevar la productividad de las mypes de San Juan de Lurigancho, en consecuencia, las micros y pequeñas empresas podrán incursionar en los mercados de índole local, regional, nacional e internacional.

7.2. Basándonos en los resultados del planteamiento del problema y la hipótesis, esta generara un ambiente de competitividad permitiendo elevar la efectividad en las mypes de San Juan de Lurigancho en grado estadísticamente razonable, es por ello, que la competitividad debe estar presente en toda organización, teniendo presente la innovación que nos permite darle un valor agregado a nuestro producto o servicios. tecnología, flexibilidad productiva y agilidad comercial.

7.3. La competitividad es un factor que influye generando un ambiente permitiendo elevar la eficiencia en las mypes del distrito de San de Lurigancho en grado estadísticamente razonable; por ende, la tecnología y la flexibilidad productiva estimulará una estrecha relación con los grupos de interés (factores a nivel interno y externo), ya que dentro del ámbito empresarial permitirá el incremento de la competitividad, a través de las ventajas dadas estratégicamente.

7.4. La competitividad viene hacer un indicador que incidirá en la agilidad comercial, propiciando esta generar un ambiente permitiendo elevar la eficacia en las mypes del distrito de San de Lurigancho en grado estadísticamente razonable; en consecuencia, se afirma que los resultados se obtendrán en el mediano y largo plazo, como producto de haberse insertado en el mercado de índole local, regional, nacional e internacional.

VIII. REFERENCIAS

- Arbaiza, L. (2014). *Como elaborar una tesis de grado*. Esan ediciones.
- Arzubi, A. (2003). *Análisis de Eficiencia sobre Explotaciones Lecheras de la Argentina*. [Tesis de doctorado]. Universidad de Cordoba.
- Ballou, R. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro* (5 ed.). Pearson.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Bernal, C. & Sierra, H. (2013). *Proceso Administrativo* (2 ed.). Pearson.
- CA Technologies. (2016). *Agilidad empresarial, guía de supervivencia*:
<https://www.ca.com/content/dam/ca/ar/files/ebook/business-agility-survival-guide.pdf>
- Cabrera-Martínez, A., López-López, P. & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Documentos de investigación. Administración de empresas*. Universidad Central. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2016597
- Cámara de Comercio de Lima. (10 de diciembre de 2018). *Urge mejorar la competitividad de las mypes*:
https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r857_3/eventos%202.pdf
- Castaño, L. & Gutiérrez, A. (2011). *Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO*. [Tesis de grado, Universidad Tecnológica de Pereira]. Repositorio Institucional de la Universidad Tecnológica de Pereira
<https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/bbc6a09c-e31c-43d2-a4b8-d8da8fac6f3b/content>
- Castro, J. (2018). Factores determinantes en la competitividad de las micro y pequeñas empresas (mypes) del municipio de Xicotepéc, Puebla. *Revista Iberoamericana de producción académica y gestión educativa*, 5(10), pp. 1-16.
<http://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/760/1083>.

- Chávez, J., Olguín, J. & Guzmán, J. (2014). Innovación y competitividad. Necesidad en Mypes comerciales. *Red internacional de investigadores en competitividad*, 8(1), pp. 1212-1229. <https://riico.net/index.php/riico/article/view/1209>.
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración* (8 ed.). McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2018). *Gestión del talento humano* (4 ed.). Mc Graw Hill.
- De Pablo, K. (2008). *El capital intelectual en la competitividad de las empresas exportadoras del estado de Oaxaca* [Tesis de doctorado, Instituto Tecnológico de Oaxaca]. <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/kapc/kapc.zip>
- Dessler, G. & Varela, R. (2017). *Administración de recursos humanos*. (6 ed.). Pearson Educación.
- Díaz, N., Leal, M., & Urdaneta, A. (2018). ADN organizacional y productividad en las empresas familiares. *Desarrollo gerencial*, 10(1), pp. 105-122. <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/2987>.
- Dussel, E. (2001). *Un análisis de la competitividad de las exportaciones de prendas de vestir en Centroamérica utilizando los programas y la metodología can y magic. Serie estudios y perspectivas*. Naciones Unidas. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/4875/S01030302_es.pdf
- Erazo, M. (2019). *Estrategia competitiva y financiación a corto plazo de las mypes de la ciudad de Huacho, año 2017*. [Tesis de maestría]. Universidad Nacional Federico Villareal.
- Fonseca, R. (2015). *Competitividad, la clave del éxito empresarial*. Alfaomega.
- Gutierrez, H. (2014). *Calidad y productividad*. (4ta. ed.). Mc Graw Hill.
- Gutierrez, P., & Huaman, F. (2014). *Influencia de la motivación laboral en la productividad en la financiera uno Oechsle - Huancayo*. [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional del Centro del Perú.

- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernandez, R., Fernandez, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6 ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernandez, S., & Pulido, A. (2011). *Fundamentos de gestion empresarial, enfoque basado en competencias*. Editorial Mc Graw Hill.
- Hurtado, O. (2019). *Mejoramiento continuo y la productividad de una empresa privada, año 2018*. [Tesis de maestría]. Universidad Nacional Federico Villareal.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*. *Estudios Fronterizos*, 18(35), pp. 107-130. <https://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración. Una perspectiva global y empresarial* (14 ed.). McGraw Hill Interamericana Editores.
- Loayza, G., & Curasma, S. (2014). *Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo*. *Apunt. cienc. soc.* 04(01), pp. 15-24. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5042942.pdf>.
- Lombana, J., & Rozas, S. (2008). *Marco analítico de la competitividad Fundamentos para el estudio de la competitividad regional*. *Pensamiento y gestión*, 26(1), 1-38. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a02.pdf>.
- López, J. (2013). *Productividad*. <https://books.google.com.pe/books?id=ObSOAgAAQBAJ&printsecISBN:9781463374792>
- Louffat, E. (2013). *Administracion del Potencial Humano*.(2da. ed.). Cengage Learning.

- Martínez, C. (1995). Del concepto de productividad en el management clásico al concepto de eficacia en el management contemporáneo. *Gestión*, 66-79. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/viewFile/19135/20081>.
- Medrano, M. (2017). *Competitividad y calidad de los servicios públicos en la gestión de la Municipalidad Provincial de Barranca - 2016*. [Tesis de Maestría]. Universidad Cesar Vallejo.
- Mokate, K. (2009). *Diseño y gerencia de políticas para empresas*. McGraw-Hill.
- Morales, M., & Pech, J. (2000). *Contaduría y administración. Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias centrales y el enfoque basado en los recursos*. Instituto Tecnológico de Mérida. http://www.talentohumano.co/inicio/images/libros/Morales_Gonzalez_Competitividad_y_Estrategia.pdf.
- Muñoz, M. (2018). *La Competitividad Productiva y la Cultura Organizacional en las MYPES de confecciones textiles de Gamarra, 2017*. [Tesis de maestría]. Universidad Cesar Vallejo.
- Ponce, F. y Zevallos, E. (2016). *La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible*. *Revista PUCP*, 48-68.
- Porter, M. (2014). *Estrategias Competitiva- Técnica para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. Cecsá .
- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia* (2 ed.). Grupo Editorial Patria.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración*. (10ma. ed.). Pearson.
- Robbins, S. y Judge, T. (2017). *Comportamiento Organizacional* (17 ed.). Pearson.
- Romero, H. (2011). *La administración y el posicionamiento de las empresas por medio de las tecnologías de información*. [Tesis de Maestría]. Instituto Politécnico Nacional. <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/10847/2-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rubio, G. y Buitrago, A. (2019). *Análisis de competitividad del sector micro empresarial colombiano: una mirada con enfoque asociativo*. *Revista de Micro e Pequeñas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco*, 5(1), 178-188. <http://www.fatecosasco.edu.br/fatecosasco/ojs/index.php/remipe/article/view/193/150>
- Salazar, C. (2019). *La influencia de la productividad empresarial en la competitividad de las medianas empresas manufactureras textiles del cantón Quito en la provincia de Pichincha-Ecuador*. [Tesis de Doctorado]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Teixido, M. (2013). Innovación y Territorio para el Desarrollo: Estudio de caso de una firma industria mediana ubicada en Campana, Buenos Aires, Argentina. *Innovación y Desarrollo*. 3(3). pp. 122–122. http://www.ungs.edu.ar/ms_ungs/wp-content/uploads/2013/12/Tesis_Teixido.pdf
- Vara , A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis. Cómo elaborar y asesorar una tesis para Ciencias Administrativas, Finanzas, Ciencias Sociales y Humanidades*. Universidad San Martín de Porres.

IX. ANEXOS

ANEXO A

Matriz de consistencia

COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MPYES DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO AÑO 2019.																																																					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES																																																		
<p>Problema general</p> <p>¿De qué manera, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la productividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿De qué modo, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la efectividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019?</p> <p>¿De qué forma, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficiencia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019?</p> <p>¿De qué manera, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficacia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Demostrar que, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la productividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Establecer como, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la efectividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.</p> <p>Estipular como, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficiencia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.</p> <p>Determinar cómo, generando un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficacia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Generar un ambiente de competitividad permitiría elevar la productividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Generar un ambiente de competitividad permitiría elevar la efectividad de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.</p> <p>Generar un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficiencia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.</p> <p>Generar un ambiente de competitividad permitiría elevar la eficacia de las mypes del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2019.</p>	<p>Variable independiente (X): competitividad</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Escala</th> <th>Alternativa de respuesta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Innovación</td> <td>Diseño y desarrollo</td> <td>1, 2, 3</td> <td rowspan="8">Ordinal</td> <td rowspan="8">(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indiferente (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo</td> </tr> <tr> <td>Distribución</td> <td>4, 5</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Tecnología</td> <td>Redes sociales</td> <td>6, 7</td> </tr> <tr> <td>Equipo de computo</td> <td>8, 9, 10</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Flexibilidad productiva</td> <td>Operativa</td> <td>11, 12</td> </tr> <tr> <td>Expansión de mercado</td> <td>13, 14, 15</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Agilidad comercial</td> <td>Conectividad</td> <td>16, 17</td> </tr> <tr> <td>Velocidad de respuesta</td> <td>18, 19, 20</td> </tr> </tbody> </table> <p>Variable dependiente (Y): productividad</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> <th>Ítems</th> <th>Escala</th> <th>Alternativa de respuesta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Efectividad</td> <td>Objetivos planteados.</td> <td>1, 2</td> <td rowspan="6">Ordinal</td> <td rowspan="6">(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indiferente (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo</td> </tr> <tr> <td>Calidad.</td> <td>3, 4</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Eficiencia</td> <td>Usos óptimos de recursos.</td> <td>5, 6</td> </tr> <tr> <td>Cumplimiento de obligaciones.</td> <td>7, 8</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Eficacia</td> <td>Logro de metas.</td> <td>9, 10</td> </tr> <tr> <td>Producir alternativas creativas.</td> <td>11, 12</td> </tr> </tbody> </table>		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Alternativa de respuesta	Innovación	Diseño y desarrollo	1, 2, 3	Ordinal	(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indiferente (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo	Distribución	4, 5	Tecnología	Redes sociales	6, 7	Equipo de computo	8, 9, 10	Flexibilidad productiva	Operativa	11, 12	Expansión de mercado	13, 14, 15	Agilidad comercial	Conectividad	16, 17	Velocidad de respuesta	18, 19, 20	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Alternativa de respuesta	Efectividad	Objetivos planteados.	1, 2	Ordinal	(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indiferente (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo	Calidad.	3, 4	Eficiencia	Usos óptimos de recursos.	5, 6	Cumplimiento de obligaciones.	7, 8	Eficacia	Logro de metas.	9, 10	Producir alternativas creativas.	11, 12
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Alternativa de respuesta																																																	
Innovación	Diseño y desarrollo	1, 2, 3	Ordinal	(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indiferente (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo																																																	
	Distribución	4, 5																																																			
Tecnología	Redes sociales	6, 7																																																			
	Equipo de computo	8, 9, 10																																																			
Flexibilidad productiva	Operativa	11, 12																																																			
	Expansión de mercado	13, 14, 15																																																			
Agilidad comercial	Conectividad	16, 17																																																			
	Velocidad de respuesta	18, 19, 20																																																			
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Alternativa de respuesta																																																	
Efectividad	Objetivos planteados.	1, 2	Ordinal	(1) Totalmente de acuerdo. (2) De acuerdo (3) Indiferente (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo																																																	
	Calidad.	3, 4																																																			
Eficiencia	Usos óptimos de recursos.	5, 6																																																			
	Cumplimiento de obligaciones.	7, 8																																																			
Eficacia	Logro de metas.	9, 10																																																			
	Producir alternativas creativas.	11, 12																																																			
<p>METODOLOGÍA</p> <p>Tipo de investigación: explicativo (correlacional-causal) Diseño: No experimental – de corte transversal Población: 77 representantes legales Muestra: 42 representantes legales Muestreo: No Probabilístico</p>																																																					

ANEXO B

Validación y confiabilidad de instrumentos

Validez. Es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir. Se logra cuando se demuestra que el instrumento refleja el concepto abstracto a través de sus indicadores empíricos (Hernández y Mendoza, 2018).

La validez de expertos se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable de interés, de acuerdo con expertos en el tema (Hernández y Mendoza, 2018).

Tabla 44

Expertos durante la evaluación de los instrumentos de la variable competitividad

Experto			Dominio	Decisión
Dr.	Segundo	Sanchez	Estadístico – temático	si existe suficiencia
Sotomayor				
Mag. Mario Sanchez Camargo			Metodologo	si existe suficiencia

Tabla 45

Expertos durante la evaluación de los instrumentos de la variable productividad

Experto			Dominio	Decisión
Dr.	Segundo	Sanchez	Estadístico – temático	si existe suficiencia
Sotomayor				
Mag. Mario Sanchez Camargo			Metodologo	si existe suficiencia

ANEXO C

Validación de instrumentos por los expertos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable competitividad

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Innovación								
01	¿Usted en su trabajo aplica mejoras de marketing relacionado al desarrollo de nuevas herramientas de atracción a clientes?	X		X		X		
02	¿En las actividades que usted realiza se ejecutan tareas de investigación y desarrollo para cumplir las metas de trabajo a corto plazo?	X		X		X		
03	¿Las actividades que realiza cumplen metas de acuerdo a lo que usted planifica?	X		X		X		
04	¿Cree usted que se aplica una distribución adecuada de productos que benefician a los clientes y por consecuencia fidelizarlos?	X		X		X		
05	¿Cree que los clientes están satisfechos con la atención y distribución de su negocio?	X		X		X		
DIMENSION 2: Tecnología								
06	¿Maneja redes sociales para tener contacto cercano con el cliente?	X		X		X		
07	¿Cree usted que se utilizan adecuadamente y oportunamente las redes sociales en su negocio?	X		X		X		
08	¿Cree usted que desarrolla un trabajo rápido y eficiente utilizando un equipo de cómputo con software adecuados?	X		X		X		
09	¿Desarrolla sus actividades con ayuda de software de nueva generación?	X		X		X		
10	¿Usted utiliza el portal virtual de su negocio para brindar información y respuestas a los clientes?	X		X		X		
DIMENSION 3: Flexibilidad productiva								
11	¿En sus actividades se implementan ideas vinculadas a satisfacer las nuevas necesidades de los clientes?	X		X		X		
12	¿Se diseñan y coordinan estrategias empresariales productivas en su negocio?	X		X		X		
13	¿Se realizan estudios de mercado para mejorar la gestión de su negocio?	X		X		X		
14	¿Considera usted que la municipalidad apoya a las Mypes con el fin de asesorarlos en gestión empresarial?	X		X		X		
15	¿Se han aplicado estudios y encuestas sobre el nivel de competitividad con relación a otros negocios?	X		X		X		
DIMENSION 4: Agilidad comercial								
16	¿Se atienden las necesidades de los clientes?	X		X		X		

17	¿Se realizan actividades productivas a mediano plazo para generar mayor productividad en su negocio?	X		X		X		
18	¿Se aplican estrategias para dar una respuesta inmediata a las necesidades de los clientes?	X		X		X		
19	¿Considera que se brinda una adecuada atención a los clientes por parte de usted?	X		X		X		
20	¿Se utiliza mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio para generar la sostenibilidad de su negocio en el tiempo?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: SANCHEZ SOTOHAYUR, SEGUNDO RAMIRO

Especialidad del validador: ESTADISTICO TEMATICO

02 de Abril del 2019

[Firma]
Firma del Experto Informante.



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable competitividad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Innovación								
01	¿Usted en su trabajo aplica mejoras de marketing relacionado al desarrollo de nuevas herramientas de atracción a clientes?	X		X		X		
02	¿En las actividades que usted realiza se ejecutan tareas de investigación y desarrollo para cumplir las metas de trabajo a corto plazo?	X		X		X		
03	¿Las actividades que realiza cumplen metas de acuerdo a lo que usted planifica?	X		X		X		
04	¿Cree usted que se aplica una distribución adecuada de productos que benefician a los clientes y por consecuencia fidelizarlos?	X		X		X		
05	¿Cree que los clientes están satisfechos con la atención y distribución de su negocio?	X		X		X		
DIMENSION 2: Tecnología								
06	¿Maneja redes sociales para tener contacto cercano con el cliente?	X		X		X		
07	¿Cree usted que se utilizan adecuadamente y oportunamente las redes sociales en su negocio?	X		X		X		
08	¿Cree usted que desarrolla un trabajo rápido y eficiente utilizando un equipo de cómputo con software adecuados?	X		X		X		
09	¿Desarrolla sus actividades con ayuda de software de nueva generación?	X		X		X		
10	¿Usted utiliza el portal virtual de su negocio para brindar información y respuestas a los clientes?	X		X		X		
DIMENSION 3: Flexibilidad productiva								
11	¿En sus actividades se implementan ideas vinculadas a satisfacer las nuevas necesidades de los clientes?	X		X		X		
12	¿Se diseñan y coordinan estrategias empresariales productivas en su negocio?	X		X		X		
13	¿Se realizan estudios de mercado para mejorar la gestión de su negocio?	X		X		X		
14	¿Considera usted que la municipalidad apoya a las Mypes con el fin de asesorarlos en gestión empresarial?	X		X		X		
15	¿Se han aplicado estudios y encuestas sobre el nivel de competitividad con relación a otros negocios?	X		X		X		
DIMENSION 4: Agilidad comercial								
16	¿Se atienden las necesidades de los clientes?	X		X		X		

17	¿Se realizan actividades productivas a mediano plazo para generar mayor productividad en su negocio?	X		X		X		
18	¿Se aplican estrategias para dar una respuesta inmediata a las necesidades de los clientes?	X		X		X		
19	¿Considera que se brinda una adecuada atención a los clientes por parte de usted?	X		X		X		
20	¿Se utiliza mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio para generar la sostenibilidad de su negocio en el tiempo?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Sánchez Camargo Mario Pedro

Especialidad del validador: Psicología

04 de 04 del 2019

Mario Sánchez Camargo

Firma del Experto Informante.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable productividad

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Efectividad								
01	Los objetivos planteados se cumplen a pesar de las dificultades que hubiera en su negocio, es muy buena debido a que la gestión está bien organizada, planeada y dirigida.	X		X		X		
02	Los objetivos planteados no se cumplen por falta de recursos logísticos.	X		X		X		
03	Se trata de mejorar la calidad laboral en su negocio.	X		X		X		
04	La finalidad de lograr los objetivos en su negocio es optimizar la calidad de servicio hacia los clientes.	X	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 2: Eficiencia								
05	Los objetivos en su negocio son siempre logrados gracias a que se planifica y se piensa antes de actuar.	X		X		X		
06	Usted pone el mayor esfuerzo posible en su trabajo, inclusive hace más de lo que tiene que hacer.	X		X		X		
07	El personal en su negocio trabaja bajo la presión adecuada para lograr los objetivos.	X		X		X		
08	El trabajo está adecuadamente organizado en su negocio lo que permite ahorrar recursos, tiempo y dinero.	X		X		X		
Dimensión: Eficacia								
09	Los objetivos en su negocio son siempre logrados gracias a que se planifica y se piensa antes de actuar.	X		X		X		
10	Usted pone el mayor esfuerzo posible en su trabajo, inclusive hace más de lo que tiene que hacer.	X		X		X		
11	El personal en su negocio trabaja bajo la presión adecuada para lograr los objetivos.	X		X		X		
12	El trabajo está adecuadamente organizado en su empresa lo que permite ahorrar recursos, tiempo y dinero.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: SANCHEZ SOTO MAYOR, SEGUNDO RAHRO

Especialidad del validador: ESTADISTICO TEMATICO 02 de 19 del 2019

Juan Sánchez
Firma del Experto Informante.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable productividad

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Efectividad								
01	Los objetivos planteados se cumplen a pesar de las dificultades que hubiera en su negocio, es muy buena debido a que la gestión está bien organizada, planeada y dirigida.	X		X		X		
02	Los objetivos planteados no se cumplen por falta de recursos logísticos.	X		X		X		
03	Se trata de mejorar la calidad laboral en su negocio.	X		X		X		
04	La finalidad de lograr los objetivos en su negocio es optimizar la calidad de servicio hacia los clientes.	X	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 2: Eficiencia								
05	Los objetivos en su negocio son siempre logrados gracias a que se planifica y se piensa antes de actuar.	X		X		X		
06	Usted pone el mayor esfuerzo posible en su trabajo, inclusive hace más de lo que tiene que hacer.	X		X		X		
07	El personal en su negocio trabaja bajo la presión adecuada para lograr los objetivos.	X		X		X		
08	El trabajo está adecuadamente organizado en su negocio lo que permite ahorrar recursos, tiempo y dinero.	X		X		X		
Dimensión: Eficacia								
09	Los objetivos en su negocio son siempre logrados gracias a que se planifica y se piensa antes de actuar.	X		X		X		
10	Usted pone el mayor esfuerzo posible en su trabajo, inclusive hace más de lo que tiene que hacer.	X		X		X		
11	El personal en su negocio trabaja bajo la presión adecuada para lograr los objetivos.	X		X		X		
12	El trabajo está adecuadamente organizado en su empresa lo que permite ahorrar recursos, tiempo y dinero.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Sánchez Camargo Iván Rodolfo

Especialidad del validador: Metodología 04 de 04 del 2019

Iván Sánchez Camargo
Firma del Experto Informante.

ANEXO D

Cuestionario de las variables

	Competitividad	1	2	3	4	5
	DIMENSION 1: Innovación					
01	¿Usted en su trabajo aplica mejoras de marketing relacionado al desarrollo de nuevas herramientas de atracción a clientes?					
02	¿En las actividades que usted realiza se ejecutan tareas de investigación y desarrollo para cumplir las metas de trabajo a corto plazo?					
03	¿Las actividades que realiza cumplen metas de acuerdo a lo que usted planifica?					
04	¿Cree usted que se aplica una distribución adecuada de productos que benefician a los clientes y por consecuencia fidelizarlos?					
05	¿Cree que los clientes están satisfechos con la atención y distribución de su negocio?					
	DIMENSIÓN 2: Tecnología					
06	¿Maneja redes sociales para tener contacto cercano con el cliente?					
07	¿Cree usted que se utilizan adecuadamente y oportunamente las redes sociales en su negocio?					
08	¿Cree usted que desarrolla un trabajo rápido y eficiente utilizando un equipo de cómputo con software adecuados?					
09	¿Desarrolla sus actividades con ayuda de software de nueva generación?					
10	¿Usted utiliza el portal virtual de su negocio para brindar información y respuestas a los clientes?					
	DIMENSIÓN 3: Flexibilidad productiva					
11	¿En sus actividades se implementan ideas vinculadas a satisfacer las nuevas necesidades de los clientes?					
12	¿Se diseñan y coordinan estrategias empresariales productivas en su negocio?					
13	¿Se realizan estudios de mercado para mejorar la gestión de su negocio?					
14	¿Considera usted que la municipalidad apoya a las Mypes con el fin de asesorarlos en gestión empresarial?					
15	¿Se han aplicado estudios y encuestas sobre el nivel de competitividad con relación a otros negocios?					
	DIMENSIÓN 4: Agilidad comercial					
16	¿Se atienden las necesidades de los clientes?					
17	¿Se realizan actividades productivas a mediano plazo para generar mayor productividad en su negocio?					
18	¿Se aplican estrategias para dar una respuesta inmediata a las necesidades de los clientes?					
19	¿Considera que se brinda una adecuada atención a los clientes por parte de usted?					
20	¿Se utiliza mecanismos de entrega a tiempo del producto/servicio para generar la sostenibilidad de su negocio en el tiempo?					

Productividad		Codificación				
N°	Ítems	1	2	3	4	5
DIMENSION 1: Efectividad						
1	Los objetivos planteados se cumplen a pesar de las dificultades que hubiera en su negocio, es muy buena debido a que la gestión está bien organizada, planeada y dirigida.					
2	Los objetivos planteados no se cumplen por falta de recursos logísticos.					
3	Se trata de mejorar la calidad laboral en su negocio.					
4	La finalidad de lograr los objetivos en su negocio es optimizar la calidad de servicio hacia los clientes.					
DIMENSION 2: Eficiencia						
5	Los objetivos en su negocio son siempre logrados gracias a que se planifica y se piensa antes de actuar					
6	Usted pone el mayor esfuerzo posible en su trabajo, inclusive hace más de lo que tiene que hacer.					
7	El personal en su negocio trabaja bajo la presión adecuada para lograr los objetivos.					
8	El trabajo está adecuadamente organizado en su negocio lo que permite ahorrar recursos, tiempo y dinero.					
Dimensión: Eficacia						
9	Los objetivos en su negocio son siempre logrados gracias a que se planifica y se piensa antes de actuar					
10	Usted pone el mayor esfuerzo posible en su trabajo, inclusive hace más de lo que tiene que hacer.					
11	El personal en su negocio trabaja bajo la presión adecuada para lograr los objetivos.					
12	El trabajo está adecuadamente organizado en su empresa lo que permite ahorrar recursos, tiempo y dinero.					