



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN ADMINISTRACION

**Globalización, Administración Estratégica y la Rentabilidad en las pequeñas
empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, 2019**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctor en Administración

AUTOR:

Mgr. Federico Alfredo Suasnabar Ugarte

(ORCID: 0000-0002-4976-6782)

ASESORA:

Dra. Teresa Narváez Aranibar

(ORCID:0000-002-4906-895X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios quien ha permitido que llegue hasta esta parte del camino en mi vida para culminar este anhelo tan grande. A mi Extraordinaria Familia, a quienes por mis estudios y trabajo de siempre no pude compartir con ellos tantos pasajes de la vida misma que me los perdí y que hoy añoro. A mí querido tío Pacho quien desde el cielo gozara más que nadie por este logro. A la Universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad de seguir estos estudios de doctorado y a mis colegas de la Escuela Profesional de Administración cuya amistad hizo más fácil sobrellevar estos largos tres años de estudios.

Agradecimiento

A todas las personas que de una u otra manera se hicieron presentes motivándome a seguir trabajando y no desmayar en el intento. Son muchos a quienes debo agradecer, pero no quiero de dejar mencionar a mis profesores del posgrado cuya amplitud profesional permitió un mejor desarrollo personal. A mi asesora la Dra. Teresa Narváez por su paciencia y empeño para que culminara la investigación, y finalmente a todos esos pequeños empresarios en San Juan de Lurigancho con quienes compartí sueños y dificultades; y en quienes me inspire finalmente para hacer esta investigación para que tengan una alternativa que los ayude a salir adelante no solo a ellos sino a su familia y al país mismo. Gracias.

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don Federico Alfredo Suasnabar Ugarte cuyo título es:

Globalización, Administración Estratégica y la Rentabilidad en las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *15* (número) *Quince* (letras).

Lima, San Juan de Lurigancho 17 de Enero del 2020.



.....
PRESIDENTE
Dr. Guerra Toerres Ronnie



.....
SECRETARIO
Dr. Prado Lopez Hugo



.....
VOCAL
Dra. Narvaez Aranibar Teresa

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Declaratoria de autenticidad

Yo, Federico Alfredo Suasnabar Ugarte identificado con DNI N° 09078477, con el objeto de cumplir con lo dispuesto según el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Escuela de Pos Grado, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaña esta investigación es veraz y auténtica. Siendo el resultado de mi mayor esfuerzo personal. En este trabajo no hay copia, formulaciones, citas, etc. sacadas de cualquier forma sin mencionarse antes su origen o autor. En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

San Juan de Lurigancho, 17 de enero de 2020



Mgtr. Federico Alfredo Suasnabar Ugarte
DNI 09078477

Presentación

Señores miembros del Jurado de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, Filial Lima Este, pongo a vuestra disposición la Tesis titulada: “Globalización, Administración Estratégica y la Rentabilidad en las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, 2019”, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo; a fin de optar el grado de: Doctor en Administración. La finalidad de la presente investigación fue determinar el nivel de relación que existe entre las variables globalización, administración estratégica y rentabilidad, y como esta relación podría reflejarse en la buena marcha de las pequeñas empresas ubicadas en el distrito de San Juan de Lurigancho en el año 2019. La idea fue describir como el fenómeno de la globalización presenta aspectos positivos como también negativos afectando a los países. Son muchos los autores que dicen es positivo, pero hay muchos también que dicen lo contrario. En lo que pueden estar de acuerdo es que afecta de una u otra forma, una vez ingresada a su mercado. Es por ello que las pequeñas empresas deben organizarse mejor y prepararse para enfrentar un mercado más competitivo y exigente teniendo estrategias empresariales que le permitan no solo superar el problema sino ser sostenibles en el tiempo, es decir sean rentables. En el primer capítulo se presentan la realidad problemática, los antecedentes de investigación, la fundamentación científica de las tres variables, las teorías y/o enfoques bajo las que se sustentan, sus dimensiones, indicadores, la justificación, el planteamiento del problema, los objetivos y las hipótesis. En el segundo capítulo se presentan el tipo y diseño de investigación, la operacionalización de variables, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, procedimiento, el método de análisis de datos y aspectos éticos. En el tercer capítulo se presenta el resultado descriptivo y el tratamiento de hipótesis. El cuarto capítulo está dedicado a la discusión de resultados. En el quinto capítulo se exponen las conclusiones de la investigación. En el sexto capítulo se formulan las recomendaciones y por último en el séptimo se presenta la una propuesta, y se cierra con las referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

El autor.

INDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MÉTODO.....	40
2.1 Tipo y Diseño de Investigación.....	40
2.2 Operacionalización de las variables.....	44
2.3 Población y muestra y muestreo.....	48
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	50
2.5 Procedimiento.....	56
2.6 Métodos de análisis de datos.....	56
2.7 Aspectos éticos.....	57
RESULTADOS.....	58
III. DISCUSION.....	91
IV. CONCLUSIONES.....	99
V. RECOMENDACIONES.....	105
VI. PROPUESTA.....	107
REFERENCIAS.....	110
ANEXOS.....	118

- Anexo A: Perú: Baja de empresas, según trimestre, 2016-19
- Anexo B: Lima metropolitana: Bajas de empresas, según ámbito geográfico urbano, 2016-19
- Anexo C: Lima metropolitana: Bajas de empresas según ámbito geográfico urbano y distrito, 2016/19
- Anexo D: Perú: Pequeñas empresas Morosidad promedio con Banca Múltiple
- Anexo E: Perú: Morosidad promedio por estrato empresarial
- Anexo F: Cuadro de Operacionalización
- Anexo G: Perú: Stock y variación neta de empresas
- Anexo H: Matriz de consistencia
- Anexo I: Tabla de especificaciones
- Anexo J: Instrumento de preguntas
- Anexo K: Base de datos
- Anexo L: Validación de expertos
- Anexo M: Artículo científico
- Anexo N: Acta de aprobación de originalidad
- Anexo Ñ: Turnitin aprobado por asesor
- Anexo O: Autorización de publicación (F08)
- Anexo P: Autorización versión final trabajo investigación por posgrado

Índice de tablas

Tabla 1	<i>Alpha de Cronbach para la variable globalización</i>	53
Tabla 2	<i>Alpha de Cronbach para la variable administración estratégica</i>	54
Tabla 3	<i>Alpha de Cronbach para la variable rentabilidad</i>	55
Tabla 4	<i>Tabla de frecuencias de la variable globalización</i>	58
Tabla 5	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión integración económica</i>	59
Tabla 6	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión compromiso político</i>	60
Tabla 7	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión conectividad por internet</i>	61
Tabla 8	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión contactos personales</i>	62
Tabla 9	<i>Tabla de frecuencias de la variable administración estratégica</i>	63
Tabla 10	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión formulación estratégica</i>	64
Tabla 11	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión implantación estratégica</i>	65
Tabla 12	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión evaluación estratégica</i>	66
Tabla 13	<i>Tabla de frecuencias de la variable rentabilidad</i>	67
Tabla 14	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión rentabilidad económica</i>	68
Tabla 15	<i>Tabla de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera</i>	69
Tabla 16	<i>Tabla cruzada entre las variables globalización y administración estratégica</i>	70
Tabla 17	<i>Tabla cruzada entre las variables globalización y rentabilidad</i>	71
Tabla 18	<i>Tabla cruzada entre la dimensión integración económica y la variable administración estratégica</i>	72
Tabla 19	<i>Tabla cruzada entre la dimensión compromiso político y la variable administración estratégica</i>	73

<i>Tabla 20</i>	<i>Tabla cruzada entre la dimensión conectividad por internet y la variable administración estratégica</i>	74
<i>Tabla 21</i>	<i>Tabla cruzada en la dimensión contactos personales y variable administración estratégica</i>	75
<i>Tabla 22</i>	<i>Tabla cruzada entre la dimensión integración económica y la variable rentabilidad</i>	76
<i>Tabla 23</i>	<i>Tabla cruzada entre la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad</i>	77
<i>Tabla 24</i>	<i>Tabla cruzada entre la dimensión conectividad por internet y la variable rentabilidad</i>	78
<i>Tabla 25</i>	<i>Tabla cruzada entre la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad</i>	79
<i>Tabla 26</i>	<i>Prueba de normalidad para las variables y dimensiones</i>	80
<i>Tabla 27</i>	<i>Niveles de correlación bilateral</i>	81
<i>Tabla 28</i>	<i>Prueba de hipótesis general</i>	82
<i>Tabla 29</i>	<i>Prueba de hipótesis específica 1</i>	83
<i>Tabla 30</i>	<i>Prueba de hipótesis específica 2</i>	84
<i>Tabla 31</i>	<i>Prueba de hipótesis específica 3</i>	85
<i>Tabla 32</i>	<i>Prueba de hipótesis específica 4</i>	86
<i>Tabla 33</i>	<i>Prueba de hipótesis específica 5</i>	87
<i>Tabla 34</i>	<i>Prueba de hipótesis específica 6</i>	88
<i>Tabla 35</i>	<i>Prueba de hipótesis específica 7</i>	89
<i>Tabla 36</i>	<i>Prueba de hipótesis específica 8</i>	90

Índices de figuras

<i>Figura 1.</i> Histograma de frecuencias de la variable de globalización.	58
<i>Figura 2.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión integración económica.	59
<i>Figura 3.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión compromiso político.....	60
<i>Figura 4.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión conectividad por internet.	61
<i>Figura 5.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión contactos personales	62
<i>Figura 6.</i> Histograma de frecuencias de la variable administración estratégica	63
<i>Figura 7.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión formulación estratégica.	64
<i>Figura 8.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión implantación estratégica	65
<i>Figura 9.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión evaluación estratégica.	66
<i>Figura 10.</i> Histograma de frecuencias de la variable rentabilidad	67
<i>Figura 11.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión rentabilidad económica.	68
<i>Figura 12.</i> Histograma de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera.	69
<i>Figura 13.</i> Histograma del cruce de variables globalización y administración estratégica ...	70
<i>Figura 14.</i> Histograma del cruce de variables globalización y rentabilidad.	71
<i>Figura 15.</i> Histograma del cruce de la dimensión integración económica y la variable	72
<i>Figura 16.</i> Histograma del cruce de la dimensión compromiso político y la variable administración estratégica.	73
<i>Figura 17.</i> Histograma del cruce de la dimensión conectividad por internet y la variable administración estratégica	74
<i>Figura 18.</i> Histograma del cruce de la dimensión contactos personales y la variable administración estratégica.....	75
<i>Figura 19.</i> Histograma del cruce entre la dimensión integración económica y la variable rentabilidad.	76

<i>Figura 20.</i> Histograma del cruce entre la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad	77
<i>Figura 21.</i> Histograma del cruce entre la dimensión conectividad por internet y la variable rentabilidad	78
<i>Figura 22.</i> Histograma del cruce entre la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad	79

RESUMEN

En los últimos años mucho se ha hablado en el mundo académico y en mundo empresarial de lo perjudicial o de lo ventajoso que resulta para los países estar dentro del círculo que encierra la llamada globalización o mundialización como también se le suele llamar. Pero lo cierto es que este fenómeno se ha ido expandiendo cada vez más en casi todo el mundo, motivado principalmente por el deterioro político de los países con economías centralizadas, lo cual fue beneficioso políticamente para los países que proponían un sistema económico de libre mercado. La adopción de este sistema económico en algunos casos con ciertos matices, por casi todos los países en el mundo –un libre mercado que trae consigo un acelerado flujo del comercio y de las finanzas internacionales- ha hecho que estos países y sus empresas se encuentren con las ventajas y desventajas de la globalización y de lo que les significa especialmente si no están debidamente preparados para enfrentar una competencia de calidad, aspecto que tiene relación con la gestión de la empresa y su rentabilidad. De allí la necesidad de demostrar que las empresas locales para mantenerse competitivas ante la arremetida de competidores -no solo extranjeros sino nacionales también- necesitan crear estrategias que los sostenga y sobretodo las hagan rentables. Como en toda investigación se ha identificado las variables y sus teóricos como es el caso de la globalización con Arribas, Pérez, Choren, Fernández, y Tortosa (2010); el caso de la administración estratégica con David (2003) y en el caso de la rentabilidad con Eslava (2003). Para ello se tuvo como población de estudio a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho las que suman 4,400 entendiéndose como tales a las que concentran de 11 a 100 trabajadores. De esta se derivó una muestra de 134 propietarios o ejecutivos. Se les hizo 60 preguntas. Se aplicó el programa SPSS para saber si tenían o no relación estas variables y demostrar objetivamente que esta es una realidad que se sigue pasando de largo y no se actúa como corresponde a nivel gobierno y muy especialmente a nivel de las propias pequeñas empresas del distrito, materia de esta investigación.

Palabras clave: globalización, planeamiento, rentabilidad y pequeñas empresas.

SUMMARY

In recent years there has been much talk in the academic world and in the business world of how harmful or advantageous it is for countries to be within the circle that encloses the so-called globalization or globalisation as it is also called. But the truth is that this phenomenon has been expanding more and more in almost the whole world, motivated mainly by the political deterioration of the countries with centralized economies, which was politically beneficial for the countries that proposed a free market economic system. The adoption of this economic system in some cases with certain nuances, by almost every country in the world - a free market that brings with it an accelerated flow of international trade and finance - has made these countries and their companies meet the advantages and disadvantages of globalization and of those especially means if they are not properly prepared to face quality competition, aspect impacts on the management of the company and its profitability. Hence the need to demonstrate that local companies to remain competitive in the face of competitors - not only foreigners but also nationals - need to create strategies that sustain them and, above all, make them profitable. As in any investigation, the variables and their theorists have been identified, as is the case of globalization with Arribas, Perez, Choren, Fernández, A. and Tortosa, E .; the case of strategic management with David (2003) and in the case of profitability with Eslava, J. For this purpose, the small businesses of the district of San Juan de Lurigancho were considered as a study population, which total 4,400, being understood as such to those that concentrate from 11 to 100 workers. From this a sample of 134 owners or executives was derived. They were asked 60 questions. The SPSS program was applied to know whether or not these variables were related and objectively demonstrate that this is a reality that continues to be overlooked and does not act as appropriate at the government level and especially at the level of the small businesses of the district, subject of this investigation.

Keywords: globalization, planning, profitability and small businesses.

I Introducción

La globalización está definida como el proceso de cambio que está llevando a los países y sus instituciones hacia una mayor interdependencia e integración de sus economías. Proceso que se ha acelerado en las últimas décadas causando un aumento espectacular del comercio, la internacionalización de empresas, el intercambio de tecnologías, de conocimiento y en especial un aumento exponencial de los flujos financieros entre los países. Aspectos que cómo se verá en el transcurso de la investigación tiene sus seguidores por sus ventajas, pero que al mismo tiempo también genera oposición de quienes la rechazan por las consecuencias para las economías más vulnerables. Al respecto y a manera de referencias se revisarán algunos estudios realizados en el contexto nacional e internacional de como este fenómeno de la globalización se presenta y afecta de manera favorable o desfavorable a las economías de los países involucrados en lo que se conoce como las economías de libre mercado.

En ese sentido algunos estudios como el de Shahbaz, Mallick, Mahalik, Hammoudeh (2018) *Is globalization detrimental to financial development? Further evidence from a very large emerging economy with significant orientation towards policies*, y que trata específicamente sobre el efecto de la globalización en la India, demuestran que las estimaciones a largo y corto plazo apoyadas por las pruebas de causalidad, han sugerido que el fenómeno de la globalización en todas sus formas (política, social y económica) y su medida en general, así como el caso de la inflación, son perjudiciales para el desarrollo financiero del país, mientras que por el contrario el crecimiento económico y la densidad de población promueve el desarrollo financiero. En concreto Hammoudeh, estudioso de la economía india, considera que la globalización es perjudicial.

Sin embargo, otros estudios también con relación a la India, como el de Jain, (2017) señalan todo lo contrario, es decir que según el autor la globalización en la India ha traído beneficio. En su publicación *Glocal Fashion, Impact of globalization on Indian garment and textile sector* así lo señala cuando concluye en que la globalización impacto en la India, proporcionando un nuevo panorama no solo en la vestimenta y cultura india, sino además en todo lo que tiene relación a ella, como por ejemplo el número de centros comerciales, los institutos y los desfiles

organizados en cuanto a la moda, boutiques, surgimiento de casas de moda, uso de fibras sintéticas, mejora en las habilidades de gestión de los profesionales, una creciente demanda de prendas de vestir confeccionadas, alta competitividad, instalación de nuevas tecnologías para la producción de ropa, el consumismo sostenible y ético, el comercio justo, la transparencia de la cadena de suministro, la moda ecológica y el vestuario ecológico, entre otros.

Por ejemplo, ahí se tiene dos opiniones contradictorias las cuales vienen sustentadas y que no se ponen en duda. Sin embargo, esa contradicción permite adelantar una opinión en el sentido que esa diferencia puede deberse al estar comparando escenarios diferentes, es decir, que el efecto de la globalización es único y dependerá del nivel logrado por el sector en cuanto a las estrategias que pueda estar o no utilizando.

Asimismo, consultado el artículo de Mazumder, (2017) *The impact of globalization on inflation in developing Countries*, el autor pone énfasis en el sentido de que la globalización puede ser conveniente por las ventajas que traslada sin embargo esto trae a la vez desventajas, siendo una de ellas el traslado de los procesos inflacionarios generados al interior de los países. Este estudio señala que, en las últimas cuatro décadas la globalización ha tenido un gran impacto en el ámbito internacional. Partiendo del hecho que hay una mayor fluidez económica entre los países (interdependencia por políticas del libre mercado), lo cual puede apreciarse no solo en las economías más avanzadas, sino incluso en las que se encuentran en desarrollo, pues todas estas incrementaron su relación balanza comercial / PIB en un cincuenta por ciento desde 1970 hasta 2009 pero a su vez esa interdependencia también trajo por consecuencia que los procesos inflacionarios locales se trasladen por la relación que tienen entre las economías. En otras palabras, la globalización implica que las medidas económicas extranjeras podrían estar jugando un papel cada vez mayor en la determinación de las tasas de inflación doméstica a corto plazo.

También puede hacerse referencia al estudio que proporcionan Tsai, Huang, & Yang (2012). *Impact of Globalization on Income Distribution Inequality in 60 Countries* quienes definen que la globalización es un importante fenómeno económico que ha afectado a casi todos los países en este siglo. Sin embargo, señalan que no deja de existir las controversias teóricas sobre el impacto de Globalización en las economías de los países participantes en el comercio internacional. Indican que teóricamente, la globalización puede promover o perjudicar que los

países puedan crecer económicamente. Sin embargo, esta investigación no encontró evidencia que respalde la opinión de que la globalización contribuye a la desigualdad de ingresos. Por el contrario, al observar los resultados comprobaron que la globalización disminuye la desigualdad de ingresos.

En otro estudio, esta vez de Esteves (2000) presentado en la Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, resume que el tema de la globalización en especial en América Latina es abordada por la relación centro-periferia mediante las llamadas “empresas globales” en las que tiene presencia las transnacionales, las mega empresas, las conocidas pymes y las de mayor presencia las micro empresas, en diferentes frentes del escenario económico específicamente en el sector productivo, el financiero y en el de servicios. Sin embargo, este estudio concluye en lo que manifestó Pasqualli (1998) es decir en que la globalización lejos de corregir las desigualdades en los países desarrollados y subdesarrollados más bien mantuvo la explotación de las ventajas comparativas de quienes la ostentan en perjuicio de quienes no las tenían. Todas estas empresas grandes y pequeñas, las primeras concentrando el 90% del mercado mundial, y las ultimas aportando una mínima parte como unidades independientes pero complementarias a las transnacionales, forman parte como se dice de las empresas globales las que responden a una coyuntura y objetivos muy concretos y no a una estrategia permanente para lograr el anhelado desarrollo.

De regreso a la definición inicial de globalización y sumado a las diferentes publicaciones que se acaban de presentar, debe entenderse entonces que la globalización origina diversas opiniones a favor y en contra, pero en lo que todos parece estar de acuerdo es que genera un escenario altamente competitivo, y como consecuencia de ello en especial las pequeñas empresas deben ajustar sus políticas y estrategias para responder ya no solo a los competidores locales sino también a los externos.

Por esa razón es que esta investigación incluye la variable Administración Estratégica como una respuesta firme a ese entorno que se presenta como una amenaza pero que a la vez también podría convertirse en una oportunidad, que dé a las pequeñas empresas una posición ventajosa respecto a su competencia y sobre todo cumplir con sus objetivos.

La variable Administración Estratégica debe ser confirmada mediante una variable adicional como es la de Rentabilidad la cual se define como el beneficio o utilidad obtenida a partir del dinero invertido o también como los dividendos que se reciben como pago por la inversión hecha en un negocio o empresa. Por lo tanto, la inclusión de esa variable permitirá conocer en qué medida las pequeñas empresas están siendo afectadas y para ello que mejor que frente a una variable tan sensible e importante para los pequeños empresarios.

En el caso del Perú, este no ha sido ajeno al fenómeno de la globalización, por el contrario, ha sido uno de los países que mejor aplicaron el modelo de desarrollo propuesto por el FMI desde los años 90, el cual estaba basado en la competencia buscando que su economía este regulada por los mercados. Hoy, se puede decir que el Perú es parte de este mundo globalizado reflejándose en lo social, cultural, económico, y por supuesto en lo político. Sin embargo, ningún gobierno se preocupó de desarrollar su industria ni tampoco de promover el sostenimiento del empresario emprendedor, de tal forma que hoy se tiene empresas extranjeras cada vez con más poder dejando atrás a las nacionales. Las grandes son pocas y no representan peligro para las transnacionales. Uno de los frentes más sensibles con relación al efecto causado por la globalización en el Perú, ha venido por el lado de la invasión de productos textiles que son comercializados alrededor del mundo, dado que sus productores se vieron favorecidos por el bajo costo de su mano de obra. Tal es el caso de China cuyas telas cuando ingresaron al mercado peruano, terminaron reduciendo a casi el 50% la cadena productiva del sector (va desde la producción de materia prima, pasa por la manufactura de las prendas y terminando en su comercialización), en especial cuando empezaron a ingresar ropa terminada afectando al sector textil. Este asunto en su momento fue un problema grave que llevo a muchos empresarios a salir a las calles junto a sus trabajadores para reclamar y pedir un trato justo pues esto los llevaría al cierre, como así finalmente sucedió meses después. El tema fue tratado en un artículo aparecido el 7 de Julio de 2015 en el diario La República, donde se publica una entrevista al señor Leandro Mariátegui, quien en ese momento era presidente del Comité Textil de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), y quien hizo ver que efectivamente la llegada de empresarios chinos junto traería consecuencias graves al mercado peruano pues sus bajos costos dificultaría poder competir a los textil eros locales, lo cual ocasionó que el primer trimestre de ese año este sector cayera en 10% respecto a similar periodo en el 2014. El mismo artículo

menciono que según Aduanas, en el 2014 las importaciones de prendas procedentes de china alcanzaran los 897 millones de dólares, es decir el 50% del total comprado al exterior. Esta situación generó que muchas plantas pequeñas del rubro textil se vieran obligadas a cerrar, y otras que tuvieron que trabajar al 70% de su capacidad productiva.

Evidentemente la apertura del mercado peruano a la llamada economía de libre mercado empezaba a tener sus primeras víctimas y esto se centró en el sector textil. Situación que si bien es cierto el gobierno de turno tomó medidas correctivas, eso no aseguraba que muchas otras pequeñas empresas en otros sectores tuvieran los mismos resultados.

A la fecha y mediante los datos estadísticos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística se sabe que a nivel nacional solo en el III Trimestre de 2019 se habían dado de baja 34,529 empresas. En el II Trimestre 31,165 y en el I Trimestre 31,065. En total 96,759 empresas dadas de baja. Ver Anexo A. Es cierto puede haber muchas razones que generen este resultado, pero la realidad salta a la vista y es que las pequeñas empresas y que decirse de las microempresas del Perú no están preparadas para enfrentar una alta competencia. Lo mismo puede apreciarse en la Anexo B que muestra las empresas dadas de baja en el ámbito geográfico urbano y como puede observarse Lima Este tuvo 3,620 empresas que representan el 20.6% del total de bajas del III Trimestre 2019 y a su vez el 119.1% respecto a similar periodo del año anterior. Esta misma fuente nos muestra el Anexo C para poder observar el caso del distrito de San Juan de Lurigancho –distrito donde se hace la investigación- y muestra que el distrito tuvo en ese periodo 1,264 empresas dadas de baja lo que en comparación a similar periodo del año anterior significo un 104.5%. Y eso podría ocasionar un problema social a la larga y podría resultar más complicado de lo que ahora se vive; por eso debe tomarse todas las medidas para evitarlo. Eso no quita que el país siga siendo un país de emprendedores, pero los resultados no hacen más que evidenciar que sus propietarios o accionistas no cumplen con aspectos básicos que aseguren una buena gestión frente a sus empresas con relación a la competencia. Al respecto el Diario Gestión informo el pasado 10 de enero de 2017 que en el Perú se crean 200,000 startup (empresas innovadoras) anualmente pero que el 90% de ellas no pasa el primer año ¿Por qué? El entrevistado Dr. Alejandro Morales, de Torres y Torres Lara Abogados respondió que se debía a diversos factores como: los CEO e inversionistas de estas empresas innovadoras

cometen errores desde la perspectiva legal, del marketing y del financiamiento; las empresas nacen informales para no pagar impuestos ni registran en planilla a sus trabajadores; y por falta de conocimiento e información. Bien lo dice Avolio (2011) en su artículo Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú, que estas empresas no crecen y hasta desaparecen por diversos factores como son de corte administrativo, operativo, estratégico, externo y hasta personal, es decir no hacen lo que les corresponde y por tanto los resultados. El mismo Diario Gestión volvió a tratar el tema el 1 de noviembre de 2017 cuando reporto que en el Perú 8 de cada 10 empresas fracasan antes de cumplir los 5 años y esta situación no ha cambiado radicalmente si comparamos los datos estadísticos de las empresas dadas de baja. Por otro lado, y si queremos verificar el efecto de una mayor competitividad en los mercados es observando los resultados de la rentabilidad de las pequeñas empresas. Hay varias formas de poder acreditarlo, siendo una de ellas el comportamiento del índice de morosidad, como bien puede observarse el estrato pequeñas empresas en la Anexo D. Debe entenderse a la morosidad como índice que relaciona la falta de pago de los préstamos acordados con las entidades bancarias por parte de los clientes, en este caso las pequeñas empresas. Como puede observarse en ese mismo cuadro, al 31 de octubre de 2019 la pequeña empresa tiene una morosidad de 8.54% lo cual es alta en comparación a los otros estratos empresariales. En realidad, son dos los estratos empresariales en el Perú que están complicados con la morosidad, estos son las pequeñas empresas y las medianas empresas, que tienen 8.54% y 8.46 % respectivamente. Esta información puede visualizarse y compararse frente a los otros estratos empresariales observando la Anexo E. En ese sentido se tiene un informe publicado por el Diario Gestión del 25 de marzo del 2019 donde da cuenta como el índice de morosidad ha aumentado y mantenido en el estrato de las pequeñas empresas.

Para concluir esta primera parte de la investigación se puede decir entonces que siendo el fenómeno de la globalización una posible amenaza a las economías o mercados locales, esta situación se torna más complicada cuando estas adolecen de previsión que ayude a contrarrestar la arremetida externa y que realmente debe ser una respuesta natural por parte de las empresas locales más allá de ser una micro, pequeña, mediana o gran empresa. Al respecto esa respuesta debe ser canalizada mediante la formulación e implementación de estrategias que direccionen a las empresas a tener claro el motivo de su presencia en el mercado, hasta donde van a querer

llegar, cuando quieren llegar, como podrán hacerlo, y muy especialmente conocer con qué recursos pueden contar, ya sean estos económicos, financieros o humanos. De tal forma que todo esto puede traducirse en un elemento básico que es lo que buscan todas las empresas como es el maximizar su valor en el mercado beneficiando en consecuencia a sus accionistas. En otras palabras, esto último está referido a la ansiada rentabilidad. Lo cual por supuesto motiva a sus propietarios y socios a seguir invirtiendo con el consecuente beneficio no solo para ellos sino para todos los stakeholders involucrados.

Una vez efectuada la presentación de la realidad problemática de esta investigación, y antes de pasar a detallar los antecedentes previos y las teorías que se han desarrollado respecto a las variables de estudio, es necesario explicar algunos conceptos que encierra el conocimiento humano y que lo impulsa a querer dar solución a los problemas que la vida laboral y profesional le presenta.

Es por ello que debe empezarse diciendo que el conocimiento es un acto consciente y voluntario por querer saber el porqué de las cosas. Esto en buena cuenta es lo que se conoce como Epistemología. En el sentido estricto para Navarro (2014) la epistemología se define como “... la rama de la filosofía que se encarga de la teoría del conocimiento. Su estudio es muy importante para toda persona interesada en la generación de conocimiento científico, más aun si aspira a ser un miembro activo de lo conocido como comunidad científica” (p.4).

El mismo Navarro (2014) dice que en el estudio de la epistemología son tres los principales conceptos por considerar: conocimiento, ciencia e investigación (p.11).

El conocimiento porque es un proceso mental generador de ideas. La ciencia -aunque por el poco consenso que hay en cuanto su definición- dependerá un poco del enfoque epistemológico del investigador. Y la investigación científica porque es un proceso aceptado y validado que da solución a todas las interrogantes que puedan generarse.

Teniendo como marco el párrafo anterior se procede a derivar el pensamiento siguiente: El ser humano siempre ha tenido interrogantes, siempre se ha cuestionado y cuestiona todo lo que para él no tiene explicación lógica, por eso el conocimiento científico es su mejor aliado para ir respondiendo a sus interrogantes. Por lo tanto, hablar del conocimiento científico es referirse a

la epistemología, la que estudia el saber que finalmente es una mezcla de datos, de opiniones, etc. los que tratados de manera sistemática nos llevan a plantear hipótesis. Hipótesis que se formulan respecto a los fenómenos que se observan y se describen siendo estos uno de los caminos válidos y que la ciencia utiliza.

Finalmente, y para cerrar este tema las razones expuestas desde un punto de vista más filosófico pretenden dar respuesta al porqué de la idea de querer dar solución al problema visualizado en esta investigación.

Enseguida y siguiendo con la estructura de esta investigación se presentan los antecedentes, los cuales son un grupo de trabajos de investigación que tienen relación con esta investigación y que podrán dar datos para definir y delimitar la misma. Estas investigaciones son las siguientes:

Milla (2016) en su tesis “La globalización en la gestión de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de confecciones en San Juan de Lurigancho, periodo 2011 – 2012” tesis doctoral presentada a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Esta tesis tuvo de objetivo general determinar de qué modo la globalización se relaciona con la gestión de las medianas y pequeñas empresas de confecciones de ropa en San Juan de Lurigancho – Lima, y para lo cual tomo como base algunos factores como son los medios de comunicación, la competitividad, la tecnología, apertura de nuevos mercados, el comercio internacional y la inversión extranjera. Desarrolló las teorías expuestas por Ulrich Beck y las de Samuel Certo en lo que respecta a las variables globalización y gestión administrativa respectivamente, las que dicen que la globalización permite que los empresarios puedan reconquistar y volver a disponer de su poder negociador social y político en el marco de un capitalismo democráticamente organizado, desempeñando un papel clave en el desarrollo de la economía, sino también de la sociedad, aun cuando solo fuera por el poder que tienen para privar a la sociedad de sus recursos materiales (capital, impuestos, puestos de trabajo). Y en el caso de la gestión administrativa el procedimiento a seguir para llevar adelante una actividad. La investigación fue de carácter no experimental basadas en dos variables principales teniendo como unidad de análisis a pequeñas y medianas empresas del sector confecciones del distrito de San Juan de Lurigancho, las que sumaban una población aproximada de 498 empresas y a partir de la cual se determinó una muestra de 120 empresas. Concluyo en que la globalización incide positivamente en la gestión de pequeñas y

medianas empresas destacando el hecho de que estas empresas no cuentan con una adecuada infraestructura, equipos y maquinaria; ni tampoco con una tecnología de última generación. El aporte principal de esta tesis es sobre todo la estructura y las bases teóricas que ha utilizado en su desarrollo.

Gago (2014) con la tesis “Impacto de la globalización en las estrategias de Gestión financiera de las cooperativas” presentada para la obtención del grado académico de Doctor en Contabilidad y Finanzas de la Universidad San Martín de Porras. La tesis tiene como objetivo general determinar el impacto de la globalización, en las estrategias de gestión financiera de las cooperativas. Los autores en que basaron la investigación son por un lado Bernd Siebert quien señala que la globalización ha sido el buque insignia de una época comercial que hasta la fecha mantiene una acelerada velocidad haciendo fluir más rápido el comercio de bienes y de capitales, pero que no fue suficiente para evitar las diferencias entre ricos y pobres a pesar de la promesa de reducir la pobreza y desigualdades. Sin embargo, señala que el problema no está en la globalización misma sino en la forma en cómo se le está implementando. En el caso de la gestión financiera desarrollaron la teoría de Jaime Flores quien dice que la gestión financiera es parte de la plataforma de información de toda empresa, la cual debe ser técnica para el procesamiento adecuado de la información y tener así la composición y evolución del patrimonio de la empresa. Información que ayuda de sobremanera a los administradores en la toma de decisiones. Mejor dicho el autor de la tesis también consideraba que la gestión financiera es crucial pues permite tener información sobre cómo evoluciona su inversión explicándole al detalle de los movimientos que va haciendo en beneficio y consolidación de la empresa. En cuanto a la metodología la presente tesis consideró una investigación de tipo aplicada, de nivel explicativo y correlacional. En cuanto al diseño tuvo las características de una por objetivos. La población estuvo constituida por 13,338 trabajadores del sector cooperativo y una muestra total de 68 trabajadores. Concluye la tesis indicando que efectivamente la globalización tiene una incidencia significativa sobre los resultados financieros de las cooperativas y lo deja así indicado en el análisis final de las dimensiones desarrolladas. El aporte de esta tesis será muy importante por lo que significa el diseño por objetivos que se practicó.

Tarapuez, Guzmán y Parra (2016) en su artículo “Estrategia e innovación en la Mí Pymes colombianas ganadoras del premio Innova 2010-2013” y que fuera Publicado en la Revista Estudios Gerenciales de la Universidad ICESI de Colombia. El objetivo fue el de explorar si había o no relación entre parte de las variables de la estrategia empresarial y la innovación que realizan las empresas colombianas que justamente habían ganado un premio a la Innovación organizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, durante los años 2010 al 2013. Su investigación estuvo basada en las teorías proporcionadas por Andrews (1985), Ogliastri (1996), Mintzberg, Quinn y Voyer (1997), Hofer y Schendel (1985, p.4), Ohmae (1989), Porter (1996, p.81), Ansoff (1998, p. 46), Drucker (1999, p. 61), Miles, Snow y Miles (2003), (Prahalad y Hamel (1990), (Barney, 1991). Todos ellos contribuyeron a que los autores de esta investigación consideren que la innovación está relacionada con procesos organizados que dependen muchas veces de los planes estratégicos de una empresa, que les permita afrontar su entorno para conocer la situación económica, la competencia, la evolución tecnológica, su capacidad financiera, el mercadeo y la función administrativa, lo que por supuesto se deriva en obtener una mayor rentabilidad.

Asimismo, esta investigación tiene carácter exploratorio y descriptivo el cual utilizo el análisis de correspondencia múltiple, el que posibilita reducir dimensiones con la menor pérdida de información. Se realizó una encuesta telefónica sobre un total de 43 firmas teniendo respuesta de 27 de ellas (63% de la población). El análisis se hizo mediante estadística descriptiva y luego se aplicó el método de análisis de correspondencias múltiples, con el que se buscó comprobar la asociación las modalidades de los factores asociados. Los resultados arrojaron el perfil de las empresas ganadoras, es decir eran pequeñas, industriales, y contaban con procesos formales implementados, lo que les permiten hacer un seguimiento a los planes estratégicos; por otra parte, estas empresas estimulan la innovación, iniciativas y procesos de cambio. La investigación concluyo en que las empresas en estudio presentan una combinación de procesos estratégicos los que intrínsecamente incluyen el concepto de innovación, además de otras prácticas que desarrollan y que podrían estar generando mejoras en las utilidades de las empresas estudiadas.

Valle, Morales, y Fonseca (2016) mediante su trabajo de investigación *Estrategia Organizacional y la Rentabilidad en empresas del sector automotriz de la zona central del Ecuador*, cuyo objetivo fue el investigar qué relación había entre la estrategia organizacional y la rentabilidad del sector automotriz de la zona central del Ecuador durante los años 2013 al 2015. Inician su marco teórico con lo expuesto por Calderón, Álvarez y Naranjo (2010) quienes se basan en Selznick (1957) respecto a que la estrategia debe basarse en las fortalezas internas y su capacidad para gestionar ventajas frente a sus competidores. Estudian también a Chandler (1962), Ansoff (1965), y Andrews (1971) quienes señalan sobre la importancia de los objetivos y metas a largo plazo, que la estrategia es el medio conductor entre la empresa y las actividades que realice, y por último que es un conjunto de políticas, planes y metas para alcanzar objetivos. Influenciaron asimismo los estudios de Snow (1978), Porter (1980) y a Mintzberg (1991) cuando proponen las llamadas estrategias genéricas y su marco de tipologías. Respecto a esto último a los autores del presente antecedente destacaron la tipología que proponían Miles y Snow que explicaba el comportamiento de muchas organizaciones pertenecientes a diferentes sectores económicos al momento de adoptar decisiones estratégicas de tipo genérico, es decir prospectivas, defensivas, analizadoras y reactivas. La investigación es de diseño longitudinal y retrospectivo pues está referida al estudio de siete empresas comerciales e industriales. Fue una investigación de campo levantando información mediante una encuesta tipo Likert que incluía 24 preguntas enfocadas a cuatro factores de evaluación: mercado, eficiencia, investigación y estructura; aplicándose la tipología de estrategias genéricas. Finalmente fueron evaluadas informaciones secundarias relacionadas a los estados financieros obtenidos de la Superintendencia de Compañías del Ecuador los que fueron sometidos a un análisis de corte cuantitativo mediante los indicadores ROI (rentabilidad sobre los activos) y el EBITDA (Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) para medir la variable rentabilidad. En cuanto a los resultados de las siete empresas evaluadas cinco adoptaron como estrategia la Analizadora, una la prospectiva y la última defensiva. Las analizadoras son empresas que quieren evitar riesgos y destacan por enfocar sus procesos en la mejora de la calidad, la prospectiva porque promueve la creatividad sobre la eficiencia, y la Defensiva porque trabajan mejor en escenarios estables y mejor a largo plazo. En cuanto a la variable rentabilidad tres de las empresas en estudio obtuvieron como ROI resultados promedio de 6,2%, 5,6% y 5,4% los que fueron inferiores al 9% promedio de la industria. Las otras cuatro alcanzaron solo

4%. Por lo tanto, al comparar sus resultados se obtiene que la empresa con mayor nivel de rentabilidad sobre su inversión (6.2% en promedio) y con resultados positivos de EBITDA está identificada dentro de las empresas con tipología de Prospectiva y es la que está más cercana a los resultados del promedio de la industria que es 9%. Mientras que la empresa que adopto como tipología estratégica la defensiva, obtuvo como ROI solo un 1,1%. Concluye el estudio en que las empresas evaluadas evidencian un mayor acercamiento a ser Analizadoras considerando los cuatro factores de evaluación que mencionaban Miles y Snow (mercado, eficiencia, investigación y estructura).

Aguilera, González, y Rodríguez (2011) mediante su trabajo de investigación “Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES. Una evidencia empírica”, presentada en la Universidad Autónoma de Aguascalientes y donde tuvieron como objetivo analizar las variables que tienen relación con el crecimiento y la competitividad de las empresas pertenecientes a diferentes ramas económicas habiéndose considerado para el análisis las ventas (crecimiento) como elemento dependiente, y seis variables que identifiquen su competitividad. Esas variables son: la inversión en publicidad, la calidad, los recursos humanos que tiene, el uso de las Tics, el grado de automatización de la empresa, y la constante innovación. Las teorías en que se apoyaron fueron: Andrews (1998) quien sostenía que las estrategias son un conjunto básico de decisiones que determinan los objetivos y metas los que llevan a las empresas a formular sus planes y donde los factores económicos y humanos son también tomados en consideración como elementos que darán beneficios a los accionistas y la comunidad. También tuvieron a Quinn y Voyer (1998) quienes sostenían que la estrategia es un conjunto de acciones direccionadas a cumplir las metas previstas. Incluyeron también varios autores que explicaban acerca del concepto de competitividad, entre ellos Aragón (2005), Aragón y Rubio (2005 y 2007), Peñaloza (2005), Sandra y Figueroa (2005), quienes en términos generales señalaban que la competitividad básicamente es tener la habilidad para identificar y coordinar los recursos, y de la forma en que están alertas para recibir y reaccionar ante la información que vienen del entorno. Incorporan también otros conceptos relacionados a la competitividad como es el de la diversificación Rumelt (1982). En cuanto a la innovación consideraron a Witt (2002), Furio Blasco (2005) y Berumen (2008) quienes citan a Schumpeter (1912) quien define la innovación como el uso de algo nuevo. Sutton (1980) agrega que la innovación es un proceso que implica

tener nuestros productos y/o servicios con atributos diferentes que son valorados por los clientes. Finalmente, con respecto a la variable recursos humanos, es básico dice Hamel y Prahalad (1994) que estos sean talentosos para precisamente encargarse de innovar. Esta investigación fue de tipo correlacional, no experimental y seccional, además se tuvo una encuesta con 58 preguntas, todas en función a la escala Likert con cinco niveles. La información fue procesada en el programa SPSS. El Alfa de Cronbach fue de 0.952 y para la prueba de hipótesis se trabajó con el análisis de regresión. Los resultados indican que hubo una relación estadísticamente significativa entre las variables llegando al nivel del 95% de confianza.

El estadístico R² indicó que el modelo que practicaron explica un 91,782% de variabilidad en venta metalmecánica. La R² ajustada, que es más conveniente sobre todo para casos donde hay variables independientes, arrojó un 81,9205%. Concluyeron en que sus resultados pueden ser generalizados y por tanto suficientes para inferir recomendaciones.

Perea y Rivas (2007) mediante su artículo Estrategias competitivas para los productores cafetaleros de la región de Córdoba, Veracruz, frente al mercado mundial, buscaron identificar las estrategias competitivas adecuadas que les permita a los productores de café de la zona de Veracruz, hacer frente y competir en un mercado globalizado, donde se caracterizaba por la sobre producción, la competencia de materias primas, el control del grano, y en especial por el complicado descenso de sus precios. Los autores propusieron variables, dimensiones e indicadores luego de analizar las teorías propuestas de varios autores. Estas fueron: La *Innovación* según Schroeder (1992, pp. 98-99) es el motor que empuja el mercado fabricando lo que se puede vender. La *Calidad* según Gaither y Frazier (2000, p. 630) porque es el grado de percepción de la cliente definida por el desempeño del producto o servicio, características, confiabilidad, seguridad y servicio. La *Mercadotecnia* porque con relación a las estrategias de crecimiento se va a poder identificar nuevos clientes, por el diseño de las campañas publicitarias, por los canales de distribución, las políticas de precios, según Jeffrey, H. (2002, p. 116). Además, se tomó en consideración lo señalado por Stanton, Etzel y Walter (1996, p. 98) en cuanto la *Participación en el mercado* pues es la parte proporcional del mercado que se desea capturar reflejado en el volumen de ventas. La *Logística externa* por Diez de Castro et al. (2001, p.267) porque se relaciona con todas las actividades logísticas pasando desde la recepción del producto terminado, su almacenamiento y finalmente su distribución y donde se da cita a otros

actores que tienen que ver con el financiamiento, aseguradoras, almacenamiento y su transporte. La *Lealtad de marca* según Hill et al. (1996, pp. 160-164), esto dependerá de la habilidad de la empresa en poder satisfacer las necesidades de sus clientes y donde se dan cita el liderazgo, la actitud del trabajador, la personalización del servicio, y el tiempo de respuesta a sus requerimientos. También mencionan a Kotter y Schlesinger (1979, p. 57) en cuanto a la *Organización* quienes mencionan la resistencia de las personas a cambiar pues consideran no tener que asumir riesgos. La *Capacitación de la mano de obra* por Mendoza (1998, pp. 61-81) pues es necesario considerar los procedimientos que determinan las necesidades de capacitación. *Recursos financieros* por Gitman, (1986, p. 5) porque de ellos se dispone para mantener la solvencia de la empresa. Y finalmente la *Rentabilidad* y donde Sallenave (1994, pp. 86-101) plantea una rentabilidad compuesta por las ventas, rentabilidad económica, rentabilidad financiera y la rentabilidad del proyecto.

La investigación tuvo como metodología probar primero la correlación entre las variables seleccionadas y luego se aplicó el análisis causal multivariado. Luego, sobre una población de 10,996 productores de café la muestra obtenida fue de 145 productores, realizándose un cuestionario de tipo cuantitativo con un total de 44 ítems. Se utilizó en cada ítem escalas de medición nominal, ordinal por intervalos y de razón. Cada ítem tuvo siete probables respuestas, por la que el encuestado tenía que optar por una respuesta, en caso tuviese más de una respuesta se le asignaba la de mayor porcentaje. Los valores fluctuaban entre 7 y 1 dependiendo si tenía o no mayor impacto en las estrategias de diferenciación. Bajo esa lógica el puntaje máximo que podía alcanzarse sería 44,660 puntos, producto de $145 \times 7 \times 44$ siendo el resultado final 25,947 es decir el 58% del resultado esperado. Los resultados por variable señalan que la Calidad tiene el primer lugar para el 65% de los productores seguido por la rentabilidad con el 79%, el tercer lugar lo ocupa las estrategias de diferenciación. Asimismo, entre la variable dependiente (Estrategias de diferenciación) y las independientes (capacidad de producción, marketing, innovación, organización, capacitación, calidad y rentabilidad) aplicado el spss dio por resultados una correlación con un índice de $R = .858$ lo cual es marcadamente alta.

A continuación, se presentan los teóricos que han estudiado las variables de la presente investigación. Empezando por la variable Globalización:

Según Terrones (2012) indica que la Globalización está referida a la integración económica de todos los países del mundo, siendo un proceso que abarca cuatro componentes fundamentales: “el aumento del comercio internacional, celeridad de los flujos financieros internacionales, la internacionalización de los procesos productivos y a la armonización de las instituciones económicas nacionales” (2010, citado por Larraín & Sachs, 2007). Características que sin lugar a dudas mundialmente se vienen acentuando hace muchos años facilitada con la aplicación del llamado libre mercado.

Terrones también dice que la Globalización es un fenómeno que sigue un proceso causado básicamente por: la nueva estructura geopolítica del mundo (terminada la llamada “guerra fría”); la apertura económica y de intercambios de mercancías -bienes y servicios-; a la liberalización de mercados de capitales; y, a la revolución de la información y la comunicación, que ha conectado al mundo en tiempo real.

Terrones considera que la Globalización tiene las dimensiones siguientes: Económica, Social, Política, Educativo-Cultural, Ecológica y Ética.

Económica, en vista que la globalización es una careta nueva de cómo se expande el capitalismo. Ello se refleja en la apertura económica nacional, reducción o cese de políticas reguladoras o proteccionistas, incremento del comercio internacional de bienes y servicios, el explosivo crecimiento de los mercados financieros, y la prioridad de la innovación tecnológica.

Social, pues la globalización por el contrario de lo que puede pensarse, disgrega, margina y excluye, afectando especialmente a la población más necesitada y quienes más ayuda requieren. Finalmente, la aparición de elevadas tasas de desempleo. Un ejemplo lo tenemos en el emporio Gamarra cuando se tuvo que cerrar empresas de textiles ante la arremetida de los productos chinos.

Política, porque en tanto se venga presentando este proceso las organizaciones políticas llámense los partidos políticos y las organizaciones sindicales tienen la obligación de adecuarse a los nuevos espacios ante los nuevos desafíos que le exige el fenómeno mediante nuevas formas de interrelación y de trabajo en equipo, que les permita nuevas formas de pensar, de actuar, de comportarse y de evaluar objetivos, fines y metas en la sociedad global.

Educativo cultural, porque el proceso de la globalización trae consigo la necesidad de que impere el conocimiento en la sociedad. El hombre podrá hacer más y mejores cosas en la medida en que conozca cómo hacerlas y para ello la educación es un elemento primordial. Aquí la herramienta crucial la constituye las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Ecológica, ya que los problemas de contaminación ambiental en los medios urbano y rural son consecuencia de la globalización. Por lo tanto, todos los proyectos por más pequeño que sea debe hacerse teniendo en cuenta mantener un medio ambiente saludable y habitable.

Ética, pues el autor considera que la globalización debe llevar a todos a practicar los valores a la obtención de respuestas éticas, para transformar la violencia estructural e histórica y la alienación, en una cultura de paz, de cohesión y justicia social y donde prevalezca el hombre como ser humano y no como el encargado de producir y generar los ingresos.

Por otro lado, Arribas, Pérez, Choren, Fernández, y Tortosa, (2010) han indicado que el concepto de globalización es hoy muy diverso, habiendo surgido en los últimos años opiniones negativas como consecuencia de la creciente percepción que se tiene del fenómeno el cual se aceleró en los últimos diez años. Eso significa que existan quienes están a favor y otros que están en contra de la globalización. Al existir diferencia de opinión los indicadores aparentemente no reflejaban la realidad. Es por ello que surgen algunos índices que buscan concretar el carácter multidimensional de la globalización. Esta variante se concretó mediante el índice A.T. Kearney/Foreign Policy-Globalization Index la cual incluye a cuatro categorías:

La integración económica, que es un término que describe los aspectos en que las economías se integran, muy especialmente en lo que respecta al comercio internacional y a la inversión extranjera directa.

El compromiso político, en el entendido del nivel de adhesión de un país con referencia a un determinado sistema político, expresado en su grado de satisfacción o no, participando en organizaciones internacionales, firma de convenios o tratados y cooperación internacional.

La conectividad con internet, porque permite medir el grado de conectividad del país a la red mundial, midiendo el número de usuarios, capacidad para subir y alojar contenidos web, y servidores seguros para establecer conexiones seguras. Lo cual favorece al comercio en general y a la competencia ya sea interna como del exterior.

Los contactos personales, ya que está referida a la capacidad del país para que los ciudadanos puedan viajar libremente, realizar sus remesas y transferencias personales. Esto en el sentido que esta libertad de tránsito logra a que se llegue a más personas y conozcan de sus productos y servicios.

Una tercera definición de globalización se tiene con Martens y Zywiets (2004, 2006) citados por Lombaerde y Lapadre (2012) quienes proponen un índice de globalización modificado. Ellos definen la globalización como “la intensificación de las interacciones transnacionales culturales, económicas, políticas, sociales y tecnológicas que conduzcan al establecimiento de estructuras transnacionales y a la integración global de los procesos culturales, económicos, ambientales, políticos y sociales en los planos global, supranacional, nacional, regional y local”. Es decir todo ese aumento comercial y financiero habría generado su propia estructura que sobrepasaba el plano global llevándolo hasta el mercado local. Es por ello que a las cuatro propuestas originales hechas por Kearney originalmente /-FP-GI que son: Integración económica, Compromiso político, Conectividad a internet, y Contactos personales, les agregan las dos siguientes:

La participación de la industria militar, en el entendido que la industria militar de los países desarrollados tiene una gran influencia entre los países especialmente los menos desarrollados porque les venden “seguridad y paz” a cambio de material bélico, lo cual se ha convertido en una actividad que genera grandes ingresos y que financia sus presupuestos nacionales.

La participación en el ámbito ecológico, ya que incluso desde la Naciones Unidas se promociona algo que es sinónimo de supervivencia del ser humano y por ello la inclusión de un concepto poco antes tomado en cuenta pero que hoy va tomando mayor conciencia especialmente entre los países de la gran industria que empiezan a racionalizar su producción en beneficio de un mundo menos contaminado.

Enseguida se presentan a los teóricos relacionados a la variable Administración estratégica:

David (2003) considera que la estrategia realmente es el arte y ciencia para poder formular, implantar y evaluar las decisiones que permiten que una empresa pueda alcanzar sus objetivos. El autor ha considerado tres etapas que son las que constituyen la administración estratégica, estas son:

La formulación, en ella se incluye la determinación de la visión, misión, identificación de oportunidades y amenazas, de las fortalezas y debilidades, establecimiento de objetivos de largo plazo, creación de estrategias alternativas y específicas, como también la toma de decisiones.

La implantación, referida a que la estrategia requiere que la empresa establezca objetivos anuales, diseñe políticas, motive a los empleados y distribuya los recursos de tal manera que se asegure la implantación de lo formulado.

La evaluación, en vista que se necesita saber si las estrategias están funcionando o no. Y la evaluación es el medio para averiguarlo. Todas las estrategias están sujetas a tener que variar debido a que los factores externos e internos no son estáticos, razón por lo cual necesitan ir ajustándose la estrategia en el tiempo.

Una segunda definición es la de Torres (2013) quien define a la administración estratégica como que "... es un proceso de evaluación sistemática de un negocio y define los objetivos a largo plazo, identifica metas y objetivos, desarrolla estrategias de tipo corporativo, de negocio y funcionales para alcanzar estos y localiza recursos para realizarlos". (p. 28). Es decir visualiza el negocio, se asigna objetivos, y decide las estrategias a seguir tomando en cuenta sus recursos. Además añade que la administración estratégica como proceso podría expresarse como un conjunto de pasos entre los cuales estarían determinar cual será la Visión, que Misión tiene la empresa, identificar los objetivos tanto general como específicos, hacer un diagnóstico situacional o análisis interno de la empresa, detectar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA), mediante el cual se formulan, implementan y evalúan las decisiones inter funcionales a las cuales se denominan estrategias, que permiten a la organización alcanzar sus objetivos de largo y mediano plazo; implica la integración de todas las funciones para obtener el éxito". (p.52), siendo esto lo mínimo que cualquier empresa debe hacer para mantenerse activa.

Torres considera que para evidenciar la competitividad la Administración Estratégica debe tener las dimensiones siguientes: Estrategia Corporativa, Estrategia de Negocios y Estrategia Funcionales.

Estrategia corporativa, porque "busca principalmente administrar centrándose en determinar las características o aspectos que son relevantes para la empresa, pero partiendo de los aspectos ya

logrados, por ello, responde a las interrogantes: ¿En qué empresa estamos? ¿Qué empresa tenemos?”. (p. 62), mejor dicho le interesa diferenciarse y para ello buscara tener un nicho de mercado al que le puedan atender sus requerimientos pero siempre cuidando su prestigio ganado sin poder bajar nivel y proyectándose a mas mercados donde expandirse siguiendo su formato.

Estrategia de negocios, porque es una “dimensión centrada principalmente en encontrar respuesta a la interrogante: ¿Cómo competimos?, involucra la formulación e implementación de los principales objetivos e iniciativas por los directivos de las compañías, con base en la consideración de los recursos y un asesoramiento sobre los mercados en los que compite la compañía” (p. 62), a diferencia de la anterior, aquí se centra en el beneficio económico, pero buscando saber siempre cómo hacer las cosas, es decir innovando para generar nuevos productos pero a mejores precios que aumente su rentabilidad.

Estrategia funcional, porque “es la característica de la administración estratégica que se orienta a descubrir ¿Cómo damos soporte a las estrategias de negocios?. Se centra en cómo utilizar y aplicar los recursos y habilidades dentro de cada área funcional de cada negocio o unidad estratégica, con el fin de maximizar la productividad de dichos recursos. Las áreas funcionales más caracterizadas son: producción, comercialización, financiación, recursos humanos, tecnología y compras” (p. 62), en otras palabras al plan de acción de cómo hacer las cosas, pero donde las áreas de soporte mencionadas cumplan sus objetivos individuales los cuales deben estar alineados al plan general de la empresa. Aquí es muy importante observar se ejerciten los controles de cumplimiento para no llevarse sorpresas de que las áreas no alcancen sus objetivos lo que seria fatal para las aspiraciones de la empresa.

Una tercera definición de administración estratégica se tiene con Thompson, Gamble, Peteraf, y Strickland (2012) quienes señalan que la estrategia en una empresa consiste tomar previsiones de corte competitivo y comerciales que todo administrador debe tomar en cuenta para mejorar el desempeño y hacer crecer el negocio, es decir hacerlo sostenible y rentable (p.4). Con respecto a lo anterior apuntan a que todo tipo de organización sean estos pequeños negocios familiares, empresas en crecimiento, con o sin fines de lucro, y hasta las multinacionales pasan por lo mismo, haciéndose hasta tres preguntas básicas: ¿en qué estamos? , ¿a dónde nos dirigimos?, y ¿cómo lo alcanzamos?

Aspectos que sin duda se lograrán en la medida que estas apliquen las estrategias adecuadas para enfrentar en primer lugar a la competencia. Además, señalan que la estrategia en toda empresa está definida como una mezcla de dos aspectos: La estrategia proactiva y la estrategia reactiva.

Estrategia proactiva (estrategia deliberada), lo que debe entenderse como todo planeamiento que se formula y que luego se ejecuta.

Ajustes reactivos, (estrategia emergente), la que está referida a la exposición de las empresas como consecuencia de que conforme pasa el tiempo se tienen que hacer ajustes al plan por el cambio de condiciones.

Finalmente se tiene a los teóricos de la variable Rentabilidad, cuyas definiciones son las que mejor se ajustan a la presente investigación:

Eslava (2003) define la rentabilidad operativa como la tasa con que la empresa remunera el capital empleado. Siendo esta una definición muy genérica y dependiendo de los diferentes niveles de beneficio que se quieran calcular y los múltiples tipos de capitales o recursos empleados se podrían obtener muchas clases de ratios de rentabilidad.

El autor plantea que serán una serie de factores los que relacionados entre sí permitirán obtener por un lado la Rentabilidad Económica y por otro la Rentabilidad Financiera.

Rentabilidad económica, entendida como la capacidad del activo para generar beneficios que remunere el pasivo como también a los accionistas de la empresa. Esta rentabilidad puede ser medida mediante las ventas, el activo total invertido, el margen de ventas, la rotación de activos, y el ROI.

Rentabilidad financiera, lo que está referida a la rentabilidad producto de invertir en instrumentos financieros, es decir, el rendimiento producto de invertir en acciones, bonos, derivados, etc.. La rentabilidad financiera puede ser medida mediante los beneficios antes de intereses e impuestos, capital o fondos propios, intereses financieros, el efecto del apalancamiento financiero y por último el efecto fiscal.

Una segunda definición de rentabilidad se tiene mediante Zamora (2013) quien señala que es como: “La relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades” (p. 37), Curiosa definición pues no solo se preocupa en dar a conocer el rendimiento que puede resultar de invertir en determinada actividad, sino que además le interesa porque se demuestra la influencia de la gerencia en esos resultados que sin duda siempre acarrearán riesgos, siendo más apreciada si estos resultados son positivos y se mantienen en el tiempo.

Las dimensiones que tiene esta variable según el autor señala son: Rentabilidad Económica, Rentabilidad Financiera y Rentabilidad Social.

Rentabilidad económica, porque “la rentabilidad económica es conocida también como ROA, del inglés “Return on Assets” o rentabilidad sobre activos. Se puede determinar al aplicar: $ROA = \text{Beneficio Explotación} / \text{Activos}$. Nos indica la rentabilidad del negocio principal sin tener en cuenta la estructura financiera, ni los impuestos ni los extraordinarios. La rentabilidad económica o rendimiento es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total”. (p. 76). Esto debe conocer el empresario, porque relaciona la utilidad con el total de activos invertidos, dando un porcentaje cuya interpretación se hace en el análisis financiero. Es un análisis bastante objetivo pues relaciona los datos tal cual sin interesar como se produjeron y se deriva de él un resultado normalmente un porcentaje que dice claramente que tanto todo lo invertido (activos) han rendido en el proyecto que se ha realizado.

Rentabilidad financiera, la que expresa que “en un sentido general, la rentabilidad es la medida del rendimiento que, en un determinado período de tiempo, producen las magnitudes utilizadas en el mismo, o sea, la comparación entre el beneficio generado y los recursos empleados invertidos para obtenerla. Se puede determinar al aplicar: $ROE = \text{Beneficio Neto} / \text{Patrimonio Neto}$. (p. 79), a diferencia de la anterior esta dimensión considera también las utilidades pero esta vez relacionadas al patrimonio de la empresa. Este indicador al igual que el anterior sigue siendo también muy objetivo pero en este caso está direccionado a saber qué porcentaje de lo invertido en relación al patrimonio (aportaciones de socios + utilidades) se ha logrado en un ejercicio contable.

Rentabilidad social, “Es la medición del rendimiento o beneficio que acarrearán la realización de los proyectos de inversión social, por parte de la empresa. Las actividades empresariales son rentables socialmente cuando proveen más beneficios que pérdidas a la sociedad en general, independientemente de si es rentable o no económicamente. (p. 83), aunque haya discrepancias con este enunciado lo cierto es que sería muy razonable pensar en más beneficios para la sociedad pero los niveles de informalidad y viveza criolla lo anula. Este es el caso por cierto del país aún no reacciona en ese sentido y por el contrario busca la manera de beneficiarse sin interesarle en lo más mínimo el bien común.

Finalmente se tiene la definición de Gitman y Joehnk (2005) quienes definen que la rentabilidad es el nivel de beneficio de una inversión. Mejor dicho, es el pago que como compensación recibe el inversionista por invertir. En concreto es el nivel de beneficio por invertir.

Los componentes de la rentabilidad señalan son los siguientes: Flujo de rentas y Ganancias de capital.

Flujo de rentas, el cual trata sobre los pagos periódicos de dividendos o intereses. En ese sentido los pagos de dividendos al número y valor de las acciones. Y en el caso de los intereses están referidos al pago con relación a los bonos. Tanto las acciones y bonos son consideradas inversiones.

Ganancias de capital, es cuando la rentabilidad es medida a partir de la ganancia que se obtiene por el cambio de valor -si fuese así- de una inversión en el mercado. Objetivamente se puede decir que es cuando se vende un instrumento de inversión a un precio superior al original de compra.

Enseguida se procede a formular el problema general y los problemas específicos teniendo como base lo desarrollado hasta el momento y que será base para plantear posteriormente las hipótesis más adelante:

Así pues, se plantea como problema general: ¿De qué manera la globalización se relaciona con la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?

Igualmente se plantean los problemas específicos, los cuales son: ¿De qué manera la integración económica se relaciona con la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019? ; ¿De qué manera el compromiso político se relaciona con la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?; ¿De qué manera la conectividad por internet se relaciona con la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?; ¿De qué manera los contactos personales se relacionan con la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?; ¿De qué manera la integración económica se relaciona con la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?; ¿De qué manera el compromiso político se relaciona con la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?; ¿De qué manera la conectividad por internet se relaciona con la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?; ¿De qué manera los contactos personales se relacionan con la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?;

Sin embargo, la pregunta que debe responderse inmediatamente es saber si ¿La investigación está justificada para seguirse desarrollándose? La respuesta es afirmativa y se sustenta en cuatro tipos de justificaciones: teórica, práctica, metodológica y social, los que a continuación se desarrollan:

Justificación Teórica, porque los resultados de esta investigación se podrán sistematizar e incluso ser incorporados al campo de la ciencia como aporte teórico, ya que busca demostrar la relación directa entre las variables: Globalización, Administración Estratégica y Rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho 2019, a fin de blindar especialmente a las pequeñas empresas que seguirán siendo vulneradas y hasta puestas en peligro sino se toman medidas que puedan contrarrestar el fenómeno de la globalización. Las experiencias de los trabajos previos serán asimismo una ventaja pues servirán de modelo y guía al estudio que se realizara. Finalmente, las teorías vertidas por Arribas, Pérez, Choren, Fernández, y Tortosa por el lado de la globalización; David, por el lado de la administración estratégica, y la de Eslava, porque propone como rentabilidad, podrán quedar demostradas a la luz del escenario que este proyecto pretende realizar.

Justificación práctica, porque el presente estudio puede servir de base para el desarrollo de un modelo que proteja a las pequeñas empresas. Esta sería una justificación más que suficiente pues se les daría a los pequeños empresarios no solo recomendaciones líricas sino se le ofrecería aspectos prácticos simples y de rápida ejecución que los haga menos vulnerables. De allí la necesidad de desarrollar este trabajo de investigación, evidenciando la relación entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad que conlleve a mejorar la estabilidad y continuidad de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. Y por otro lado el conocimiento sistemático de la Globalización, la Administración Estratégica y la Rentabilidad proporcionara información práctica directamente, lo cual permitirá de ser necesario darle un alcance mayor –es decir- hacerlo extensivo no solo a empresas del distrito sino que podría potencialmente ser visto como modelo para pequeñas empresas en general.

Justificación metodológica, puesto que el trabajo de investigación se enmarca dentro de un enfoque cuantitativo, por lo tanto, a nivel procedimental los datos serán procesados cuantitativamente, teniendo como técnica para su recolección la aplicación de cuestionarios los cuales serán debidamente validados y confiables. El diseño de este estudio será descriptivo correlacional.

Justificación Social, habiendo concluido la investigación y quedando demostrado efectivamente como la globalización está relacionada con la Administración Estratégica y la Rentabilidad de las pequeñas empresas, socialmente estaría justificada la investigación ya que serían muchos los trabajadores de esas empresas los que podrían estar asegurando sus ingresos, pues sus empresas tomarían medidas estratégicas que inicialmente los proteja de la globalización, y que además les permita sostenerse en el tiempo manteniendo su rentabilidad.

A partir de este punto se tratará sobre las hipótesis y los objetivos que persigue esta investigación. Es así que en ese orden se presentan entonces lo general y lo específico respectivamente:

Así pues, se plantea la hipótesis general: Existe relación significativa entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Del mismo modo se plantean las hipótesis específicas, los cuales son: Existe relación significativa entre la integración económica y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Existe relación significativa entre el compromiso político y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Existe relación significativa entre la conectividad por internet y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Existe relación significativa entre los contactos personales y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Existe relación significativa entre la integración económica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Existe relación significativa entre el compromiso político y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Existe relación significativa entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Existe relación significativa entre los contactos personales y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

En cuanto al objetivo general se plantea el siguiente: Determinar la relación que existe entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Y en cuanto a los específicos se plantean: Determinar la relación que existe entre la integración económica y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Determinar la relación que existe entre el compromiso político y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Determinar la relación que existe entre la conectividad por internet y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Determinar la relación que existe entre los contactos personales y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Describir la relación que existe entre la integración económica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Describir la relación que existe entre el compromiso político y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Describir la relación que existe entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019; Describir la relación que existe entre los contactos personales y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

II Método

2.1 Tipo y Diseño de investigación

Tipo de estudio

Aplicada

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que los procesos de investigación de tipo aplicada son aquellas que utilizan las teorías que previamente han sido formuladas y probadas.

Otra definición en ese mismo sentido se tiene con Rodríguez, (2005) quien dice que la investigación aplicada es una investigación activa y dinámica muy relacionada a la básica, pero que a diferencia de esta última, se aplica a problemas concretos, en circunstancias particulares.

Es por ello que la presente investigación trabajara con las teorías de Arribas, Pérez, Choren, Fernández y Tortosa (2010) en cuanto la variable globalización; David (2003) por la variable administración estratégica; y por ultimo con Eslava (2003) en cuanto la variable rentabilidad; toda vez que está interesada en que se apliquen los conocimientos teóricos a una situación concreta, como es lo que se indicó en la realidad problemática. La característica básica de una investigación aplicada es el énfasis que se pone para resolver un problema y a largo plazo, conforme también detalla Namakforoosh (2000, p. 44).

Nivel

Descriptiva

Hernández et al. (2014)

(...) Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (p.92). Estos estudios quieren dotar al investigador del panorama completo de lo que intuye puede estar generando el problema. Ese panorama completo se refiere a los detalles de la variable estudiada pues intuye que algunas de sus dimensiones puede estar ocasionando la reacción a la variable ante otros movimiento en otras variables.

Namakforoosh (2000)

(...) La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, donde, cuando, como y porque del sujeto del estudio....Se usa el diseño descriptivo para hacer una investigación, cuando el objetivo es: describir las características de ciertos grupos, calcular la proporción de gente en una población con ciertas características, y pronosticar. (p.91) . Ciertamente es un nivel de investigación tan válido como cualquier otro y que se hace interesante toda vez que el investigador desea crear el ambiente para futuras investigaciones más profundas.

Por lo tanto, el nivel de investigación descriptiva permitirá identificar las características, y tener conocimiento de la problemática de manera que nos permita detallar como están reaccionando empresas pequeñas en San Juan de Lurigancho mediante sus estrategias que permitan darles sostenibilidad o seguir siendo rentables, frente a la presencia de la globalización que se vive mundialmente.

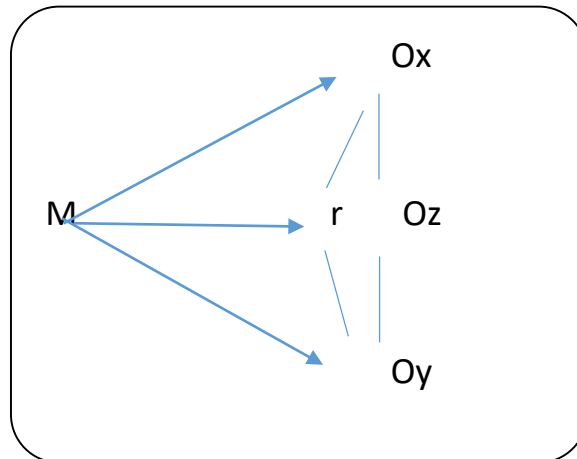
Correlacional

Hernández et al. (2014) “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (p. 93). Como dicen los autores el propósito de los estudios correlacionales es saber el comportamiento de una variable, una vez conocido el comportamiento de una u otra variable relacionada. En resumen tienen un valor predictivo es decir son índices que estiman el comportamiento de una variable con relación a otra midiéndose la relevancia de su sensibilidad.

Luego tenemos a Bernal (2006) quien dice que la investigación de nivel correlacional tiene como propósito mostrar la relación entre variables o resultados entre ellas, mas no con la intención de explicar que una sea la causa de la otra o viceversa. Esa relación entendida como el grado de asociación de las variables en estudio, mejor dicho quiere conocerse si existe entre las variables en estudio una tendencia o patrón entre los distintos valores que puedan asumir las variables.

Siendo una investigación de tipo aplicada y de nivel descriptiva correlacional lo que se quiere determinar es la relación existente entre estas importantes variables que podrían estar definiendo la situación de las pequeñas empresas, en otras palabras el objetivo es poder identificar el grado

de asociación de las variables en estudio y demostrar la importancia que deben dar las pequeñas empresas a aspectos como son las estrategias y la rentabilidad frente a amenazas como es la globalización.



Denotación

- M = Muestra de investigación
- Ox = Variable de Globalización
- Oy = Variable de Administración estratégica
- Oz = Variable de Rentabilidad
- r = Relación de variables

Diseño

No Experimental

Hernández et al. (2014): “Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables (...). Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (p.151). Esta definición da el soporte a fin de plantear una solución o un modelo a partir de la observación de los acontecimientos que encierran la relación a las variables materia de estudio y que marcan una dirección a fin de encontrar resultados que pueden ser antesala para nuevas investigaciones.

Transeccional o Transversal

Hernández et al. (2014): “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154). Es como tomar una fotografía que se toma y se analiza sus detalles para determinar qué estamos viendo. Por otro lado, la investigación y sus conclusiones serán consecuencia de una consulta mediante encuestas las que se realizara en un solo momento por lo tanto su temporalidad está referida a un momento dado y específico.

Hurtado y Toro (2007) en su libro mencionan que Sierra (1992) distingue los diseños no experimentales transeccional transversal como aquellos que se realizan cuando se quiere estudiar la evolución de una o más variables a lo largo del tiempo haciéndose una sola medición pero distinguiéndose en la población distintos grupos de edad, con el fin de inferir la evolución con el paso del tiempo de la variable o variables observadas (p.103). Siguiendo este diseño las variables en estudio serán observadas y en un momento determinado se hace la medición es decir el corte para levantar información del nivel de relación entre las variables, sin llegar a manipularlas buscando dar respuesta al problema observado.

Enfoque

Hernández et al. (2010) el enfoque es cuantitativo cuando se utiliza la recolección de datos para probar la hipótesis y el análisis estadístico (p.4). Este enfoque busca mediante la medición numérica generar información que explique la realidad y poder predecir lo que pueda ocurrir. Utiliza básicamente la estadística.

Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014) dicen que el enfoque cuantitativo se caracteriza por utilizar métodos y técnicas cuantitativas y por lo tanto tienen que ver con la medición, el uso de magnitudes, la observación y medición de las unidades de análisis, el muestreo, el tratamiento estadístico. Utiliza la recolección de datos y su análisis para dar respuesta a las preguntas de investigación y probar las hipótesis planteadas. Además, confía en la medición de las variables e instrumentos de investigación, con el uso de la estadística y la prueba de hipótesis, etc.

Al margen de la naturaleza de las variables en estudio, la presente investigación requiere medir

y dar resultados cuantitativos que demuestren que las pequeñas empresas necesitan tomar medidas internas que las consoliden en el tiempo y no tengan que ser borradas del mercado. Aunque a priori se puede decir que es evidente la relación entre estas variables, no cabe duda que debe demostrarse para tener un punto de apoyo y demostrar a autoridades y en especial a las pequeñas empresas lo necesario que se hace poner en practica algunas medidas de corte estratégico.

2.2. Operacionalizacion de las Variables

2.2.1 Variable

Hernández et al. (2014) dicen que: “Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible a medirse u observarse” (2014, p. 93). Puede agregarse que la variable es un símbolo que permite identificar algún elemento dentro de un grupo determinado.

2.2.2 Operacionalizacion

La presente investigación está conformada por tres variables, las cuales mencionaremos a continuación junto a sus dimensiones:

Globalización

1. Integración económica
2. Compromiso político
3. Conectividad a internet
4. Contacto personal

Administración estratégica:

1. Formulación
2. Implantación
3. Evaluación

Rentabilidad:

1. Económica
2. Financiera

Cuadro de Operacionalizacion de las variables Globalización, Administración Estratégica y Rentabilidad

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
GLOBALIZACION	El concepto de globalización es hoy muy diverso, habiendo surgido en los últimos años opiniones negativas como consecuencia de la creciente percepción que se tiene del fenómeno el cual se aceleró en los últimos diez años. Eso significa que existan quienes están a favor y otros que están en contra de la globalización. Al existir diferencia de opinión los indicadores aparentemente no reflejaban la realidad. Es por ello que surgen algunos índices que buscan concretar el carácter multidimensional de la globalización. Esta variante se concretó mediante el índice A.T. Kearney/Foreign Policy-Globalization Index el cual incluye a cuatro categorías. Pérez, F., Arribas, I., Choren, P., Fernández, A. y Tortosa, E. (2010)	Siendo la globalizacion una variable que genera controversias en su definicion y efectos entre quienes estan a favor y/o en contra de ella, se ha cobsiderado esta alternativa por ser la mas cercana a la realidad nacional de las pequeñas empresas especialmente de las ubicadas en San Juan de Lurigancho. Su relacion o la integracion economica con mercados en el exterior, el compromiso politico del pais para apoyarlas, las facilidades de interconnexion via interner como medio para abrirse a otros mercados, y los contactos personales para realizar las operaciones comerciales demuestran el nivel de influencia que esta variable puede generar a las pequeñas empresas.	INTEGRACION ECONOMICA	Vinculacion	2	Likert 5 Siempre 4 Casi siempre 3 A veces 2 Casi nunca 1 Nunca
				Gestion	2	
				Conicidencia nacional	2	
			COMPROMISO POLITICO	Ubicacion ideologica	2	
				Nivel de saifaccion	2	
				Participacion electoral	2	
			CONECTIVIDAD POR INTERNET	Porcentaje de poblacion con acceso	2	
				Poblacion potencial usuaria	2	
				Porcentaje real de utilizacion	2	
			CONTACTOS PERSONALES	Conocimiento de los clientes	2	

ADMINISTRACION ESTRATEGICA	El autor considera que la estrategia realmente es el arte y ciencia para poder formular, implantar y evaluar las decisiones que permiten que una empresa pueda alcanzar sus objetivos. David, F. (2003)	La administracion estrategica operativamente necesita gestionar diriamos en paralelo o muy sincronizadamente desde la formulacion, pasando por la implantacion hasta la evaluacion de las estrategias emprendidas, permitiendo hacer los ajustes necesarios para orientar la direccion de la empresa que asegure el logro de sus objetivos, no exclusivamente por alcanzar sus objetivos sino para hacer frente a esto que significa la arremetida global de estar en un mundo casi sin fronteras comercialmente y donde debe tomarse todas las previsiones para mantenerse.	FORMULACION	Establecimiento de mision y vision	2	Likert 5 Siempre 4 Casi siempre 3 A veces 2 Casi nunca 1 Nunca	4
				Deficion del FODA	2		
				Definicion de estategias	2		
			IMPLANTACION	Establecimiento de objetivos	2		
				Definicion de politicas	2		
				Motivacion y compromiso de la organizacion	2		
				Asignacion de presupuesto para la implementacion	2		
			EVALUACION	Factores internos	2		
				Factores externos	2		
				Adaptacion a los cambios	2		
RENTABILIDAD	Define la rentabilidad operativa como la tasa con que la empresa remunera el capital empleado. Siendo esta una definición muy genérica y dependiendo de los diferentes niveles de beneficio que se quieran calcular y los múltiples tipos de capitales o recursos empleados se podrían obtener muchas clases de ratios de rentabilidad. Eslava, J. (2003)	Las empresas privadas existen porque sus propietarios o accionistas invierten para tener una rentabilidad, que en la practica significa primero recuperar su inversion y luego que le genere una renta. Para ello tenemos dos puntos concretos como son la economica y la financiera. Las cuales mas alla de su definicion existen para demostrar como se esta gestionando la empresa y que tanto puede estar afectado los aspectos internos como tambien externos a la rentabilidad.	RENTABILIDAD ECONOMICA	Ventas	2	Likert 5 Siempre 4 Casi siempre 3 A veces 2 Casi nunca 1 Nunca	4
				Activo total invertido	2		
				Margen de ventas	2		
				Rotacion de activos	2		
				Retorno de inversion o activos ROI	2		
			RENTABILIDAD FINANCIERA	Beneficios antes de intereses e impuestos	2		
				Capital o fondos propios	2		
				Intereses financieros	2		
				Efecto apalancamiento financiero	2		
				Efecto fiscal	2		

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

La población está definida como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar. Esta información puede darse en medias o datos porcentuales. Es una investigación estadística y se define arbitrariamente en función de sus propiedades particulares... según nos dice Hernández (2001. p.127). Efectivamente es un conjunto de seres humanos, animales, plantas, cosas, etc. que bajo ciertas características comunes interesan para ser investigados y mediante su estudio estadístico sacar conclusiones.

Asimismo, se tiene otra definición de población a cargo de Fuentalsaz, Icart, y Pulpón (2006), quienes manifiestan que es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Los autores agregan además que cuando se conoce el número de individuos que la componen entonces se tiene una población finita, y cuando no se conoce se habla de una población infinita. La diferencia se hará presente al momento de calcular la muestra toda vez que se trabajará con fórmulas diferentes.

En el caso de esta investigación se tomará la población compuesta por los pequeños empresarios de San Juan de Lurigancho, recurriéndose a fuentes como la del Instituto Nacional de Estadística y el del Ministerio de la Producción.

Al respecto, al término del II trimestre del año 2019 en el Perú se tiene registrado un total de 2,662, 940 empresas conforme puede evidenciarse en la Anexo G, donde se da cuenta de la variación neta de empresas. La tabla fue construida con los datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática. La tabla presenta el número de empresas específicamente a Nivel Nacional, Lima Metropolitana, Lima Este, Lima Pequeñas Empresas y Lima Este San Juan de Lurigancho. Es así como se llega a la identificar la población materia de estudio, como son las pequeñas empresas que suman un total de 4,400 empresas.

2.3.2 Muestra

Se aplicará la fórmula planteada por Ochoa (2013) con el objeto de reducir la población a una muestra representativa de la población indicada, siendo escogida esa muestra de forma

intencional y probabilística.

Criterios de inclusión y exclusión

Se aplicarán criterios de inclusión como el de identificar las empresas ubicadas en determinadas zonas dentro del distrito de San Juan de Lurigancho.

En razón a lo anterior la formula a aplicarse es:

$$n = \frac{N * Z^2 * p (1 - p)}{(N - 1) e^2 + Z^2 * p (1 - p)}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = población a considerar que son 4,400 pequeñas empresas en SJL

Z = 1,96 es la desviación del valor medio

e = 5% margen de error superior permitido

p = 10% es la proporción que esperamos encontrar, con relación al número de empresas que pasan el primer año de existencia y que se considera hayan tomado la decisión de trabajar bajo con estrategias predeterminadas

Resultado final 134 empresas, las que serán encuestadas a través de sus propietarios o personal ejecutivo responsable de la gestión.

2.4 Técnicas de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica

Según López-Roldan y Fachelli (2015) indican que la técnica de investigación social que más ha trascendido las esferas del campo de la sociología e incluso a la investigación científica misma, convirtiéndose hoy en una actividad común desarrollada en diferentes escenarios es la Encuesta. ¿Y qué es la encuesta? Pues bien, es el levantamiento de información mediante la formulación de un conjunto de interrogantes previamente definidos basados en las dimensiones de las variables estudiadas y los indicadores con los cuales se quiere demostrar las hipótesis planteadas. La encuesta ya no es solo un instrumento técnico y se ha convertido en un verdadero procedimiento o método de investigación social siendo su aplicación significativa en todo proceso de investigación formal. Ciertamente no solo es una técnica, de la forma como planteen la encuesta preguntas o afirmaciones se podrán obtener mucha información más allá de un sí o un no; o más allá de un muy de acuerdo o muy en desacuerdo. Se considera un arte su elaboración.

Díaz (2008) respecto a la Encuesta dice que es el tratar de obtener de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en la investigación, y esto sobre una población y muestra determinada. (p.14). A manera de complemento al comentario en el párrafo anterior, efectivamente la encuesta busca obtener la información la cual debe ajustarse al sistema propuesto por el investigador para sacar sus conclusiones.

Por lo tanto, en la presente investigación se recogerá la información mediante la aplicación de la técnica y uso de la encuesta. Siendo esta técnica ventajosa desde todo ámbito en vista que no es necesario recurrir a personal especializado.

Instrumento

En cuanto al instrumento que ejecuta la encuesta se tiene al Cuestionario, qué también tiene diversas definiciones, entre ellas:

García (2013), señala que el cuestionario, en sentido estricto, es un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, tanto desde el punto de vista lógico como psicológico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, que generalmente responde por escrito la persona interrogada, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador. (p.29). Lo último es muy importante. Sin la intervención y hasta la presencia del encuestador, lo cual asegure la no influencia del mismo para las respuestas. Por lo tanto, debe entenderse que el cuestionario debe ser hecho en un lenguaje muy sencillo, de manera directa, y siempre en positivo.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) los autores indican que “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante las cuales se pide la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (p.245). Este punto está referido a que el cuestionario sea hecho a manera de afirmaciones que lleve al encuestado a tomar elección frente a un grupo de alternativas que pasan desde la opción más negativa hasta la opción más positiva. En manera particular esta investigación lo hará con cinco alternativas.

Este instrumento empleado durante la encuesta permitirá levantar data sobre como los empresarios se cubren frente a la globalización y como ello puede estar afectando sus niveles de rentabilidad, siendo sus respuestas trasladadas a una escala numérica antes de pasarla por el software SPSS a fin de encontrar las correlaciones.

En tanto es necesario explicar que el instrumento o cuestionario utilizado en esta investigación estuvo compuesto por un total de 60 ítems, los cuales fueron divididos en razón al número de variables. Es decir 20 ítems relacionados a la variable globalización, 20 ítems relacionados a la variable administración estratégica y 20 ítems relacionados a la variable rentabilidad. Evidentemente estos ítems a su vez fueron relacionados con las dimensiones de cada variable a fin de entender mejor el comportamiento de la variable en el contexto de lo que significa dar solución a los problemas planteados. Finalmente indicar que todos los ítems o afirmaciones tuvieron como respuestas a 5 alternativas siguiendo el método de evaluación de Rensis Likert.

Se utiliza la forma tradicional de una escala Likert es decir con 5 niveles:

- Siempre
- Casi siempre

- Algunas veces
- Casi nunca
- Nunca

2.4.2 Validación del instrumento

Como en toda investigación el instrumento materia de consulta durante la encuesta, fue sometido a su validación mediante la evaluación de un grupo de personas expertas, que estará conformada por docentes reconocidos de la Universidad César Vallejo que ostentan el grado académico de Doctor. Esta evaluación abarco varios criterios de calificación como son la pertinencia, la relevancia y la claridad de los ítems con que fueron elaborados. Estos criterios permitirán aprobar el instrumento, es decir si están o no a nivel de identificar las variables de la investigación. Esta validez se desarrollará mediante el método con la V-AIKEN.

Hernández, et al. (2014), "Señala que la validez de expertos es el grado en que un instrumento realmente mide la variable de interés, de acuerdo con expertos en el tema". (p. 204). Es decir que un instrumento debe estar hecho de tal forma que pueda medirse la variable, siendo esto posible en base a los conocimientos y experiencia profesional de los expertos.

2.4.3 Confiabilidad

Según Hernández, et al. (2014) señalan que la confiabilidad de un instrumento de medición está referida al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales. Además, de la validez de los expertos este otro concepto quiere asegurar que la redacción de las preguntas sean tan claras y directas que permitan que de volverse a aplicar el instrumento a la misma muestra u otra semejante los resultados se repitan.

En este estudio la confiabilidad se realizó utilizando los resultados de cada ítem reflejados en las encuestas. Para conocer dicho nivel de fiabilidad, los datos han sido procesados mediante el software estadístico SPSS. 24 en donde se aplica la prueba de alfa de Cronbach con el fin de conocer el porcentaje de confiabilidad del cuestionario de preguntas o ítems.

Los resultados de la prueba Alfa se obtuvieron al procesar los datos recolectados con la formula siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum s^2 i}{s^2 t} \right]$$

Donde:

α : Coeficiente Alfa de Cronbach

$\sum S^2i$: Sumatoria de las varianzas de cada ítem

S^2t : Varianza de los totales

K: Número de ítems (válidos)

Los resultados por cada variable en estudio fueron los siguientes:

Prueba de fiabilidad para la variable Globalización

Tabla 1

Alpha de Cronbach para la variable globalización

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	134	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	134	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,711	20

Nota. En tabla 1 se puede observar que fueron analizados los 134 datos procedentes de los elementos seleccionados en la muestra del estudio, de los cuales ninguno fue excluido. También se puede observar que se alcanzó para las 20 preguntas planteadas para el cuestionario sobre la variable *globalización* el valor con el test Alpha de Cronbach de $0,711 > 0,70$ exigible; concluyendo que el instrumento es fiable.

Prueba de fiabilidad para la variable Administración Estratégica

Tabla 2

Alpha de Cronbach para la variable administración estratégica

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	134	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	134	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,933	20

Nota. En tabla 2 se puede observar que fueron analizados los 134 datos procedentes de los elementos seleccionados en la muestra del estudio, de los cuales ninguno fue excluido. También se puede observar que se alcanzó para las 20 preguntas planteadas para el cuestionario sobre la variable *administración estratégica*, el valor con el test Alpha de Cronbach de $0,933 > 0,70$ exigible; concluyendo que el instrumento es fiable.

Prueba de fiabilidad para la variable Rentabilidad

Tabla 3

Alpha de Cronbach para la variable rentabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	134	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	134	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	20

Nota. En tabla 3 se puede observar que fueron analizados los 134 datos procedentes de los elementos seleccionados en la muestra del estudio, de los cuales ninguno fue excluido. También se puede observar que se alcanzó para las 20 preguntas planteadas para el cuestionario sobre la variable *rentabilidad*, el valor con el test Alpha de Cronbach de $0,897 > 0,70$ exigible; concluyendo que el instrumento es fiable

2.5 Procedimiento

El procedimiento seguido en esta investigación demandó desarrollar dos aspectos. El primero la encuesta propiamente dicha, como fuente primaria. Y como segunda la obtención de información estadística oficial de las instituciones del Estado considerándose como fuente secundaria.

En el primer caso el cuestionario de preguntas fue trabajado de manera presencial y también de manera virtual. Este último, mediante la plataforma Google se creó un formato con las preguntas, las que fueron dirigidas a los pequeños empresarios y a los gremios representativos de este estrato empresarial con los que se tiene contacto. En el primer caso facilitó la labor el hecho de tener experiencia como pequeño empresario de la zona cuando se tuvo una fábrica de helados en el sector.

En cuanto de las fuentes secundarias la experiencia profesional como gerente de un banco local permitió obtener información de entidades como el Banbif y de Cofide con quienes se mantiene contacto a la fecha.

2.6 Métodos de análisis de datos

Esta parte de la investigación es muy importante puesto que permitirá conocer finalmente que lo planteado a manera de hipótesis es correcto o no, llevándonos a tomar una decisión final. Y normalmente se sabe que la toma de decisiones siempre se realiza dentro de un marco de riesgo e incertidumbre que hace más difícil la decisión. De allí que la estadística se convierta en una herramienta eficaz para minimizar ese riesgo e incertidumbre.

Para lograr este objetivo se empleó el programa estadístico SPSS versión 23. Software muy conocido en el ambiente académico especialmente en el campo de la salud, de la investigación de mercados y en el de las ciencias sociales. Este software permite procesar gran cantidad de data organizando y presentando los resultados en tablas y figuras. Así mismo se desarrolla el tratamiento estadístico conforme el resultado previo de la prueba de normalidad. Paralelamente

se hace uso del Excel para realizar los gráficos y porcentajes en las tablas de frecuencias, presentando su distribución y figuras.

Algunos aspectos tomados en razón al desarrollo de la investigación es que el nivel de confianza con que se ha trabajado es del 95% (1.96), además de tener un margen de error del 5% (0.05). Igualmente fueron calculados los baremos en función a las dimensiones.

A partir de este punto se hace uso de la estadística descriptiva. ¿Qué es la estadística descriptiva? Debe entenderse como la que recolecta, ordena, analiza y representa un conjunto de datos, a fin de presentar sus características (García, López, Jiménez, Ramírez, Lino y Reding, 2014, p. 218). Además, se puede agregar que permite proyectar las tendencias que siguen los datos levantados y que responden a la variable, observando hacia que nuevos hechos pueden estar direccionándose. Este análisis se hace en base a la estadística descriptiva. (Distribución de frecuencia y tablas de contingencia en esta investigación). Asimismo, se harán las interpretaciones pertinentes a las pruebas de hipótesis planteadas utilizándose el estadígrafo resultado de la prueba de normalidad.

Finalmente, se aplicará la estadística inferencial, es decir basados en los datos obtenidos del análisis descriptivo se pasara a otro nivel como es la estadística inferencial, que busca argumentar los resultados de la población investigada, para que luego con el apoyo del cálculo de probabilidades se obtengan conclusiones sobre la población en estudio a partir de los resultados obtenidos de la muestra.

2.7 Aspectos éticos

Cabe resaltar que el trabajo de investigación se ha realizado guardando cuidado en no dejar de mencionar a los autores originales de algunas citas que son parte de la argumentación teórica a lo largo de todo el documento. Se ha tratado de seguir los lineamientos y reglas recomendadas por la Asociación Americana de Psicología APA; además para asegurar la autoría del documento por parte del investigador, el docente asesor encargado por la Escuela de Pos grado proceso el documento a través de la prueba de similitud aplicando el software con el que trabaja la Universidad Cesar Vallejo en convenio con la Turnitin American Latina.

Finalmente debe señalarse que se mantendrá en reserva los datos de las personas y empresas

encuestadas en resguardo de su información personal y privada obtenida de los directivos y/o encargados de las empresas a quienes se encuestaron.

III Resultados

1. Análisis descriptivo univariado

Tabla 4

Tabla de frecuencias de la variable globalización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	40	29,9	29,9	29,9
	Medio	61	45,5	45,5	75,4
	Alto	33	24,6	24,6	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

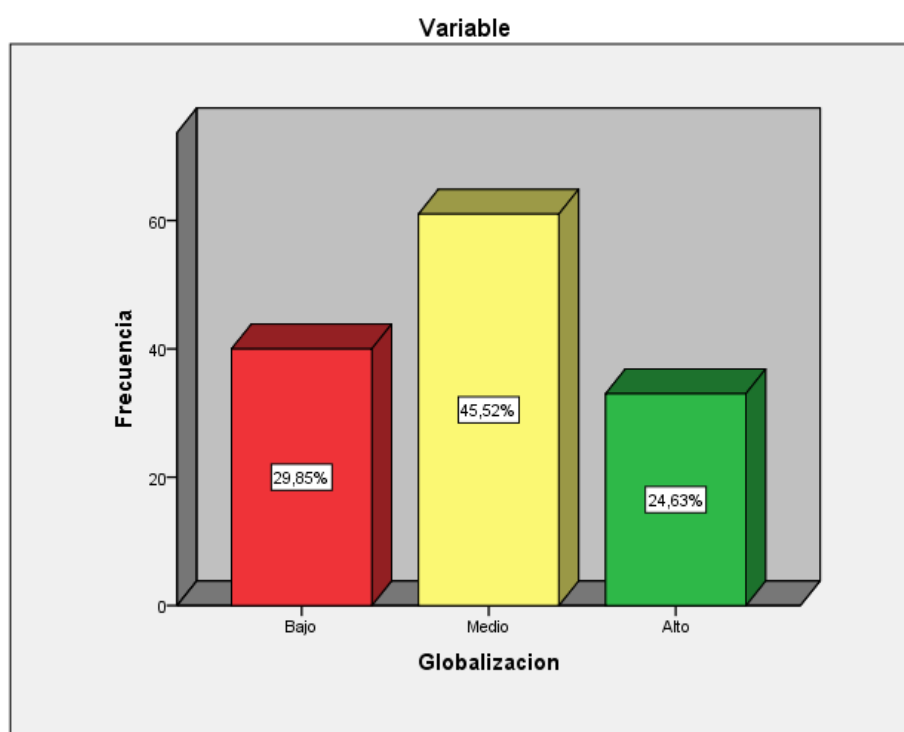


Figura 1. Histograma de frecuencias de la variable de globalización.

Nota. De acuerdo a la tabla 4 y la figura 1, del 100% de los encuestados; el 45,52% manifestó que la globalización afecta de manera media a las pequeñas empresas. Sin embargo, el 29,85% manifestó que la globalización afecta de manera baja. También existe el 24,63% que perciben que la globalización las afecta de manera alta a las pequeñas empresas.

Tabla 5

Tabla de frecuencias de la dimensión integración económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	43	32,1	32,1	32,1
	Medio	52	38,8	38,8	70,9
	Alto	39	29,1	29,1	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

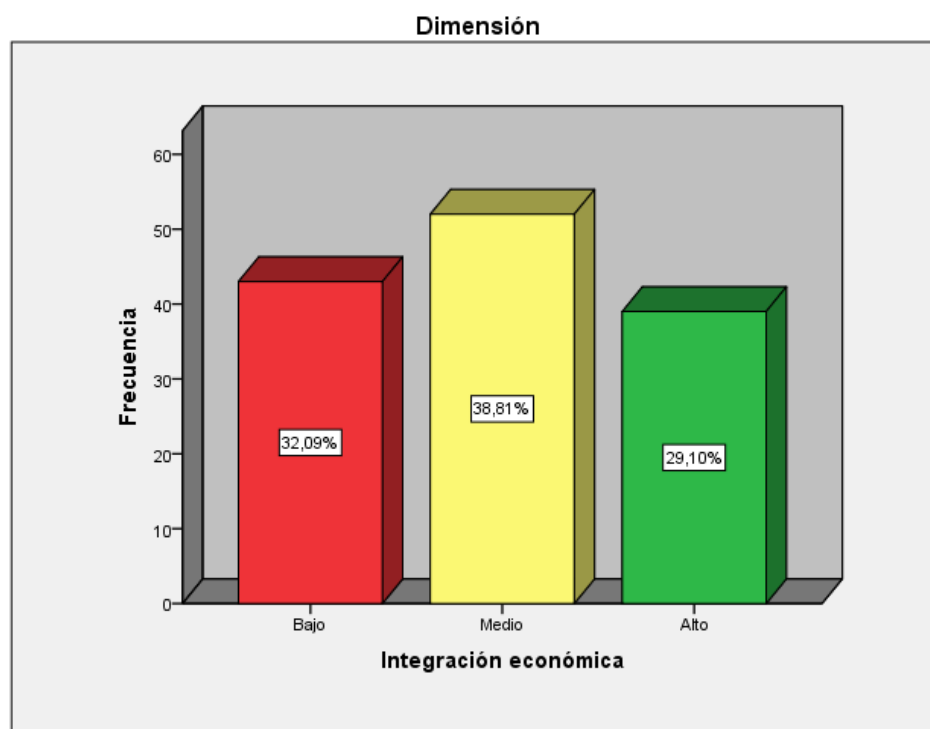


Figura 2. Histograma de frecuencias de la dimensión integración económica.

Nota. De acuerdo a la tabla 5 y la figura 2, del 100% de los encuestados; el 38,81% manifestó que la integración económica afecta de manera media a las pequeñas empresas. Sin embargo, el 32,09% manifestó que la integración económica afecta de manera baja. También existe el

29.10% que manifestó que perciben que la integración económica afecta de manera alta a las pequeñas empresas del distrito.

Tabla 6

Tabla de frecuencias de la dimensión compromiso político

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	61	45,5	45,5	45,5
	Medio	58	43,3	43,3	88,8
	Alto	15	11,2	11,2	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

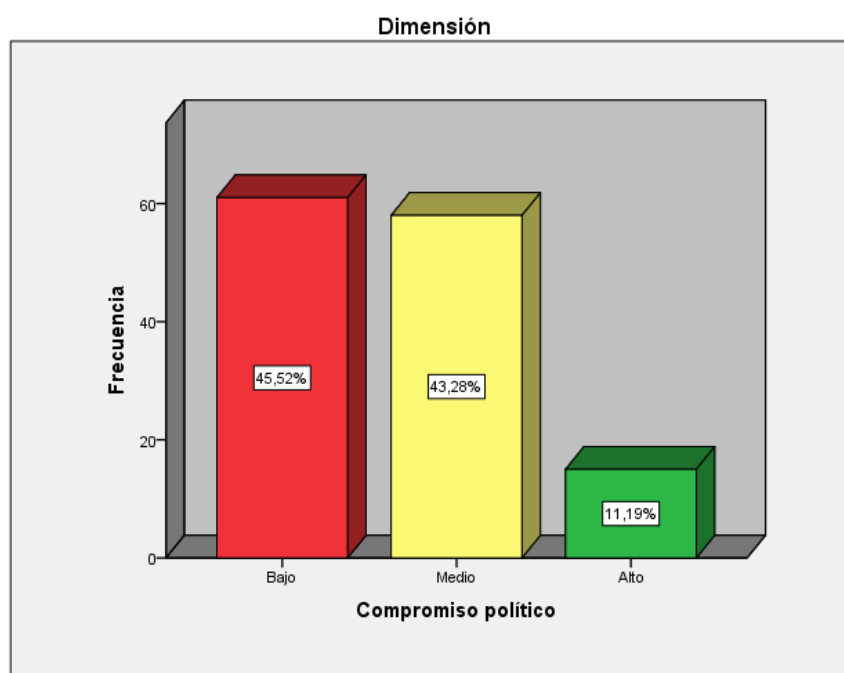


Figura 3. Histograma de frecuencias de la dimensión compromiso político.

Nota. De acuerdo a la tabla 6 y la figura 3, del 100% de los encuestados; el 45,52% manifestó que no existe compromiso político beneficiando de manera baja a las pequeñas empresas del distrito. Sin embargo, el 43,28% manifestó que el compromiso político beneficia de manera

media. También existe el 11.19% que manifestó que perciben que el compromiso político afecta de manera alta a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho.

Tabla 7

Tabla de frecuencias de la dimensión conectividad por internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	55	41,0	41,0	41,0
	Medio	39	29,1	29,1	70,1
	Alto	40	29,9	29,9	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

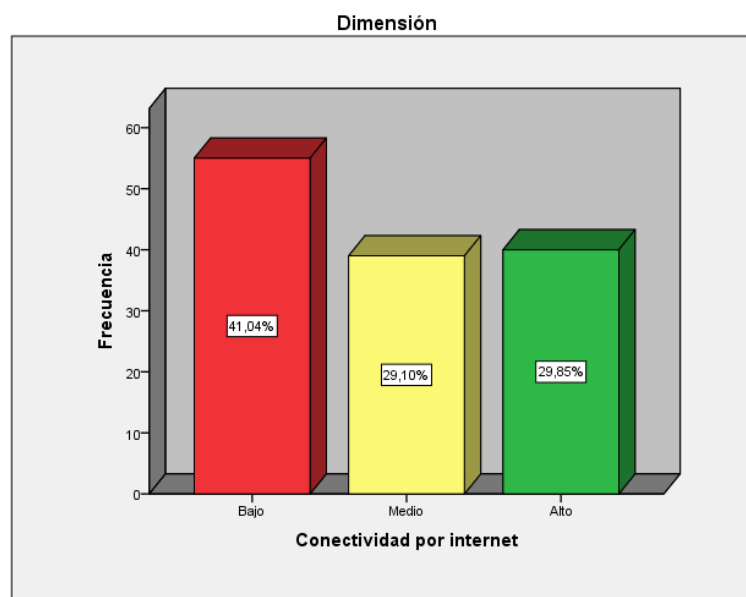


Figura 4. Histograma de frecuencias de la dimensión conectividad por internet.

Nota. De acuerdo a la tabla 7 y la figura 4, del 100% de los encuestados; el 41,04% manifestó que la conectividad por internet beneficia de manera baja a las pequeñas empresas. Sin embargo, el 29,10% manifestó que la conectividad por internet beneficia de manera media a las pequeñas empresas. También existe el 29.85% que manifestó que perciben que la conectividad por internet afecta de manera alta a las pequeñas empresas del distrito.

Tabla 8

Tabla de frecuencias de la dimensión contactos personales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	50	37,3	37,3	37,3
	Medio	39	29,1	29,1	66,4
	Alto	45	33,6	33,6	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

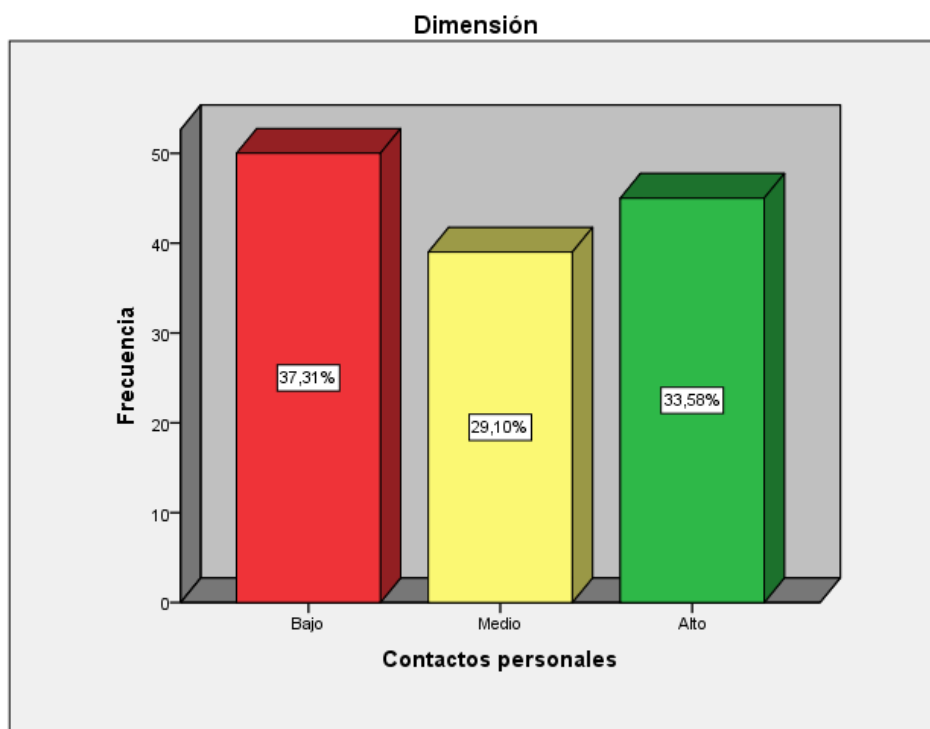


Figura 5. Histograma de frecuencias de la dimensión contactos personales.

Nota. De acuerdo a la tabla 8 y la figura 5, del 100% de los encuestados; el 37,31% manifestó que los contactos personales benefician de manera baja a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. Sin embargo, el 33,58% manifestó que los contactos personales los benefician de manera alta. También existe el 29,10% que manifestó que perciben que los contactos personales los afectan de manera media a las pequeñas empresas del distrito.

Tabla 9

Tabla de frecuencias de la variable administración estratégica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	19	14,2	14,2	14,2
	Medio	54	40,3	40,3	54,5
	Alto	61	45,5	45,5	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

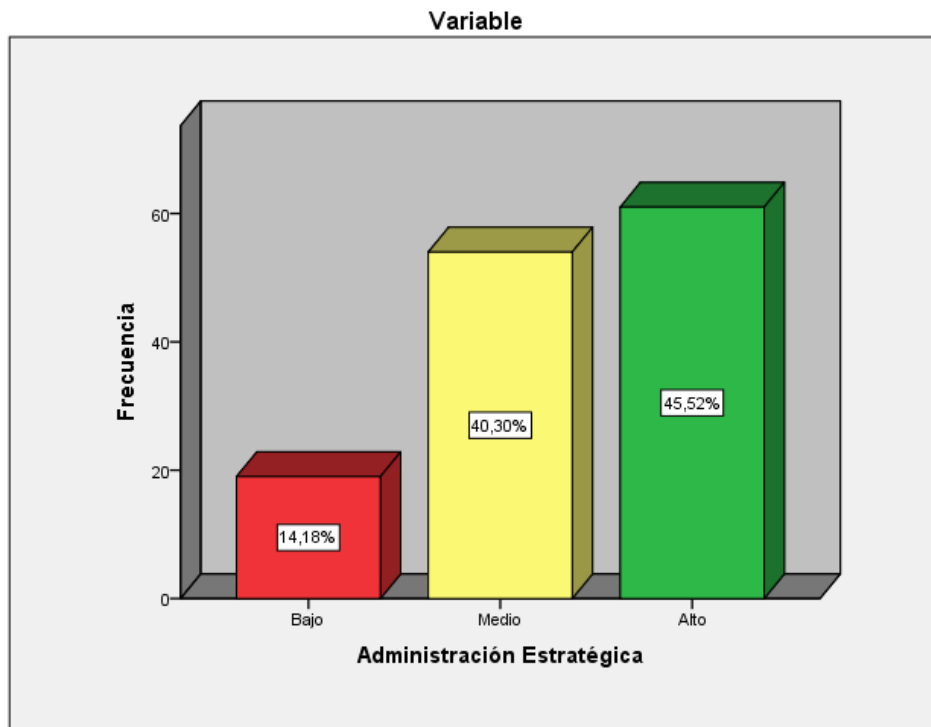


Figura 6. Histograma de frecuencias de la variable administración estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 9 y la figura 6, del 100% de los encuestados; el 45,52% manifestó que la aplicación de la administración estratégica beneficia de manera alta a las pequeñas empresas. Sin embargo, el 40,30% manifestó que la aplicación de la administración estratégica las beneficia de manera media. También existe el 14,18% que manifestó que la aplicación de la administración estratégica afecta de manera baja a las pequeñas empresas.

Tabla 10

Tabla de frecuencias de la dimensión formulación estratégica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	19	14,2	14,2	14,2
	Medio	65	48,5	48,5	62,7
	Alto	50	37,3	37,3	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

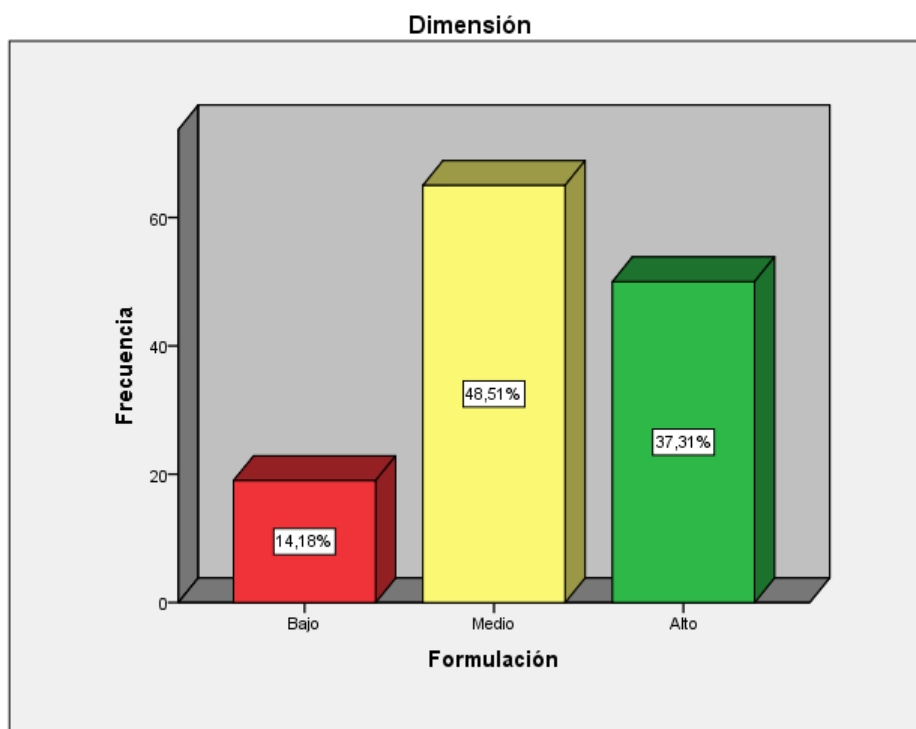


Figura 7. Histograma de frecuencias de la dimensión formulación estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 10 y la figura 7, del 100% de los encuestados; el 48,51% manifestó que la idoneidad de la formulación de la administración estratégica, beneficia de manera media a las pequeñas empresas. Sin embargo, el 37,31% manifestó que la idoneidad de la formulación de la administración estratégica beneficia de manera alta. También existe el 14,18% que manifestó que la idoneidad de la formulación de la administración estratégica afecta de manera baja a las pequeñas empresas.

Tabla 11

Tabla de frecuencias de la dimensión implantación estratégica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	16	11,9	11,9	11,9
	Medio	57	42,5	42,5	54,5
	Alto	61	45,5	45,5	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

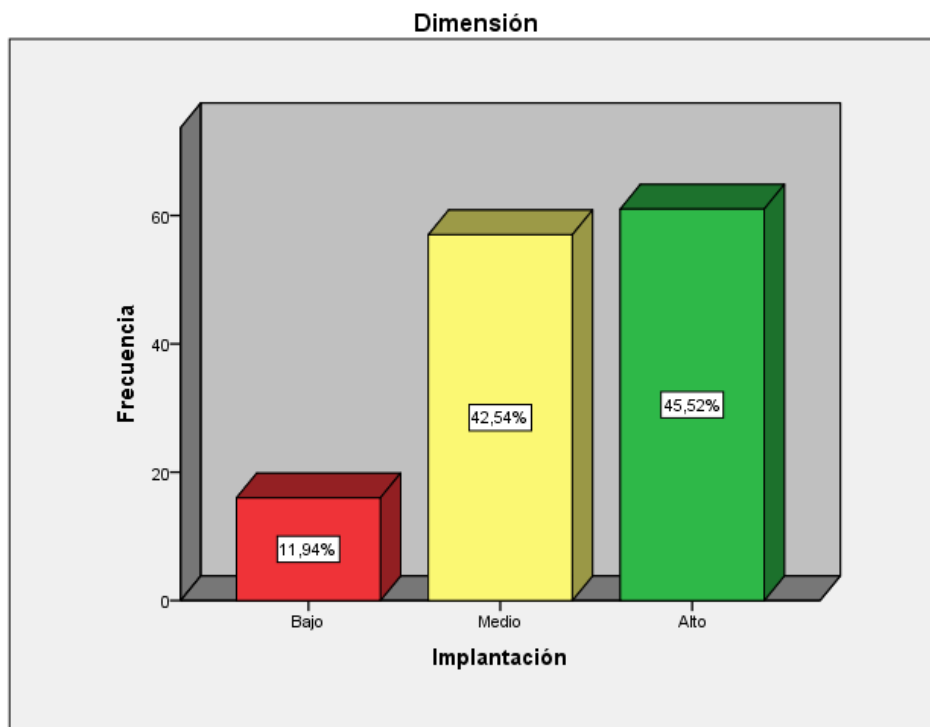


Figura 8. Histograma de frecuencias de la dimensión implantación estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 11 y la figura 8, del 100% de los encuestados; el 45,52% manifestó que la efectividad de la implantación de la administración estratégica, beneficia de manera alta a las pequeñas empresas del distrito. Sin embargo, el 42,54% manifestó que la efectividad de la implantación de la administración estratégica los beneficia de manera media. En tanto existe el 11,94% que manifestó que la efectividad de la implantación de la administración estratégica afecta de manera baja a las pequeñas empresas en San Juan de Lurigancho.

Tabla 12

Tabla de frecuencias de la dimensión evaluación estratégica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	22	16,4	16,4	16,4
	Medio	52	38,8	38,8	55,2
	Alto	60	44,8	44,8	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

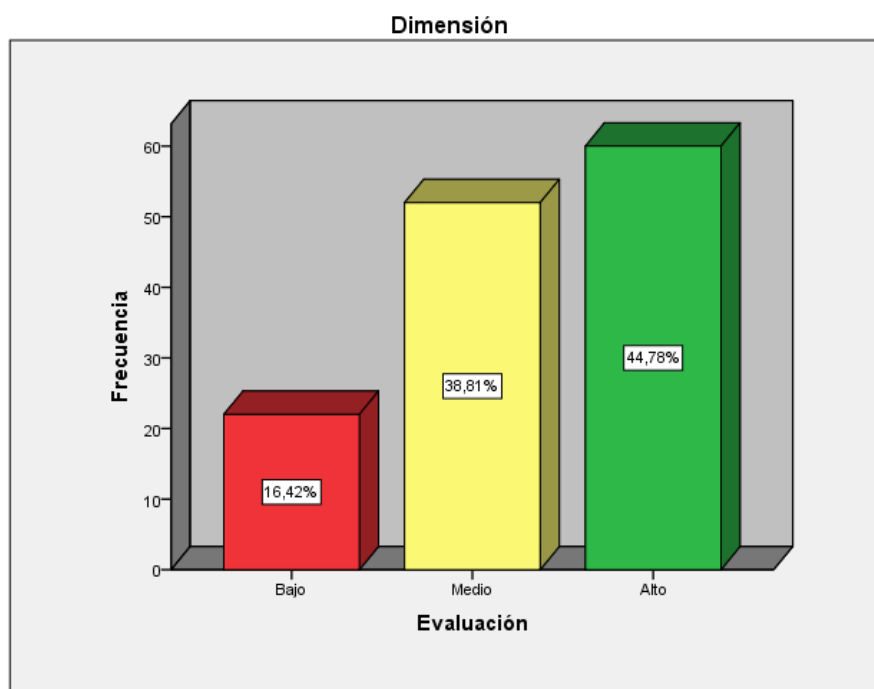


Figura 9. Histograma de frecuencias de la dimensión evaluación estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 12 y la figura 9, del 100% de los encuestados; el 44,78% manifestó que una eficaz evaluación de la administración estratégica los beneficia de manera alta. Sin embargo, el 30,81% manifestó que una eficaz evaluación de la administración estratégica los beneficia de manera media. En tanto existe el 11,94% que manifestó que una eficaz evaluación de la administración estratégica afecta de manera baja a las pequeñas empresas de San Juan de Lurigancho.

Tabla 13

Tabla de frecuencias de la variable rentabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	29	21,6	21,6	21,6
	Medio	67	50,0	50,0	71,6
	Alto	38	28,4	28,4	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

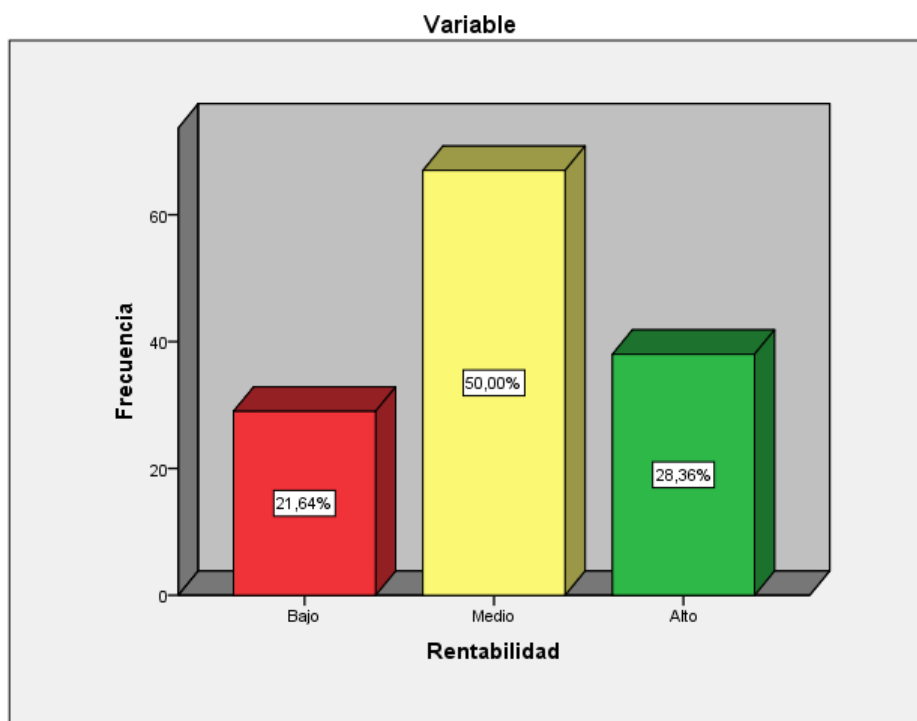


Figura 10. Histograma de frecuencias de la variable rentabilidad.

Nota. De acuerdo a la tabla 13 y la figura 10, del 100% de los encuestados; el 50% manifestó que la rentabilidad, producto de la globalización, beneficia de manera media a las pequeñas empresas. Sin embargo, el 28,36% manifestó que la rentabilidad, producto de la globalización, las beneficia de manera alta. También existe el 21,64% que manifestó que la rentabilidad, producto de la globalización, afecta de manera baja a las pequeñas empresas del distrito.

Tabla 14

Tabla de frecuencias de la dimensión rentabilidad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	20	14,9	14,9	14,9
	Medio	67	50,0	50,0	64,9
	Alto	47	35,1	35,1	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

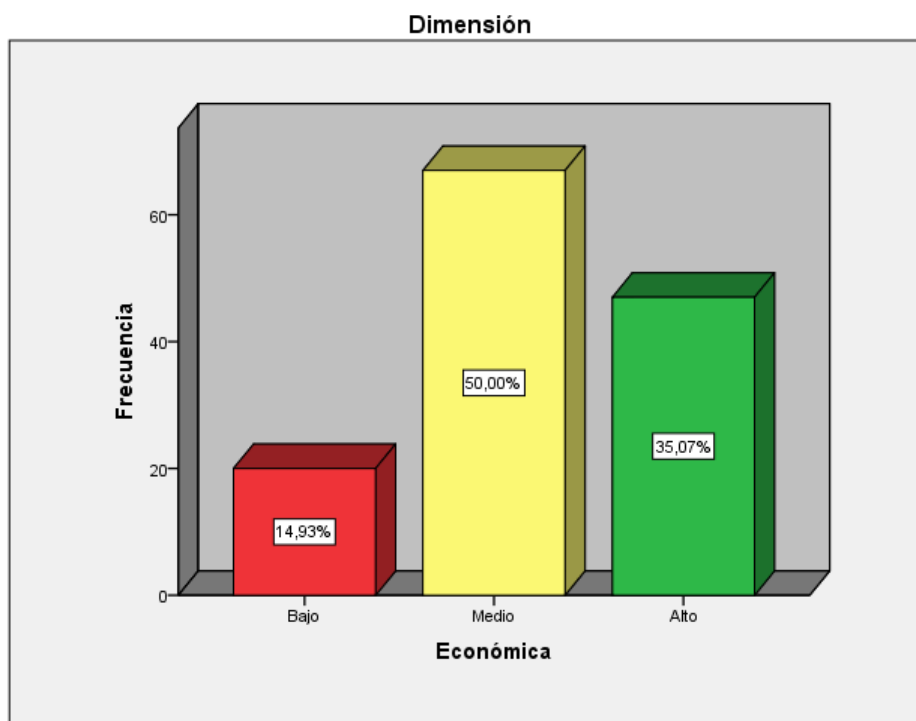


Figura 11. Histograma de frecuencias de la dimensión rentabilidad económica.

Nota. De acuerdo a la tabla 14 y la figura 11, del 100% de los encuestados; el 50% manifestó que la rentabilidad económica, producto de la globalización, beneficia de manera media a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. Sin embargo, el 35,07% manifestó que la rentabilidad económica, producto de la globalización los beneficia de manera alta. También existe el 14,93% que manifestó que la rentabilidad económica, producto de la globalización, afecta de manera baja a las pequeñas empresas del distrito.

Tabla 15

Tabla de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	40	29,9	29,9	29,9
	Medio	55	41,0	41,0	70,9
	Alto	39	29,1	29,1	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

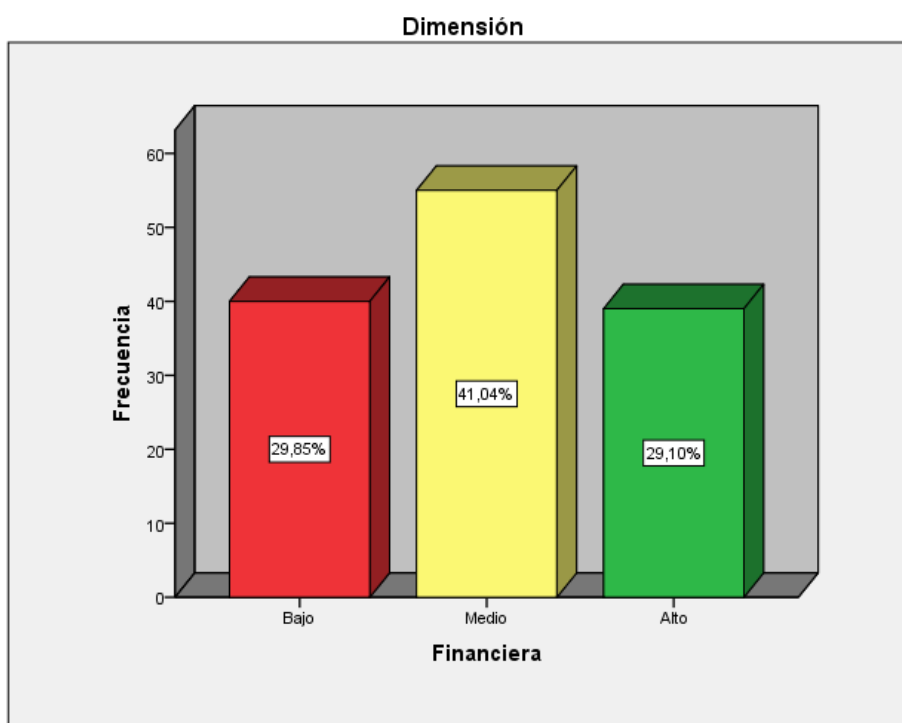


Figura 12. Histograma de frecuencias de la dimensión rentabilidad financiera.

Nota. De acuerdo a la tabla 15 y la figura 12, del 100% de los encuestados; el 41.04% manifestó que la rentabilidad financiera, producto de la globalización, beneficia de manera media a las pequeñas empresas de San Juan de Lurigancho. Sin embargo, el 29,85% manifestó que la rentabilidad financiera, producto de la globalización, beneficia de manera baja a las pequeñas empresas. También existe el 20.10% que manifestó que la rentabilidad financiera, producto de la globalización, afecta de manera alta a las pequeñas empresas.

2. Análisis descriptivo bivariada

Tabla 16

Tabla cruzada entre las variables globalización y administración estratégica

Tabla cruzada Globalización*Administración estratégica

% del total

		Administración Estratégica			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Globalización	Bajo	11,9%	17,9%		29,9%
	Medio	2,2%	22,4%	20,9%	45,5%
	Alto			24,6%	24,6%
Total		14,2%	40,3%	45,5%	100,0%

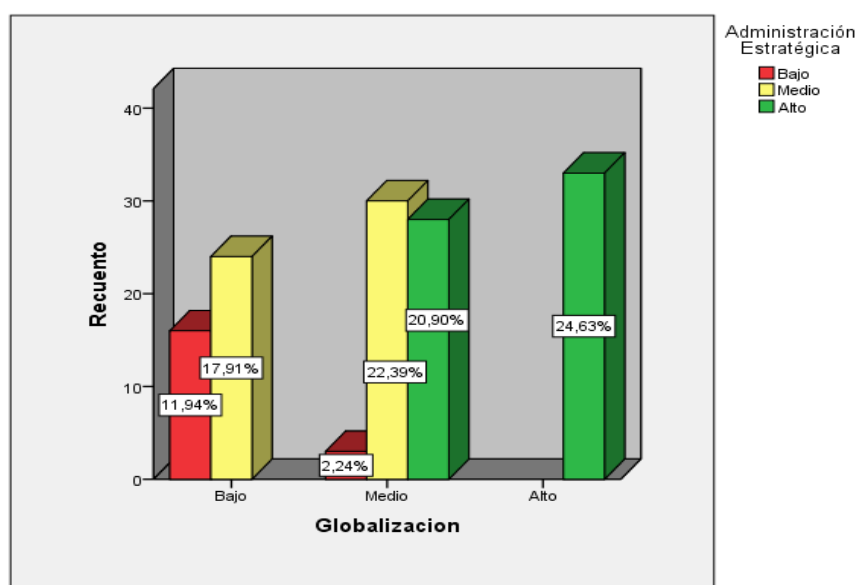


Figura 13. Histograma del cruce de variables globalización y administración estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 16 y la figura 13, del 100% de los encuestados, el 24,63% manifestó que el cruce de las variables globalización y administración estratégica resulto en un nivel alto; el 22,39% manifestó que en el cruce de las variables globalización y administración estratégica resulto en un nivel medio; sin embargo, el 11,94% manifestó que en el cruce de las variables globalización y administración estratégica resulto en un nivel bajo. Es importante señalar que el 20,90% manifestó que cuando la variable globalización está a nivel medio, la variable administración estratégica alcanza el nivel alto. También, el 17,91% considero que cuando la variable globalización está a nivel bajo, la variable administración estratégica alcanzo el nivel medio. Por último, el 2,24% manifestó que cuando la variable globalización alcanzo nivel medio, la variable administración estratégica resulto en un nivel bajo.

Tabla 17

Tabla cruzada entre las variables globalización y rentabilidad

Tabla cruzada Globalización*Rentabilidad

% del total		Rentabilidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Globalización	Bajo	15,7%	11,9%	2,2%	29,9%
	Medio	6,0%	29,1%	10,4%	45,5%
	Alto		9,0%	15,7%	24,6%
Total		21,6%	50,0%	28,4%	100,0%

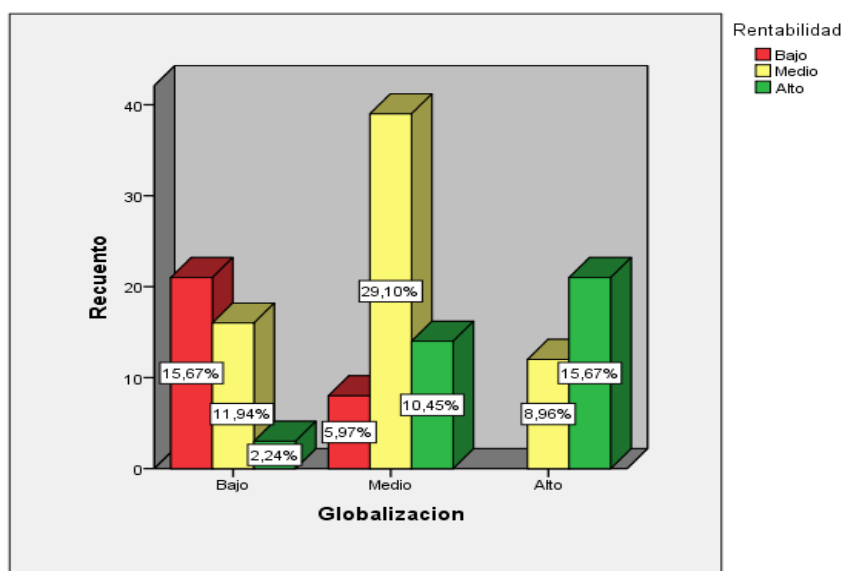


Figura 14. Histograma del cruce de variables globalización y rentabilidad.

Nota. De acuerdo a la tabla 17 y la figura 14, del 100% de los encuestados, el 29,10% manifestó que el cruce de las variables globalización y rentabilidad, resulto en un nivel medio; el 15,67% manifestó que en el cruce de las variables globalización y rentabilidad, resulto en un nivel alto; sin embargo, el 15,67% manifestó que en el cruce de las variables globalización y rentabilidad, resulto en un nivel bajo. Es importante señalar que el 11,94% manifestó que cuando la variable globalización está a nivel bajo, la variable rentabilidad, alcanza el nivel medio. También, el 10,45% considero que cuando la variable globalización está a nivel medio, la rentabilidad alcanzo el nivel alto. El 8,96% manifestó que cuando la variable globalización alcanzo nivel alto, la rentabilidad resulto en un nivel medio. El 6% manifestó que cuando la variable globalización alcanzo el nivel medio, la rentabilidad alcanzo el nivel bajo. El 2,24% manifestó

que cuando la variable globalización alcanzó el nivel de bajo, la rentabilidad alcanzó en nivel alto.

Tabla 18

Tabla cruzada entre la dimensión integración económica y la variable administración estratégica

Tabla cruzada Integración económica*Administración estratégica

% del total

		Administración Estratégica			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Integración económica	Bajo	9,7%	17,9%	4,5%	32,1%
	Medio	4,5%	14,2%	20,1%	38,8%
	Alto		8,2%	20,9%	29,1%
Total		14,2%	40,3%	45,5%	100,0%

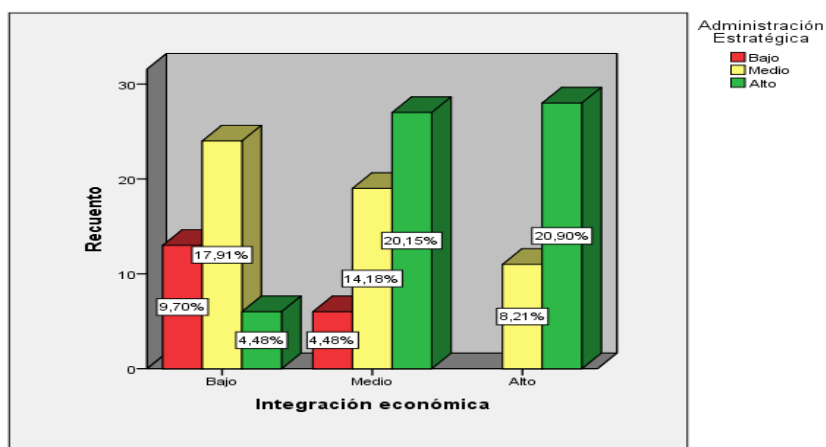


Figura 15. Histograma del cruce de la dimensión integración económica y la variable administración estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 18 y la figura 15, del 100% de los encuestados, el 20,90% manifestó que el cruce de la dimensión integración económica y la variable administración estratégica, resulto en un nivel alto; el 14,18% manifestó que, en el cruce de la integración económica y la administración estratégica, resulto en un nivel medio; sin embargo, el 9,7% manifestó que, en el cruce de la integración económica y la administración estratégica, resulto en un nivel bajo. Es importante señalar que el 20,15% manifestó que cuando la integración económica está a nivel medio, la administración estratégica, alcanzó el nivel alto. También, el 17,91% considero que cuando la integración económica está a nivel bajo, la administración estratégica, alcanzó el nivel medio. El 8,21% manifestó que cuando la integración económica alcanzó nivel alto, la

administración estratégica resultó en un nivel medio. El 4.48% manifestó que cuando la integración económica alcanzó el nivel medio, la administración estratégica alcanzó el nivel bajo. El 4.48% indicó cuando la integración económica alcanzó el nivel bajo, la administración estratégica alcanzó el nivel alto.

Tabla 19

Tabla cruzada entre la dimensión compromiso político y la variable administración estratégica

Tabla cruzada Compromiso político*Administración Estratégica

% del total

		Administración Estratégica			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Compromiso político	Bajo	11,9%	28,4%	5,2%	45,5%
	Medio	2,2%	11,9%	29,1%	43,3%
	Alto			11,2%	11,2%
Total		14,2%	40,3%	45,5%	100,0%

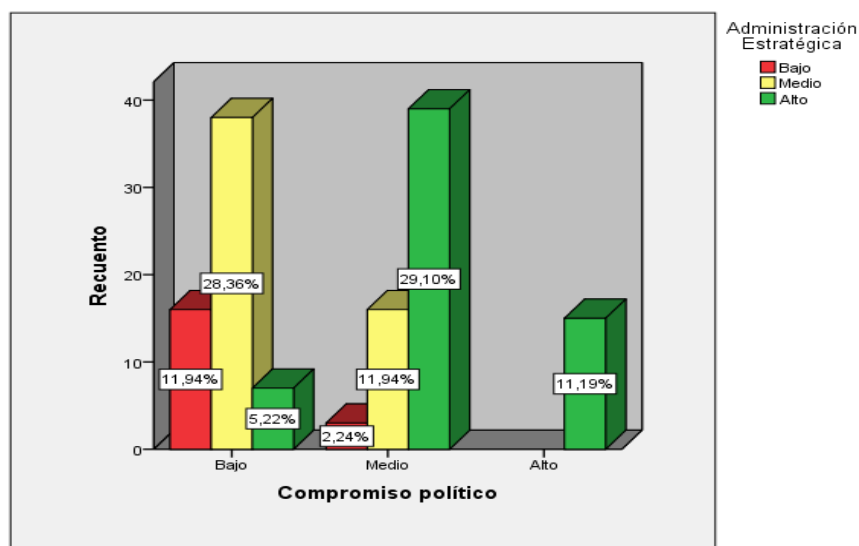


Figura 16. Histograma del cruce de la dimensión compromiso político y la variable administración estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 19 y la figura 16, del 100% de los encuestados, el 11,94% manifestó que el cruce de la dimensión compromiso político y la variable administración estratégica, resulto en un nivel medio; el 11,94% manifestó que, en el cruce del compromiso político la administración estratégica, resulto en un nivel bajo; sin embargo, el 11,19% manifestó que, en el cruce del compromiso político y la administración estratégica, resulto en un nivel alto. Es importante señalar que el 29,10% manifestó que cuando el compromiso político está a nivel medio, la administración estratégica, alcanzó el nivel alto. También, el 28,36% considero que

cuando el compromiso político está a nivel bajo, la administración estratégica, alcanzó el nivel medio. El 5,22% manifestó que cuando el compromiso político alcanzó nivel bajo, la administración estratégica resultó en un nivel alto. El 2.24% manifestó que cuando el compromiso político alcanzó el nivel medio, la administración estratégica alcanzó el nivel bajo.

Tabla 20

Tabla cruzada entre la dimensión conectividad por internet y la variable administración estratégica

Tabla cruzada Conectividad por internet*Administración Estratégica

% del total		Administración Estratégica			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Conectividad por internet	Bajo	9,7%	25,4%	6,0%	41,0%
	Medio	4,5%	9,7%	14,9%	29,1%
	Alto		5,2%	24,6%	29,9%
Total		14,2%	40,3%	45,5%	100,0%

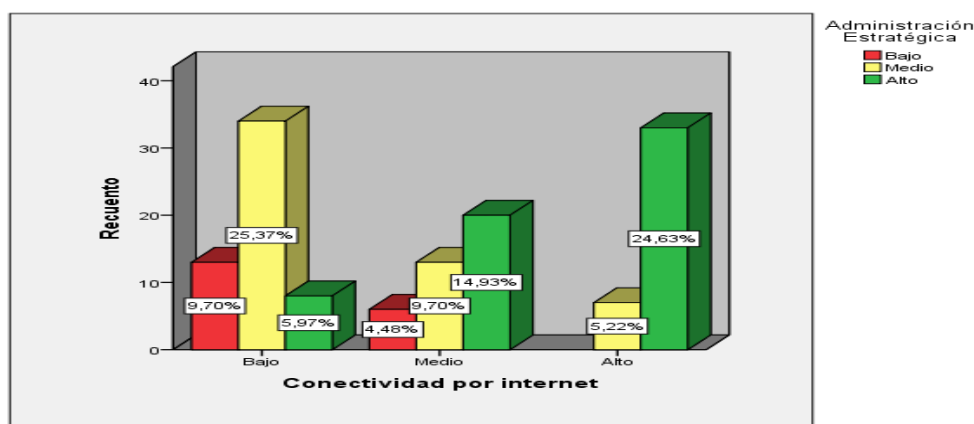


Figura 17. Histograma del cruce de la dimensión conectividad por internet y la variable administración estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 20 y la figura 17, del 100% de los encuestados, el 24,63% manifestó que el cruce de la dimensión conectividad por internet y la variable administración estratégica, resulto en un nivel alto; el 9,70% manifestó que, en el cruce de la conectividad por internet y la administración estratégica, resulto en un nivel medio; sin embargo, el 9,70% manifestó que, en el cruce de la conectividad por internet y la administración estratégica, resulto en un nivel bajo. Es importante señalar que el 25,37% manifestó que cuando la conectividad por internet está a nivel bajo, la administración estratégica, alcanzó el nivel medio. También, el 14,93% considero que cuando la conectividad por internet está a nivel medio, la administración estratégica, alcanzó

el nivel alto. El 6,0% manifestó que cuando la conectividad por internet alcanzó nivel bajo, la administración estratégica resultó en un nivel alto. El 5.97% manifestó que cuando la conectividad por internet alcanzó el nivel alto, la administración estratégica alcanzó el nivel medio. El 4.48% indicó cuando la conectividad por internet alcanzó el nivel medio, la administración estratégica alcanzó el nivel bajo.

Tabla 21

Tabla cruzada en la dimensión contactos personales y variable administración estratégica

Tabla cruzada Contactos personales*Administración Estratégica

% del total

		Administración Estratégica			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Contactos personales	Bajo	9,7%	23,1%	4,5%	37,3%
	Medio	2,2%	6,7%	20,1%	29,1%
	Alto	2,2%	10,4%	20,9%	33,6%
Total		14,2%	40,3%	45,5%	100,0%

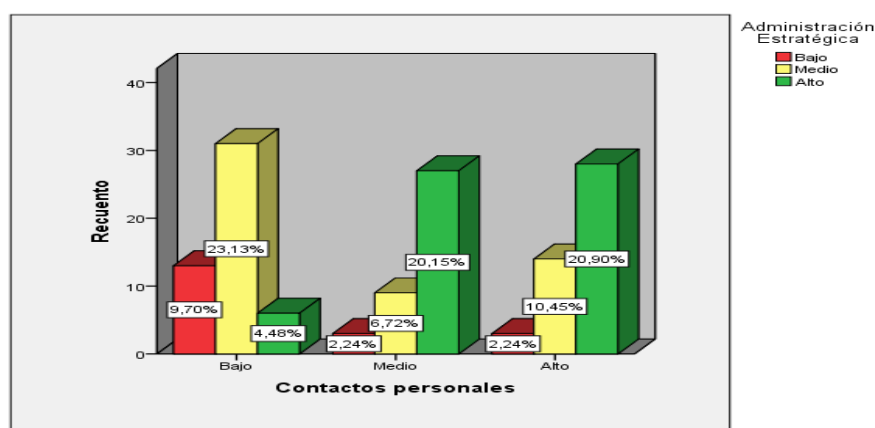


Figura 18. Histograma del cruce de la dimensión contactos personales y la variable administración estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 21 y la figura 18, del 100% de los encuestados, el 20,90% manifestó que el cruce de la dimensión contactos personales y la variable administración estratégica, resulto en un nivel alto; en cambio un 9,70% manifestó un nivel bajo; y el 6,72% manifestó que coincidían en un nivel medio. Es importante señalar que el 23,13% manifestó que cuando los contactos personales están a nivel bajo, la administración estratégica, alcanzó el nivel medio. También, el 20,15% considero que cuando los contactos personales están a nivel medio, la administración estratégica, alcanzó el nivel alto. El 10,45% manifestó que cuando los contactos personales alcanzan nivel alto, la administración estratégica resultó en un nivel medio. El 4,48%

manifestó que cuando los contactos personales alcanzan el nivel bajo, la administración estratégica alcanzó el nivel alto. El 2.24% indicó cuando los contactos personales alcanzan el nivel medio, la administración estratégica alcanzó el nivel bajo. El 2.24% indicó cuando los contactos personales alcanzan el nivel medio, la administración estratégica alcanzó el nivel bajo.

Tabla 22

Tabla cruzada entre la dimensión integración económica y la variable rentabilidad

Tabla cruzada Integración económica*Rentabilidad

% del total		Rentabilidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Integración económica	Bajo	13,4%	14,2%	4,5%	32,1%
	Medio	6,0%	21,6%	11,2%	38,8%
	Alto	2,2%	14,2%	12,7%	29,1%
Total		21,6%	50,0%	28,4%	100,0%

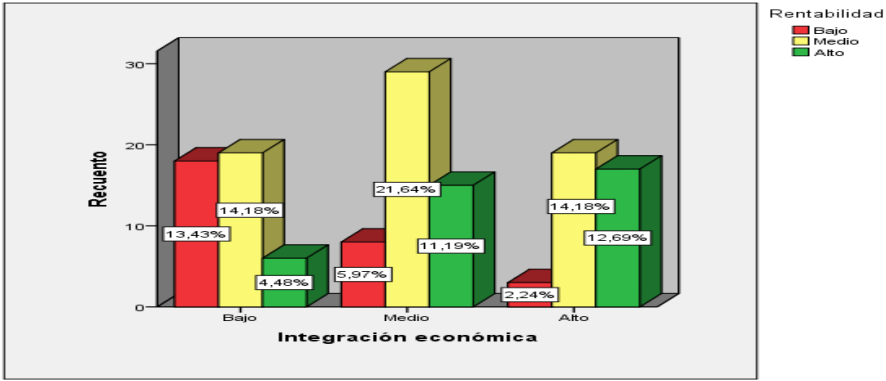


Figura 19. Histograma del cruce entre la dimensión integración económica y la variable rentabilidad.

Nota. De acuerdo a la tabla 22 y la figura 19, del 100% de los encuestados, el 21,64% manifestó que el cruce de la dimensión integración económica y la variable rentabilidad, resultó en un nivel medio; el 13,43% manifestó que, en el cruce de la integración económica y la rentabilidad, resultó en un nivel bajo; sin embargo, el 12,69% manifestó que, en el cruce de la integración económica y la rentabilidad, resultó en un nivel alto. Es importante señalar que el 14,18% manifestó que cuando la integración económica está a nivel bajo, la rentabilidad, alcanzó el nivel medio. También, el 14,18% considero que cuando la integración económica está a nivel alto, la rentabilidad, alcanzó el nivel medio. El 11,19% indicó cuando la integración económica alcanza nivel medio, la rentabilidad resultó en un nivel alto. El 5,97% manifestó que cuando la integración económica alcanza el nivel medio, la rentabilidad alcanzó el nivel bajo. El 4,48%

indicó cuando la integración económica alcanza el nivel bajo, la rentabilidad alcanzó el nivel alto. El 2.24% indicó cuando la integración económica está al nivel alto, la rentabilidad alcanzó el nivel bajo.

Tabla 23

Tabla cruzada entre la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad

Tabla cruzada Compromiso político*Rentabilidad

% del total		Rentabilidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Compromiso político	Bajo	15,7%	19,4%	10,4%	45,5%
	Medio	6,0%	28,4%	9,0%	43,3%
	Alto		2,2%	9,0%	11,2%
Total		21,6%	50,0%	28,4%	100,0%

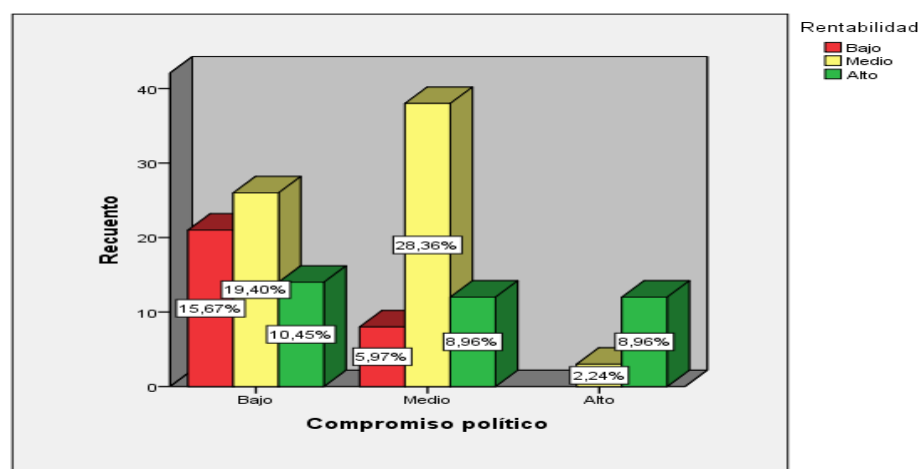


Figura 20. Histograma del cruce entre la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad.

Nota. De acuerdo a la tabla 23 y la figura 20, del 100% de los encuestados, el 28,36% manifestó que el cruce de la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad, resultó en un nivel medio; el 15,67% manifestó que, en el cruce del compromiso político y la rentabilidad, resultó en un nivel bajo; sin embargo, el 8,96% manifestó que, en el cruce del compromiso político y la rentabilidad, resultó en un nivel alto. Es importante señalar que el 19,40% manifestó que cuando del compromiso político está a nivel bajo, la rentabilidad, alcanzó el nivel medio. También, el 10,45% considero que cuando del compromiso político está a nivel bajo, la rentabilidad, alcanzó el nivel alto. El 8,96% indicó cuando del compromiso político alcanza nivel medio, la rentabilidad resultó en un nivel alto. El 5,97% manifestó que cuando del

compromiso político alcanza el nivel medio, la rentabilidad alcanzó el nivel bajo. El 2.24% indicó cuando del compromiso político alcanza el nivel alto, la rentabilidad alcanzó el nivel medio.

Tabla 24

Tabla cruzada entre la dimensión conectividad por internet y la variable rentabilidad

Tabla cruzada Conectividad por internet*Rentabilidad

% del total		Rentabilidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Conectividad por internet	Bajo	17,9%	17,9%	5,2%	41,0%
	Medio	1,5%	22,4%	5,2%	29,1%
	Alto	2,2%	9,7%	17,9%	29,9%
Total		21,6%	50,0%	28,4%	100,0%

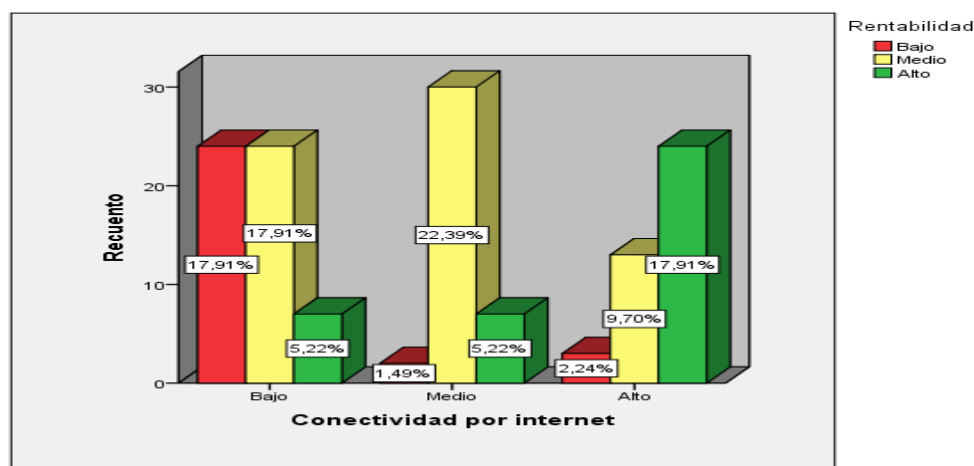


Figura 21. Histograma del cruce entre la dimensión conectividad por internet y la variable rentabilidad.

Nota. De acuerdo a la tabla 24 y la figura 21, del 100% de los encuestados, el 22,39% manifestó que el cruce de la dimensión conectividad por internet y la variable rentabilidad, resulto en un nivel medio; el 17,91% manifestó que, en el cruce de la conectividad por internet y la rentabilidad, resulto en un nivel bajo; sin embargo, el 17,91% manifestó que, en el cruce de la conectividad por internet y la rentabilidad, resulto en un nivel alto. Es importante señalar que el 17,91% manifestó que cuando la conectividad por internet está a nivel bajo, la rentabilidad, alcanzó el nivel medio. También, el 9,70% considero que cuando la conectividad por internet está a nivel alto, la rentabilidad, alcanzó el nivel medio. El 5,22% indicó cuando la conectividad

por internet alcanza nivel medio, la rentabilidad resultó en un nivel alto. El 5.22% manifestó que cuando la conectividad por internet alcanzó el nivel bajo, la rentabilidad alcanzó el nivel alto. El 2.24% indicó cuando la conectividad por internet alcanzó el nivel alto, la rentabilidad alcanzó el nivel bajo. El 1.49% indicó cuando la conectividad por internet está al nivel medio, la rentabilidad alcanzó el nivel bajo.

Tabla 25

Tabla cruzada entre la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad

Tabla cruzada Contactos personales*Rentabilidad

% del total		Rentabilidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Contactos personales	Bajo	15,7%	14,2%	7,5%	37,3%
	Medio	3,7%	16,4%	9,0%	29,1%
	Alto	2,2%	19,4%	11,9%	33,6%
Total		21,6%	50,0%	28,4%	100,0%

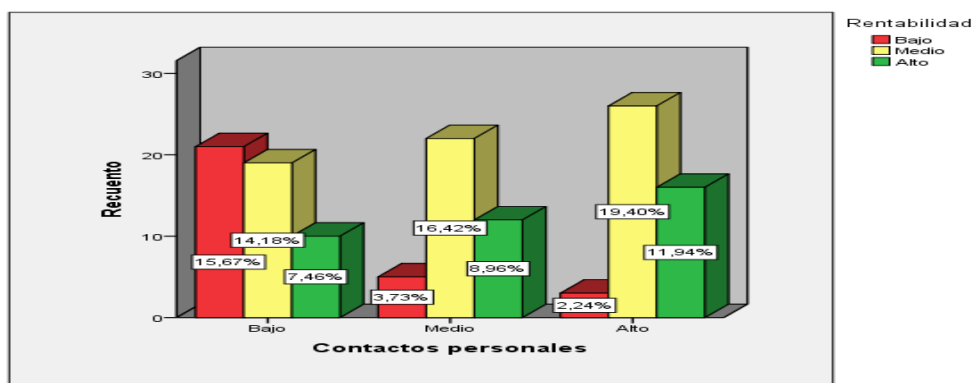


Figura 22. Histograma del cruce entre la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad.

Nota. De acuerdo a la tabla 25 y la figura 22, del 100% de los encuestados, el 16,42% manifestó que el cruce de la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad, resulto en un nivel medio; el 15,67% manifestó que, en el cruce de los contactos personales y la rentabilidad, resulto en un nivel bajo; sin embargo, el 11,94% manifestó que, en el cruce de los contactos personales y la rentabilidad, resulto en un nivel alto. Es importante señalar que el 19,40% manifestó que cuando los contactos personales están a nivel alto, la rentabilidad, alcanzó el nivel medio. También, el 14,18% considero que cuando los contactos personales están a nivel bajo, la rentabilidad, alcanzó el nivel medio. El 8,96% indicó cuando los contactos personales

alcanzaron nivel medio, la rentabilidad resultó en un nivel alto. El 7.46% manifestó que cuando los contactos personales están a nivel bajo, la rentabilidad está al nivel alto. El 3.73% indicó cuando los contactos personales alcanzaron el nivel medio, la rentabilidad alcanzó el nivel bajo. El 2.24% indicó cuando los contactos personales están al nivel alto, la rentabilidad alcanzó el nivel bajo.

3. Prueba de normalidad

Hipótesis estadística.

Hipótesis nula	Valor $p > 0.05$	Los datos siguen una distribución normal.
Hipótesis alterna	Valor $p < 0.05$	Los datos <i>no</i> siguen una distribución normal.

Tabla 26

Prueba de normalidad para las variables y dimensiones

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Globalización	,230	134	,000	,808	134	,000
Integración económica	,213	134	,000	,804	134	,000
Compromiso político	,291	134	,000	,766	134	,000
Conectividad por internet	,266	134	,000	,777	134	,000
Contactos personales	,246	134	,000	,780	134	,000
Administración Estratégica	,289	134	,000	,773	134	,000
Rentabilidad	,254	134	,000	,806	134	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. En la tabla 26, la prueba de normalidad para determinar la bondad de ajuste de las distribuciones para las variables globalización, administración estratégica y rentabilidad; así como para las dimensiones integración económica, compromiso político, conectividad por internet, y contactos personales, se determinó aplicar la prueba Kolmogorov-Smirnov por ser una muestra con 134 elementos > a 30 elementos de estudio; dando como resultado para la variables y dimensiones el valor $p=0,000 \leq 0,05$; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, aceptando que los datos de la variable no siguen una distribución normal. En consecuencia, se

aplicó el estadígrafo de Rho de Spearman para analizar muestras no paramétricas en las hipótesis planteadas y evaluar el grado de correlación entre las variables y dimensiones del estudio.

4. Análisis inferencial bivariada

Tabla 27

Niveles de correlación bilateral

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	.Correlación negativa perfecta.
-0.76 a -0.90	.Correlación negativa muy fuerte.
-0.51 a -0.75	.Correlación negativa considerable.
-0.11 a -0.50	.Correlación negativa media.
-0.01 a -0.10	.Correlación negativa débil.
0.00	.No existe correlación.
+0.01 a +0.10	.Correlación positiva débil.
+0.11 a +0.50	.Correlación positiva media.
+0.51 a +0.75	.Correlación positiva considerable.
+0.76 a +0.90	.Correlación positiva muy fuerte.
+0.91 a +1.00	.Correlación positiva perfecta

Fuente: Tomado de la revista científica *Movimiento Científico*, 8(1), p.100. Mondragón, M. (2014).

Prueba de hipótesis general.

Hipótesis estadística.

- H₀ No existe relación significativa entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.
- H_a Existe relación significativa entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 28

Prueba de hipótesis general

Correlaciones

			Globalización	Administración Estratégica	Rentabilidad
Rho de Spearman	Globalización	Coeficiente de correlación	1,000	,754**	,566**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000
		N	134	134	134
	Administración Estratégica	Coeficiente de correlación	,754**	1,000	,503**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000
		N	134	134	134
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,566**	,503**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.
		N	134	134	134

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 28, se encontró que la relación entre las variables globalización y administración estratégica es significativa al nivel de 0,754 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor injerencia del fenómeno de la globalización mayor será la exigencia de ejecutar la administración estratégica, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. También se demostró que la relación entre las variables globalización y rentabilidad es significativa al nivel de 0,566 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación entre las variables de estudio, manifestando una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor injerencia del fenómeno de la globalización mayor será la rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito.

Primera decisión. De acuerdo al Sig. (Bilateral)=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva considerable entre las variables globalización y administración estratégica, coalición que beneficiaría a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho.

Segunda decisión. De acuerdo al Sig. (Bilateral)=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva considerable entre las variables globalización y la rentabilidad, resultado que beneficiaría a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho.

Prueba de hipótesis específica 1.

Hipótesis estadística.

H₀ No existe relación significativa entre la integración económica y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

H_a Existe relación significativa entre la integración económica y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 29

Prueba de hipótesis específica 1

		Correlaciones		
			Integración económica	Administración Estratégica
Rho de Spearman	Integración económica	Coeficiente de correlación	1,000	,493**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	134	134
	Administración Estratégica	Coeficiente de correlación	,493**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	134	134

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 29, se encontró que la relación entre la dimensión integración económica y la variable administración estratégica es significativa al nivel de 0,493 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor injerencia del fenómeno de integración económica, mayor será la exigencia de ejecutar administración estratégica, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito.

Decisión. De acuerdo al *Sig. (Bilateral)*=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva media entre la dimensión integración económica y la variable administración estratégica, dualidad que beneficiaría a las pequeñas empresas del distrito.

Prueba de hipótesis específica 2.

Hipótesis estadística.

H₀ No existe relación significativa entre el compromiso político y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

H_a Existe relación significativa entre el compromiso político y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 30

Prueba de hipótesis específica 2

			Correlaciones	
			Compromiso político	Administración Estratégica
Rho de Spearman	Compromiso político	Coeficiente de correlación	1,000	,643**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	134	134
	Administración Estratégica	Coeficiente de correlación	,643**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	134	134

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 30, se encontró que la relación entre la dimensión compromiso político y la variable administración estratégica es significativa al nivel de 0,643 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor injerencia de compromiso político por parte del gobierno, mayor serán las ventajas de ejecutar administración estratégica, en beneficio de las pequeñas empresas de SJL.

Decisión. De acuerdo al *Sig. (Bilateral)*=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva considerable entre la dimensión compromiso político del estado y la variable administración estratégica, impulso que beneficiaría a las pequeñas empresas SJL.

Prueba de hipótesis específica 3.

Hipótesis estadística.

H₀ No existe relación significativa entre la conectividad por internet y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019

H_a Existe relación significativa entre la conectividad por internet y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 31

Prueba de hipótesis específica 3

		Correlaciones		
			Conectividad por internet	Administración Estratégica
Rho de Spearman	Conectividad por internet	Coeficiente de correlación	1,000	,562**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	134	134
	Administración Estratégica	Coeficiente de correlación	,562**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	134	134

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 31, se encontró que la relación entre la dimensión conectividad por internet y la variable administración estratégica es significativa al nivel de 0,562 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor conectividad por internet para viabilizar la gestión del negocio, mayores serán las responsabilidades de ejecutar la administración estratégica, para que sea beneficiosa para las pequeñas empresas de SJL.

Decisión. De acuerdo al Sig. (Bilateral)=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva considerable entre la dimensión conectividad por internet y la variable administración estratégica, estrategia que beneficiaría a las pequeñas empresas de SJL.

Prueba de hipótesis específica 4.

Hipótesis estadística.

H₀ No existe relación significativa entre los contactos personales y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

H_a Existe relación significativa entre los contactos personales y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 32

Prueba de hipótesis específica 4

		Correlaciones		
			Contactos personales	Administración Estratégica
Rho de Spearman	Contactos personales	Coeficiente de correlación	1,000	,439**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	134	134
	Administración Estratégica	Coeficiente de correlación	,439**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	134	134

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 32, se encontró que la relación entre la dimensión contactos personales y la variable administración estratégica es significativa al nivel de 0,439 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayores contactos personales para viabilizar la gestión del negocio, mayores serán las ventajas de ejecutar la administración estratégica, lo que beneficiaría a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho.

Decisión. De acuerdo al *Sig. (Bilateral)*=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva considerable entre la dimensión contactos personales y la variable administración estratégica, estrategia que beneficiaría a las pequeñas empresas de SJL.

Prueba de hipótesis específica 5.

Hipótesis estadística.

- H₀ No existe relación significativa entre la integración económica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.
- H_a Existe relación significativa entre la integración económica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 33

Prueba de hipótesis específica 5

		Correlaciones	
		Integración económica	Rentabilidad
Rho de Spearman	Integración económica	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,355**
		N	134
Rho de Spearman	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,355**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	134

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 33, se encontró que la relación entre la dimensión integración económica y la variable rentabilidad es significativa al nivel de 0,355 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor integración económica que viabilice la gestión del negocio, mayores serán las ventajas para alcanzar rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas de SJL.

Decisión. De acuerdo al *Sig. (Bilateral)*=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva media entre la dimensión integración económica y la variable rentabilidad, estrategia que beneficiaría a las pequeñas empresas de SJL

Prueba de hipótesis específica 6.

Hipótesis estadística.

H₀ No existe relación significativa entre el compromiso político y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

H_a Existe relación significativa entre el compromiso político y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 34

Prueba de hipótesis específica 6

		Correlaciones		
			Compromiso político	Rentabilidad
Rho de Spearman	Compromiso político	Coeficiente de correlación	1,000	,318**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	134	134
Rho de Spearman	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,318**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	134	134

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 34, se encontró que la relación entre la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad es significativa al nivel de $0,318$ positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor compromiso político para viabilizar la gestión del negocio, mayores serán las ventajas para alcanzar rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito.

Decisión. De acuerdo al *Sig. (Bilateral)* = $0.000 < 0,05$ indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva media entre la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad, estrategia que beneficiaría a las pequeñas empresas de SJL.

Prueba de hipótesis específica 7.

Hipótesis estadística.

H₀ No existe relación significativa entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

H_a Existe relación significativa entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 35

Prueba de hipótesis específica 7

		Correlaciones		
			Conectividad por internet	Rentabilidad
Rho de Spearman	Conectividad por internet	Coeficiente de correlación	1,000	,495**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	134	134
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,495**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		134	134	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 35, se encontró que la relación entre la dimensión conectividad por internet y la variable rentabilidad es significativa al nivel de 0,495 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor conectividad por internet para viabilizar la gestión del negocio, mayores serán las ventajas para alcanzar rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito.

Decisión. De acuerdo al *Sig. (Bilateral)*=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva media entre la dimensión conectividad por internet y la variable rentabilidad, estrategia que beneficiaría a las pequeñas empresas del distrito de SJL.

Prueba de hipótesis específica 8.

Hipótesis estadística.

H₀ No existe relación significativa entre los contactos personales y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

H_a Existe relación significativa entre los contactos personales y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 36

Prueba de hipótesis específica 8

Correlaciones				
			Contactos personales	Rentabilidad
Rho de Spearman	Contactos personales	Coeficiente de correlación	1,000	,302**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	134	134
Rho de Spearman	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,302**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	134	134

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 36, se encontró que la relación entre la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad es significativa al nivel de 0,302 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayores contactos personales durante la gestión del negocio, mayores serán las ventajas para alcanzar rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito.

Decisión. De acuerdo al *Sig. (Bilateral)*=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva media entre la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad, estrategia que beneficiaría a las pequeñas empresas de SJL.

IV Discusión

En relación a la hipótesis general planteada, es decir, si existe o no relación significativa entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, los resultados obtenidos dejan evidencia de que si existe correlación entre las variables. En el caso de globalización y la administración estratégica la correlación es significativa al nivel de $0,754$ positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable alta. En el caso de la variable globalización y rentabilidad es significativa al nivel de $0,566$ positivo; por lo tanto, se puede inducir también que existe correlación positiva moderada. En ambos casos se puede deducir que la relación es directamente proporcional; por lo tanto, a mayor injerencia del fenómeno de la globalización mayor será la exigencia de ejecutar la administración estratégica y mayor será la rentabilidad. Estos resultados son similares por lo expuesto por Milla (2016) quien en su investigación tuvo como objetivo determinar cómo la globalización incide en la gestión de las medianas y pequeñas empresas de confecciones de ropa en SJL – Lima, hallando que el 85% de los encuestados consideraban que la globalización si influía en la gestión de las empresas en estudio y al mismo tiempo el 70% opinaba que era necesario contar con un plan de negocios de forma tal de poder contar con una proyección sistemática de sus negocios que les permita dirigir adecuadamente, evaluar y corregir; de igual modo, Gago. (2014) en su investigación que tuvo como objetivo general determinar el impacto de la globalización, en las estrategias de gestión financiera de las cooperativas, pudo identificar que el 95% de los encuestados consideraron que la globalización si impacta en la organización de diversas formas y que no estaban preparados para dicha situación. En nuestro análisis descriptivo univariado se encuentra que la variable globalización tiene una respuesta del 29,9% (B); 45.52% (nivel medio) y 24.63% (nivel alto) y donde los encuestados le dan más importancia a las preguntas sobre lo que significa la gestión empresarial y que el éxito de las empresas depende de esa gestión empresarial. Sin embargo, los resultados de estas empresas no reflejan esa opinión. Se puede hacer entonces un paralelo con lo que dijeron Shahbaz et al. (2018) y que estudiaron sobre este fenómeno en la India, indicando que la globalización en todas sus formas (política, social y económica) es perjudicial para el desarrollo financiero del país. Una explicación teórica a este contraste seria como dice Terrones (2012) económicamente la globalización se ha convertido en una nueva fase del expansionismo capitalista, reflejada con apertura de mercados, disminución o cese de barreras arancelarias, igualmente de políticas

proteccionistas, etc. que socialmente perjudica a las clases sociales menos favorecidas entre otros temas.

En cuanto a la primera hipótesis específica, es decir, existe o no relación significativa entre la integración económica y la administración estratégica de las pequeñas empresas de San Juan de Lurigancho, los resultados obtenidos fueron que si existe correlación la cual es significativa al nivel de $0,493$ positivo; por lo tanto, se puede inducir que la correlación es positiva media entre las variables de estudio. Al revisar los resultados del análisis descriptiva univariado se observa que del total de encuestados solo el 38.81 % y el 29.10% niveles medio y alto respectivamente, consideran importante la dimensión de integración económica. Y hay un 32.09% que le dio un nivel bajo a la dimensión. Si se revisa el análisis bivariada se ubica a la dimensión y la variable en un nivel alto en 20,9% y en el nivel bajo en 9,7%. Estos resultados pueden confrontarse por lo dicho por Gago (2014) sobre todo cuando se compara la pregunta si era importante que las cooperativas logren una mejor integración económica internacional con relación a los términos de financiamiento del mercado, el 89.7% contestaron que sí, mientras que la diferencia desconocían el tema. Es decir, comparando los resultados de la investigación con la del Sr. Gago, los empresarios de las pequeñas empresas en SJL no dan el mismo nivel de importancia a la integración económica en consideración a las exigencias del mercado actual y que luego los termina ajustando a tal punto de que muchas tienden a cerrar o darse de baja. Teóricamente viene explicado por Arribas et al. (2010) cuando comenta que la integración económica, se presenta cuando las economías buscan integrarse como consecuencia del flujo del comercio internacional y financiero visto a través de las inversiones extranjeras directas. Esto no hace más que advertir que si las economías de los países se integran para hacer frente al comercio mundial debe darse una figura parecida con respecto a las empresas locales especialmente las pequeñas empresas.

La segunda hipótesis específica busco saber si existe o no relación significativa entre el compromiso político y la administración estratégica de las pequeñas empresas de SJL. El

resultado obtenido mediante el estadígrafo Rho Spearman fue de $.643$ positivo; por lo tanto, se puede decir que existe correlación positiva moderada entre las variables de estudio; es decir, cuanto mayor sea la injerencia del compromiso político por parte del gobierno en aspectos como son los tributarios, laborales, organizacionales, formalización y capacitación, dando mayores ventajas o respaldo a las pequeñas empresas frente a un mercado cada vez más competitivo, entonces mayores serán sus beneficios al poner en práctica la administración estratégica. Sin embargo, al observar el análisis descriptivo univariado efectuado respecto a la dimensión compromiso político, del 100% de los encuestados el 45,52% manifestó que no existía ningún compromiso político beneficiando a las pequeñas empresas del distrito de S JL, lo cual es preocupante y podría considerarse incluso meritorio para hacer una investigación posterior que demuestre con más detalles estas opiniones recogidas de la encuesta. La situación descrita puede completar sus argumentos si se observa el análisis descriptivo bivariado donde los puntos de coincidencia bajo, medio y alto de la dimensión compromiso político y la variable administración estratégica alcanzan niveles de 11,9%, 11,9%, y 11,2% respectivamente. Contrastando los resultados de esta segunda hipótesis con lo expuesto por Milla (2016) cuando en su encuesta consulta si la participación del Estado puede ayudar a mejorar la competitividad de las medianas y pequeñas empresas. El resultado fue que el 72,5% consideran de importancia la participación del Estado con el objeto de mejorar la competitividad de las empresas. El otro 27,5% no lo considero de esa manera. Asimismo, Gago (2014) incluyó una pregunta en su cuestionario relacionada a la estabilidad y el crecimiento económico mostrado por el Perú influirá en la consolidación de las cooperativas, pregunta que tiene a su vez relación con el compromiso político, dando por resultado que el 91,20% estuvo de acuerdo afirmando que la continuidad de la política económica de gobierno les permite esa opinión. La teoría de Arribas et al. (2010) explica como el compromiso político, en este caso de un país con relación a un sistema político, expresado en su grado de satisfacción o no, participando en organizaciones internacionales, firma de convenios o tratados y cooperación internacional.

La tercera hipótesis es concerniente a si existe o no relación significativa entre la conectividad por internet y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito. El resultado fue que, si existe relación siendo esta significativa al nivel de $0,562$ positivo; por lo que puede

decirse que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Este resultado manifiesta una curva de tendencia positiva por lo que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor conectividad por internet en la gestión del negocio, mayor responsabilidad se tendrá en ejecutar la administración estratégica, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito de SJL Sin embargo, al observar el análisis descriptivo univariado del 100% de los encuestados el 41,04% considera que este factor no es significativo en beneficio de las pequeñas empresas, pero ciertamente todavía hay un 29,10% y un 29,85% que consideran que si tiene significancia de nivel medio y nivel alto esa conectividad por internet que beneficia a las pequeñas empresas del distrito. Una revisión del análisis descriptivo bivariada ayuda a entender mejor ese resultado del 41,04% toda vez que en los tres niveles bajo, medio y alto el resultado es de 9,7%, 9,7%, y 24,6% cuando se relaciona la conectividad por internet con la administración estratégica lo que confirma el análisis anterior que las empresas pese a realidad actual no han incorporado estos conceptos de tecnología en sus ambientes laborales en San Juan de Lurigancho. Estos resultados se pueden contrastar con los resultados de Gago (2014) quien en su cuestionario pregunto si era importante que las cooperativas realicen una buena inversión en tecnología de la información (esta pregunta tiene relación con la presente investigación en cuanto a la conectividad a internet). La respuesta fue 100% de acuerdo en invertir, teniendo como argumento varios temas siendo uno de ellos tener computadoras personales, así como estar interconectadas vía red. Otro antecedente que puede compararse a los resultados obtenidos es el que plantean Tarapuez et al. (2016) cuando dicen que la innovación y los procesos organizados dependen de los planes estratégicos que le permita enfrentar su entorno. ¿Y cuál es ese entorno? entre otros la evolución tecnológica, que, en su sentido más genérico, podría definirse como un método para resolver problemas encontrando soluciones prácticas ante los retos y dificultades que se presentan a lo largo del tiempo. Martí (2005, p.23). Teóricamente puede explicarse en base a Terrones (2012) cuando dice que la globalización permite la interconexión de los mercados financieros haciendo más volátiles los flujos de capital, y eso se logra como consecuencia de una mayor conectividad con el mercado. Viene explicado también por Arribas (2010) cuando dice que la conectividad del país mide la capacidad del comercio en general y su competencia a nivel interno como con el exterior. El mismo caso es explicado por Martens et al. (2004) cuando en su propuesta incorpora las dimensiones formuladas por

Kearney/Foreign Policy-Globalization Index la cual habla como se dijo de la conectividad a internet.

La cuarta hipótesis se refiere a que si existe o no relación significativa entre los contactos personales y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito. La respuesta es que si existe relación entre la dimensión contactos personales y la variable administración estratégica, siendo esta significativa al nivel de 0,439 positivo; por lo que puede decirse que hay una correlación positiva considerable, lo cual es indicador de estar frente a una curva con tendencia positiva. Siendo así se dice que es la relación es directamente proporcional; en otras palabras, a mayores contactos personales mayores serán las ventajas de ejecutar la administración estratégica en beneficio de las pequeñas empresas del distrito. Mediante el análisis univariado puede precisarse que del 100% de los encuestados; el 37,31% indicaron que los contactos personales benefician de manera baja a las pequeñas empresas. Sin embargo, un 33,58% manifestó que los contactos personales si las benefician de manera alta y un 29.10% que las benefician de manera media a las pequeñas empresas del distrito de SJL, lo cual tiene mucho sentido. Revisando el análisis descriptivo bivariada el nivel más alto de esa relación entre contactos personales y administración estratégica asciende a 20,9% lo cual se puede decir es un buen indicador. En los antecedentes no se tiene una dimensión similar para comparar, pero recurriendo a la literatura científica encontramos que Castello (2013) quien ha escrito que la estrategia empresarial de hoy está orientada precisamente a los contactos personales, dicho de otra forma, a tener una red de contactos para mejorar la satisfacción de las necesidades y expectativas del consumidor. La información sobre el cliente se convierte entonces en el valor estratégico que marcará la diferencia en la gestión empresarial (p.79). Teóricamente viene el tema viene explicado en los antecedentes de Arribas et al. (2010) y Martens et al (2004) quienes consideran que los contactos personales o como se les llama red de contactos son parte de la estrategia con que se presenta la globalización y las empresas foráneas, y que igualmente debe ser trabajado por nuestras pequeñas empresas.

La quinta hipótesis a tratar esta referida a saber si existe o no relación significativa entre la integración económica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito. Los resultados

nos indican que se encontró que, si existe una relación significativa entre la dimensión y la variable, llegando al nivel de $0,355$ positivo; por lo que puede decirse que existe una correlación positiva media, lo que significa estar frente a una relación directamente proporcional; es decir, a mayor integración económica que viabilice la gestión del negocio, mayores serán las ventajas para alcanzar rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas. Por otro lado, el análisis univariado en cuanto a la variable rentabilidad nos confirma la importancia que los encuestados dan a la variable rentabilidad en los tres niveles bajo, medio y alto, asignándoles valores de $21,6\%$, 50% y $28,36\%$ respectivamente. Distribución preocupante toda vez que se trata de una variable vital para la sostenibilidad de las empresas. Asimismo, al observar el análisis descriptivo bivariado de la dimensión integración económica y la variable rentabilidad que las apreciaciones de ambas coinciden en el nivel medio de $21,6\%$. Revisando los antecedentes se encuentra en el cuestionario de Gago (2014) una pregunta que va en el mismo sentido de la presente investigación, la cual está referida a considerar o no la diversificación de productos y servicios para mejorar la rentabilidad. La respuesta fue que estaban de acuerdo al 94% del total de encuestados. Adicionalmente se puede confrontarse el resultado recurriendo a la literatura científica donde Flores (2003) resume que son los pequeños empresarios –en este caso del campo de México- quienes si no hubiesen adoptado estrategias de diversificación de ingreso hubieran seguido perdiendo rentabilidad año a año (p.157). Y en cuanto a la teoría que acompaña se tiene a Zamora (2013) quien expone entre otros que la efectividad de la gerencia de una empresa se mide por las utilidades. Si una empresa quiere mantenerse en el tiempo debe saber que la integración económica con que se arman hoy las grandes corporaciones no tardaran en quitarles mercado, en consecuencia, las gerencias de las pequeñas empresas deben tomar medidas inmediatas para evitar convertirse en parte de las estadísticas de empresas que se dan a la baja.

En cuanto a la sexta hipótesis se buscó saber si existe o no relación significativa entre el compromiso político y la rentabilidad de las pequeñas empresas. se encontró que la relación si es significativa al nivel de $0,318$ positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Por lo que se pudo deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor compromiso político para viabilizar la gestión del negocio, mayores serán las ventajas para alcanzar rentabilidad, en beneficio de las pequeñas

empresas. Como en la hipótesis anterior la variable rentabilidad en el análisis descriptivo univariado no se le da mucha importancia, lo que queda demostrado en con la distribución de las respuestas en los tres niveles bajo, medio y alto, asignándoles valores de 21,6%, 50% y 28,36% respectivamente. En tanto la relación de la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad bajo el análisis descriptivo bivariada señala que ambas son consideradas de un nivel medio alcanzando un 28,4% siendo el porcentaje mayor en esa relación. El nivel más alto alcanzado para ambas resulto ser 9%. Queda claro que el compromiso del Estado influye mucho en los resultados de las empresas más aún si se encuentran en un mercado que básicamente viene definido por la oferta y la demanda. En consecuencia, comparar los resultados con lo que plantean Tarapuez et al. (2016) es lo más parecido a lo que se busca, pues dicen que las empresas dependen mucho de los planes estratégicos que tengan para que les permitan afrontar su entorno y conocer la situación económica, la competencia, la evolución tecnológica, su capacidad financiera, etc., lo que finalmente se deriva en la obtención de una mayor rentabilidad. Teóricamente viene explicado por Perea et al. (2007) cuando en una de sus variables en estudio –Organización- sostiene que la intervención del Estado en la organización de las cooperativas y el apoyo del partido oficial de gobierno facilito la integración campesina con su propósito, sin embargo, tiempo después la globalización y el retiro del gobierno dejaron al campesinado sin liderazgo y con graves problemas para organizarse. Otro teórico que ayuda a comprender esta relación es Terrones (2012) cuando califica la globalización como un proceso causado por la nueva reestructuración del mundo, la apertura económica, y la liberalización de los mercados de capitales, lo que obliga a los Estados a tomar medidas –no proteccionistas- pero si de promotor que direcciona a las pequeñas empresas. En ese mismo sentido y más directamente explican estos resultados lo que plantean Pérez et al. (2010) con el ya comentado concepto de compromiso político. Finalmente mencionar a Torres (2013) quien cuando define la administración estratégica como un proceso de evaluación sistemática y donde se definen los objetivos a largo plazo, y desarrollando estrategias de tipo corporativo, es lo que precisamente las pequeñas empresas deben realizar al momento de diseñar sus planes incorporando todos los aspectos que el Estado facilita a las empresas a fin de hacer frente a la competencia.

La séptima hipótesis busca explicar si existe o no relación significativa entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL. El resultado fue que si

existe relación entre la dimensión conectividad por internet y la variable rentabilidad, siendo significativa al nivel de 0,495 positivo; por lo que puede decirse que tiene una correlación positiva media, manifestando una curva de tendencia positiva; en consecuencia se deduce que la relación es directamente proporcional; a mayor conectividad por internet para viabilizar la gestión del negocio, mayores serán las ventajas para alcanzar rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito. El análisis descriptivo bivariada señala que la dimensión conectividad con internet y la variable rentabilidad encuentran un mismo nivel medio para ambas, al nivel de 22,4% siendo el nivel más alto en esa tabla. Esta hipótesis no puede ser confrontada con algunos de los antecedentes por no incluir la dimensión con la variable. Pero la literatura científica incluye algunos artículos como el de Porter (2001) quien manifiesta que la manera de entender como la tecnología de la información puede influir sobre las compañías, es mediante su seguimiento a través de la cadena de valor. Siendo la cadena de valor el conjunto de actividades que tienen puntos de conexión para crear los productos y servicios, la ventaja de internet es su capacidad para vincular actividades y poner ampliamente a disposición la información en tiempo real. La explicación teórica se da por Avolio (2011) cuya investigación considera como uno de los elementos externos que limitan al crecimiento de las pequeñas empresas es el acceso a la tecnología. Sin embargo, el problema como señala la investigación es que el Estado no cumple su rol de promotor en este caso facilitando el acceso y capacitando a las pequeñas empresas.

La octava hipótesis busco saber si existe o no relación significativa entre los contactos personales y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL. se encontró que la relación entre la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad es significativa al nivel de 0,302 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media, manifestando una curva de tendencia positiva; lo que quiere decir que la relación es directamente proporcional; y esto significa a mayores contactos personales durante la gestión del negocio, mayores podrían ser las ventajas para alcanzar rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito. El análisis descriptivo bivariada entre contactos personales y la rentabilidad muestra que hay un consenso en todos los niveles bajo medio y alto alcanzando los valores de 15,7%, 16,4% y 11,9% respectivamente. Se le da importancia a los contactos por lo que puede significar a la rentabilidad de la empresa, pero aún están lejos de concientizarse a

todas las pequeñas empresas y alcanzando valores mayores. Estos resultados se pueden confrontar con los hechos por Perea et al. (2007) cuando en su investigación consideran una dimensión como es la mercadotecnia, y donde le dan una especial atención a identificar nuevos clientes, promocionando y organizando canales de distribución, políticas de precio y servicios de atención al cliente que ayudan a posicionar los productos de la empresa. Teóricamente los resultados estarían explicados por lo manifestado por Gitman et al. (2005) quienes sostenían que la rentabilidad es el pago o flujo que se genera por invertir. En este caso las pequeñas empresas deben continuar comprendiendo que formar una red de contactos personales es una inversión que será bien compensada generando a la larga mayores flujos y rentabilidad.

V Conclusiones

Desde que se inició los trabajos para desarrollar esta investigación el objetivo fue demostrar como el fenómeno denominado globalización está relacionada con las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, y de cómo estas empresas deberán gestionarse estratégicamente para mantener niveles adecuados de rentabilidad que les permita mantenerse en el tiempo. La globalización trae a los mercados locales una mayor exigencia competitiva desde el exterior, lo que demanda que las empresas locales en especial las pequeñas empresas – materia de esta investigación- asuman medidas de largo plazo que les permitan enfrentarlas.

En ese entendido es que se plantea como objetivo general, determinar la relación que existe entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL. Los resultados demuestran que entre las variables globalización y administración estratégica existe una correlación significativa al nivel de 0,754 positivo, medido mediante el coeficiente estadístico de correlación Spearman y teniendo un nivel de significancia de Sig.: 0.000. Asimismo, también quedo demostrado que la relación entre las variables globalización y rentabilidad también es significativa al nivel de 0,566 positivo; medido por coeficiente estadístico de correlación Spearman y teniendo un nivel de significancia de Sig.:

0.000. Por lo que se rechazó en ambos casos las hipótesis nulas y se aceptó las hipótesis alternas. En consecuencia queda demostrado que la globalización tiene relación en la gestión de las pequeñas empresas del distrito de SJL, y al igual que en muchos casos como los mostrados en el primer capítulo esa relación puede ser favorable o no; razón inobjetable que debe poner en alerta a nuestras pequeñas empresas a tomar medidas estratégicas y financieras en salvaguarda de su continuidad y rentabilidad, evitando pasar a formar parte de las miles de empresas nacionales que año tras año se dan de baja y forman parte de la data proporcionada por el INEI. Esta investigación puede generar una nueva: Modelando un plan estratégico para pequeñas empresas.

En cuanto al primer objetivo específico, se planteó determinar la relación que existe entre la integración económica y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. Los resultados demuestran que si existe relación entre la dimensión integración económica y la variable administración estratégica siendo significativa al nivel de 0,493 positivo; resultado medido mediante el coeficiente estadístico de correlación Spearman y con un nivel de significancia Sig.: 0.000. Motivo por lo que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Esta relación directamente proporcional demanda que, a mayor integración económica mayor debe ser el cuidado que las pequeñas empresas deben tener al formular sus estrategias y no verse superado por competencia. Observando las tablas cruzadas bajo el análisis bivariada el nivel más alto entre ambas fue de 20,9% y el más bajo fue 9,7%, lo cual demuestra que los pequeños empresarios del distrito a pesar de conocer del tema no le dan la debida importancia y siguen trabajando sin poner en práctica una administración más formal estratégicamente lo que posteriormente puede afectarlos en su rentabilidad. Futuro proyecto: Investigar sobre la implementación de clusters como estrategia sectorial para las pequeñas empresas en SJL.

En el segundo objetivo específico, se planteó determinar la relación que existe entre el compromiso político y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito.

Obteniendo como resultado que si existe relación entre la dimensión compromiso político y la variable administración estratégica, la cual es significativa al nivel de 0,643 positivo. Este resultado se calculó mediante el coeficiente estadístico de correlación Spearman y teniendo un nivel de significancia Sig.: 0.000. Motivo por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Lo cual es razonable porque los empresarios esperan apoyo de parte de sus autoridades a pesar de estar bajo un esquema de libre mercado, y eso puede entenderse mejor bajo el análisis bivariada cuando sus niveles bajo, medio y alto obtienen una respuesta casi unánime, 11,9%, 11,9% y 11,2% por lo cual se infiere que las pequeñas empresas necesitan creer en sus gobiernos para trabajar bajo la confianza que el Estado Peruano hace lo necesario y cumple con su rol promotor en cuanto a capacitación, asistencia técnica, investigación e innovación tecnológica, financiamiento, comercialización, información y otros; abriendo mercados que les permita estar en condiciones de enfrentar el nivel competitivo del exterior, y por otro lado las pequeñas empresas deben conocer el marco legal que las rodea. Próxima investigación: El Estado y su rol promotor con las pequeñas empresas.

En el tercer objetivo específico, se planteó saber si existe relación significativa entre la conectividad por internet y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de S JL. Los resultados indican que si existe relación entre la dimensión conectividad por internet y la variable administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito. Esta relación es significativa al nivel de 0,562 positivo, calculado mediante el coeficiente estadístico de correlación Spearman y con un nivel de significancia Sig.: 0.000. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Ese resultado puede parecer engañoso cuando lo comparamos con el análisis bivariada de las mismas variables, que señala como resultados bajo y medio los valores de 9,7% y 9,7% realmente bajos. Y el nivel más alto obtenido de esa relación fue 24,6%. En realidad, el resultado demuestra que a las empresas les interesan muy poco incorporar la conectividad a internet a su gestión administrativa que agilice sus procesos y/o dinamice sus operaciones comerciales. Probablemente la conectividad a internet lo ven más como un tema de necesidad personal, pero no como instrumento para desplegarse administrativamente. Al respecto, el resultado no deja dudas. Las pequeñas empresas tienen que incorporarse con el grupo de empresas que consideran estratégico estar interconectadas por

internet porque les permitirá abrirse a otros mercados. Proyecto a realizar: Análisis comparativo de la oferta de servicios de internet para empresas.

El cuarto objetivo específico, averiguar sobre la relación entre los contactos personales y la administración estratégica de las pequeñas empresas en el distrito de San Juan de Lurigancho. El resultado fue que efectivamente si existe relación entre la dimensión contactos personales y la variable administración estratégica. Esta relación es significativa al nivel de 0,439 positivo. Este cálculo fue hecho mediante el coeficiente estadístico de correlación Spearman y teniendo un nivel de significancia Sig.: 0.000. Razón por la que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Sin embargo, cuando se observa el análisis univariado se tiene un nivel bajo de 37,31% que piensan que esa relación no los beneficia. Lo cual es una alerta. Y si, por otro lado se observa el análisis bivariada el valor más alto en la relación resulta ser 20,9% lo cual es un buen indicador pero particularmente no suficiente considerando que el empresario debe tener una red de contactos que lo ayude a expandirse entre otras cosas. El análisis de los resultados demuestra que el grueso de las pequeñas empresas de San Juan de Lurigancho entiende mejor lo importante que resulta tener contactos personales en la gestión de sus negocios, pero no lo practican. Por ello, si se quiere superar el problema esto debe convertirse en una constante y donde los siguientes resultados deben apuntar a ser cada vez menores en cuanto al porcentaje - todavía preocupante- de quienes todavía creen que los contactos personales no los benefician ni les da ventajas. Futura investigación: Rol de las redes sociales como medio comercial para las pequeñas empresas.

En el quinto objetivo específico se había planteado saber si existe relación significativa entre la integración económica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL El resultado fue que efectivamente si existe relación entre la dimensión integración económica y la variable rentabilidad, la cual es significativa al nivel de 0,355 positivo. El resultado se obtuvo mediante el coeficiente estadístico de correlación Spearman y teniendo un nivel de significancia Sig.: 0.000 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Sin embargo, a pesar de que la correlación es una positiva baja el análisis univariado de la variable rentabilidad demuestra que los encuestados le dan importancia a esta relación con valores medio del 50% y

el alto de 28,36%. Y se confirma cuando se observa el análisis bivariada que arroja un valor medio de 21,6% teniendo como resultados extremos, mejor dicho -bajo y medio- a los valores 13,4% y 12,7% respectivamente. Lo cual no deja dudas al opinar que los pequeños empresarios si saben lo importante que significa obtener rentabilidad, ganancias, utilidades, etc. pero ello no se alinea con la responsabilidad con la que debe ser abordado el tema, pues está en juego su empresa. Es por ello que este objetivo al igual que los que siguen a continuación con relación a la variable rentabilidad son los que menos atención merecieron por parte de los encuestados. Y eso preocupa pues a pesar de estar hablando de dinero, lo cual podría estar determinando el futuro de la empresa, la reacción es muy básica. En todo caso no se le da la importancia debida. Por lo tanto, las pequeñas empresas en el distrito tienen que fortalecerse estratégicamente para enfrentar el reto de la globalización y seguir siendo rentables. Algo por descubrir: Instrumentos financieros y la bancarización de las pequeñas empresas.

El sexto objetivo específico fue determinar si existe relación significativa entre el compromiso político y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL. El resultado confirmo la hipótesis alterna, es decir si existe relación entre la dimensión compromiso político y la variable rentabilidad. La relación es significativa al nivel de 0,318 positivo. Es una positiva baja, cálculo efectuado mediante la aplicación del coeficiente estadístico de correlación Spearman, y teniendo un nivel de significancia Sig.: 0,000. Razón por la que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Existe relación efectivamente, pero a la vista del análisis univariado se tiene 45,5%, 43,3% y 11,2% (bajo, medio y alto) opinan en relación al compromiso político con la empresa. Es decir no están convencidos. Y si se observa el análisis bivariada se tiene que el valor más alto es 28,4% donde coinciden ambas variables, siendo su valor más alto en la tabla. La relación compromiso político y la rentabilidad tienen mucha significancia toda vez que el Estado es el ente que debe facilitar la gestión y el sostenimiento de las pequeñas empresas, pero son las empresas las que financieramente deben asumir responsabilidades que eviten darles de baja y que por el contrario se consoliden. En consecuencia y para que se vean beneficiados en cuanto su rentabilidad, las pequeñas empresas deben tomar implementar políticas de créditos, de gestión en cobranzas, de niveles de endeudamiento, de reparto de utilidades, etc. es decir un conjunto de estrategias financieras que

no solo les permita hacer una buena gestión sino a la vez alcanzar sus aspiraciones financieras. Próximo reto: análisis financiero y marco legal en relación a las pequeñas empresas.

En el séptimo objetivo específico se planteó conocer si existe relación significativa entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL. El resultado confirmo la hipótesis alterna, es decir si existe relación específica entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas. La relación es significativa al nivel de 0,495 positiva moderada, calculado efectuado mediante el coeficiente estadístico Spearman y con un nivel de significancia Sig.: 0.000. En consecuencia, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Sin embargo, cuando se observa el análisis univariado se tiene que existe un 41% bajo, 29,10% medio y 29,9% alto, de encuestados que tienen esa apreciación respecto a la conectividad a internet. Eso marca una dirección. Y cuando se observa el análisis bivariado esa dirección se confirma con el valor medio obtenido para ambas, siendo un total de 22,4%, que dicho sea de paso es el mayor valor en esa tabla con valores bajos, medios y altos. Por ello las empresas deben hacer un cambio urgente y priorizar estos temas de conectividad y todo aquello que venga con el cómo es la tecnología aplicada a la gestión si quiere mantenerse activo. . Proyecto a realizar: La tecnología de la información y la rentabilidad de empresas.

Finalmente, con el octavo objetivo específico se buscó conocer si existe relación significativa entre los contactos personales y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. El resultado fue confirmar la hipótesis alterna. Es decir, si existe relación significativa entre la dimensión contactos personales y la variable rentabilidad. Y el resultado alcanzo un nivel significativo de 0,302 positivo. Calculo efectuado mediante el coeficiente estadístico de correlación Spearman y un nivel de significancia Sig.: 0.000, por lo que también fue rechazada la hipótesis nula y aceptada la hipótesis alterna. Pero observando el análisis univariado, que muestra la opinión de los encuestados respecto a la dimensión contactos personales, se tiene un valor bajo que acumula 37,3% valor superior comparándolo con los 33,58% obtenidos como valor alto. En tanto el análisis bivariado indica 15,7% (bajo), 16,4% (medio) y 11,9% (alto). Por ello se confirma que existe relación, pero falta que las pequeñas

empresas trabajen más seriamente sobre este particular creando su red de contactos el que debería incluirse dentro de su gestión administrativa que determine ventajas financieras finalmente. Proyecto a realizar: Redes sociales y la rentabilidad de las pequeñas empresas.

VI Recomendaciones

Respecto al Objetivo General

Las pequeñas empresas deberán:

- Estar preparadas y adecuarse a los cambios que obliga un mercado cada vez más competitivo, y donde sus propietarios o accionistas deben organizarse responsablemente para superar las debilidades o amenazas que puedan estar afectándolos.
- Implementar planes estratégicos. Las empresas que no lo tengan deberán formularlos, y los que si deberán ponerlos en práctica haciéndoles seguimiento.
- El concepto de Innovación debe ser incorporado en la gestión de las pequeñas empresas.

El Estado debe:

- Crear centros de negocios a cargo de COFIDE y municipios que direccionen a las pequeñas empresas organizadas en la expansión de nuevos mercados.
- Generar información estadística para los diversos sectores de las pequeñas empresas.
- Cumplir respecto a su rol promotor en salvaguarda de las pequeñas empresas.

Respecto al objetivo 1: Integración económica y Administración estratégica

- Una mayor competitividad requiere equipos de trabajo mejor

cohesionados y con cultura organizacional.

Respecto al objetivo 2: Compromiso político y Administración estratégica

- Conocer la Ley sobre las Micro y pequeñas empresas.

Respecto al objetivo 3: Conectividad a internet y Administración estratégica

- Mantenerse informado de lo que pasa en su sector.

Respecto al objetivo 4: Contactos personales y Administración estratégica

- Mantener una relación constante con su red de contactos reconociendo su fidelidad.

Respecto al objetivo 5: Integración económica y Rentabilidad

- Buscar la integración empresarial vía de clústeres.

Respecto al objetivo 6: Compromiso político y Rentabilidad

- A través de los gremios empresariales solicitar la creación de un fondo de garantía que los garantice ante la banca múltiple.

Respecto al objetivo 7: Conectividad a internet y Rentabilidad

- Conectividad y nuevas tecnologías de la información para una mayor rentabilidad
- Promocionar la empresa mediante la web y redes sociales

Respecto al objetivo 8: Contactos personales y Rentabilidad

- Crear alianzas con los proveedores u otras empresas que mejore su oferta.

VII Propuesta

Objetivo: Crear las bases para el crecimiento sostenido y de competencia de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho.

Para la realización de este objetivo se plantean los principales ejes y líneas de trabajo a desarrollar:

- I. El Estado y la creación de valor
- II. Las Pequeñas Empresas y su responsabilidad empresarial.

El Estado y la creación de valor

¿Qué?	¿Cómo?	¿Para qué?
<p>Generar el escenario óptimo que promueva la formalización de las pequeñas empresas.</p>	<p>Desarrollando mecanismos y programas que promuevan la formalización y capacitación de los microempresarios. En principio podría empezar haciendo una campaña mediática dando a conocer los beneficios que alcanzaría.</p>	<p>Para que las pequeñas empresas se beneficien de la formalización (beneficios tributarios, simplificación de trámites administrativos, no están obligadas a pago CTS o a recarga por trabajo nocturno, no hay pago de utilidades, etc.).</p> <p>La formalización le permite ingresar a más mercados y clientes logrando posicionarse e incrementando su rentabilidad.</p>
<p>Considerar la Innovación como un elemento natural y relacionado con la calificación que se les da a las pequeñas empresas.</p>	<p>Creando concursos promocionales que premie no solo la innovación sino que se obtenga beneficios directos y que incite a las empresas a querer participar.</p> <p>Estos concursos podrían estar organizados por las municipalidades, ministerio de la producción, gremios empresariales, etc., enfocados en la innovación de productos, procesos, métodos de comercialización, organizacional, etc.</p>	<p>La innovación es un elemento diferenciador que permite que las empresas estén siempre con novedades que los beneficia no solo con la fidelidad de sus clientes sino que ello los lleva a mantener sus niveles de ingreso y sostenimiento haciendo frente a los niveles de competencia que trae el modelo de libre mercado.</p>

Creación de un Centro de Estadística especializado para las Pequeñas empresas.	Una posibilidad inmediata es creando un área especializada y dedicada a este sector empresarial dentro del Instituto Nacional de Estadística e Informática que hoy trabaja esta información pero dentro de un contexto global donde se desarrolla a la par de otros tipo de empresas.	Constituyendo las micro y pequeñas empresas el 98% del total de empresas del Perú, las mismas que aportan un 40% del PBI, entre otros indicadores, ameritan ser tratadas de manera “especial” para que no se den de baja ano tras ano afectando a la economía del país.
Fondo de Garantía para las pequeñas empresas	Actualmente se tiene vigente el Fondo Crecer creado con el objetivo de garantizar el financiamiento que otorga el sistema financiero. Sin embargo este fondo no es suficiente porque está planeado para atender 150,000 empresarios entre micro, pequeños y medianos empresas. Las que suman, aproximadamente más de 2,5 millones de empresas. En consecuencia deben los gremios empresariales solicitar una ampliación o distribuir el fondo en función al número de los diversos tipo de empresas.	Las pequeñas empresas necesitan elevar su productividad y eso lo lograra en parte mediante la financiación de sus operaciones, y esa financiación necesita tener garantías. Es por ello la necesidad de aumentar la línea dispensada para este efecto que es del orden de los 1,000 millones de soles porque es insuficiente para el número de empresas que son las mipymes.

Las Pequeñas Empresas y su responsabilidad empresarial.

¿Qué?	¿Cómo?	¿Para qué?
Implementación de planes estratégicos	Debe definirse una plantilla de como formular y controlar un plan estratégico para que las pequeñas empresas puedan continuar trabajando pero bajo una guía de no lo aparte de sus objetivos básicos.	Trabajando mediante un plan diseñado los llevara a tener un mejor control y sobretodo de saber a dónde quieren llegar.
Definición de Misión, Visión y los Valores de la pequeña empresa..	Es un tema básico pero que tal vez por serlo no se formulan en las empresas Bases necesarias para crear progresivamente la cultura organizacional. .	La idea es que los trabajadores sean parte del equipo, estén cohesionados y enfrenten la competencia, bajo la perspectiva del sentido de pertenencia a su centro laboral.

<p>Los propietarios de las pequeñas empresas deben capacitarse, básicamente en gestión de negocios, finanzas, logística, marketing digital, etc.</p>	<p>Debe promoverse talleres, seminarios, cursos y programas para una capacitación integral dirigidos al sector. Esta capacitación debe estar a cargo de las municipalidades distritales que en alianza con las universidades de su sector podrían realizarlas para todo los empresarios del distrito</p>	<p>Para responder al exigente mercado y basados en futuros clústeres puedan incluso exportar.</p>
<p>Invertir en tecnología y conectividad a internet.</p>	<p>Haciendo uso del fondo de garantía debe procurar capitalizarse mediante la inversión en tecnología que aumente su productividad. Ampliar el mercado es una cosa pero atenderlo luego es otra. Y bien conocido es que si no atiendes a un cliente con su pedido no habrá una segunda oportunidad.</p>	<p>Para la atención del mercado oportunamente. Para reducir los costos. Para mejorar la calidad del producto o servicio. Para aumentar la rentabilidad.</p>

Referencias

Ahluwalia, S., Mahto, R.V., & Walsh, S. T. (2017). Innovation in Small Firms:

Does family vs. Non-Family Matter?. *Journal Of Small Business Strategy*, 27(3), 39-49.

Alva, Edgar. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, 158(2), 76-90. Recuperado en 30 de diciembre de 2019, de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842017000200005&lng=es&tlng=es.

- Amin, S. (1997). El capitalismo en la era de la globalización. Barcelona, Paidós Ibérica.
- Andries, P., & Czarnitzki, D. (2014). Small Firm Innovation Performance and Employee Involvement. *Small Business Economics*, 43(1), 21-38.
- Arribas, I., Pérez, F., Choren, P., Fernández, A. y Tortosa, E. (2010) en su libro *La medición de la integración comercial en una economía globalizada*. Bilbao, España: Fundación BBVA
- Avolio, B. (2011) Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *Revista Estrategia*, 70-80
- Beck, U. (1997). ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. Barcelona: Paidós.
- Bela, I. F. (2014). Economic Efficiency Generated by the Improvement of Creation Process of a Wide Assortment in Clothing and Apparel Companies. *Managerial Challenges Of The Contemporary Society*, 7(1), 197-202.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. 2da edición. México: Pearson Educación de México S.A.
- Bobadilla, E. (2019, 25 de marzo) En el 2018 Aumentó la Morosidad Crediticia en el Perú. *Diario Gestión*. Recuperado de: <https://gestion.pe/publiirreportaje/2018-aumento-morosidad-credicia-peru-255634-noticia/?ref=gesr>
- Bravo, E. (2012). Globalización, innovación tecnológica y pobreza. Aproximación a las nuevas conceptualizaciones en Latinoamérica. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano De Sociología*, 21(3), 543-556.
- Cantu, M.P. (2013). Three Effective Strategies of Internationalization in American Universities. *Journal Of International Education & Leadership*, 3(3), 1-12.
- Castello, A. (2013) Estrategias Empresariales en la WEB 2.0 las redes sociales on line. España: Editorial Club Universitario.
- Chomsky, N., Bieterich, H. (1996). La sociedad global: educación, mercado y democracia. Santiago: Lom editores.
- Colom, A. (2009). Evaluación de la rentabilidad de proyectos de inversión:

aplicacion a los sectores agrario y agroalimentario. España: Edicion de la universidad de Lleida.

- Corona-Treviño, L. (2016). Entrepreneurship in an open national innovation system (ONIS): a proposal for Mexico. *Journal Of Innovation & Entrepreneurship*, 5(1), 1-13.
- Crawhall, R. J. (2013). Time to Innovate: Reflections and Recommendations on Time Management for Innovation Managers. *Technology Innovation Management Review*, 13-19.
- Da Costa, V.K., David, F. G., & Rodríguez, A. (2018). Concept of Innovation in Low-Income Market. *Revista Brasileira De Gestão De Negocios*, 20(1), 127-149.
- David, Fred (2003) *Conceptos de Administración Estratégica*. (9na edición). México. Pearson Educación de México S.A.
- Davidson, C., & Matusz, S. J. (2014). Globalization and the Market for High -Ability Managers. *International Journal Of Economic Theory*, 10(1), 107-124.
- De Lima, G.A., Martins, V, & Trez, G. (2017), The Future of Research in Strategy Implementation in the BRICS Context, *Brazilian Business Review (Portuguese Edition)*, vol. 14, no. 3, pp. 288-303.
- De Lombaerde, P. y Iapadre, L. (2012) *Indicadores de la globalización*. En Cuadernos de Economía 31(57) N° Especial. Recuperado el 30 de junio de 2019, de <http://www.scielo.org.co/pdf/ceco/v31nspe57/v31nspe57a01.pdf>
- Diaz, V. (2001) *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial*. Madrid: E sic Editorial.
- Drayse, M. (2011). Globalization and Innovation in a Mature Industry: Furniture Manufacturing in Canada. *Regional Studies*, 45(3), 299-318.
- Eslava, J. (2003) *Análisis Económico-Financiero de Las Decisiones de Gestión Empresarial*. Madrid: España. ESIC Editorial
- Eslava, J. (2016). *La rentabilidad: análisis de costes y resultados*. , ESIC Editorial
- Ezzi, F., & Jarboui, A. (2016). Does Innovation Strategy Affect Financial, Social and Environmental Performance?. *Journal Of Economics, Finance &*

- Administrative Science, 21(40), 14-24.
- Ferrer, A. (196). Historia de la globalización: orígenes del orden económico Mundial. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Ffrench-Davis, R. (1997). Políticas públicas y la globalización económica. Santiago: Centro de Análisis de Políticas Públicas, Universidad de Chile.
- Flores, J. (2003) Integración económica al TLCAN en México/NAFTA Economic Integration and participation in the System State in México. México: Plaza y Valdés Editores.
- Fuentelsaz, C., Icart, M. y Pulpón, A. (2006). Elaboracion y presentación de un proyecto de investigación y una tesina. Barcelona: Ediciones Universitat.
- Garcia, F. (2004) El Cuestionario. Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios. México: Editorial Limusa S.A. de C.V.
- Giddens, A. (1999). Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Madrid: Taurus Ediciones.
- Gil, F. (2017, 10 de enero) El 90% de las startups en el Perú no sobreviven más de un año. *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/90-startups-peru-sobreviven-ano-126280-noticia/?ref=gesr>
- Gitman, L. y Joehnk, M. (2005) Fundamento de inversiones. Madrid: Person Addison Wesley.
- Gómez, V. (1997). Corredores interoceánicos e integración en la economía mundial: Bolivia ante los desafíos de la globalización económica, la competitividad internacional y el desarrollo humano sostenible. La Paz, Bolivia: Unidad de Análisis de Política Exterior/ÍLDIS.
- Guță, A. J. (2014). The Role and Importance of the Business Plan in Starting and Running a Business Opportunity. *Annals Of The University Of Petrosani Economics*, 14(2), 119-126.
- Hernández, B. (2001) Técnicas estadísticas de investigación social. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Hirsch, J. (1997). Globalización, transformación del Estado y democracia. Córdoba: Argentina.

- Hurtado, I. y Toro, J. (2007). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Venezuela: Editorial CEC, SA.
- Jackson, L. L., Campbell, N. S., & Horvath, B. (2013). Is No Upgrade a Downgrade? *Journal Of The International Academy For Case Studies*, 19(4), 37-43.
- Jain, M. (2017). Glocal Fashion: Impact of Globalization on Indian Garment and Textile Sector. *Clear International Journal Of Research In Commerce & Management*, 8(9), 31-34.
- Jayaram, J., Oke, A., & Prajogo, D. (2014). The Antecedents and Consequences of Product and Process Innovation Strategy Implementation in Australian Manufacturing Firms. *International Journal Of Production Research*, 52(15), 4424-4439.
- Kobuszewski, B., & Hoeltgebaum, M. (2016). The COO Effect in the International Brand Positioning Strategy. *Future Studies Research Journal: Trends & Strategies*, 8(3), 200-226.
- Kyvik, O., Saris, W., Bonet, E., & Felício, J.A. (2013). The Internationalization of Small Firms: The Relationship Between the Global Mindset and Firms' Internationalization Behavior. *Journal Of International Entrepreneurship*, 11(2), 172-195.
- Lee, C., & Narjoko, D. (2015). Escaping the Middle-Income Trap in Southeast Asia: Micro Evidence on Innovation, Productivity, and Globalization. *Asian Economic Policy Review*, Vol. 10, Issue 1, pp. 124-147, 2015. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2545621> or <http://dx.doi.org/10.1111/aep.12090>
- Li, J. (2013). The Internationalization of Entrepreneurial Firms from Emerging Economies: The Roles of Institutional Transitions and Market Opportunities. *Journal Of International Entrepreneurship*, 11(2), 158-171.
- Liu, C., & Jayakar, K. (2016). Globalization, Indigenous Innovation and National Strategy: Comparing China and India's Wireless Standardization. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(1), 76-95.
- Loots, E., Cnossen, B., & Van Witteloostuijn, A. (2018). Compete or Cooperate in the Creative Industries? A Quasi-experimental Study with Dutch Cultural

- and Creative Entrepreneurs. *International Journal Of Arts Management*, 20(2), 20-31.
- López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2015). La encuesta. En P. López-Roldán y S. Fachelli, *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo II.3. Edición digital: <http://ddd.uab.cat/record/163567>
- Martí, C. (2006) *Tecnología de la defensa. Análisis de la situación española*. Madrid: Reprografía Doppel, S.L.
- Masteikiene, R., & Venckuviene, V. (2015). Changes of Economic Globalization Impacts on the Baltic States Business Environments. *Procedia Economics And Finance*, 26(1), 1086-1094.
- Mazumder, S. (2017). The Impact of Globalization on Inflation in Developing Countries. *Journal Of Economic Development*, 42(3), 41-60.
- Miranda, M. (19 agosto 2019). ¿Necesitas financiamiento? Fondo Crecer beneficiaría hasta 150,000 mipymes (Entrevista). Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-necesitas-financiamiento-fondo-crecer-beneficiaria-hasta-150000-mipymes-entrevista-763831.aspx>
- Moneta, J. (1994). Los procesos de globalización, reflexiones sobre su Concepción y efectos sobre la evolución del sistema mundial. *Estudios Internacionales*.
- Morkertaite, R., & Sekliuckiene, J. (2014). Impact of Globalization on Contemporary Business. *Social Sciences (1392-0758)*, 86(4), 7-13.
- Mortimore, M. (1995). *América Latina frente a la globalización*. Santiago: Cepal.
- Nathan, M., & Lee, N. (2013). Cultural Diversity, Innovation, and Entrepreneurship: Firm-level Evidence from London. *Economic Geography*, 89(4), 367-394.
- Namakforoosh, M. (2000) *Metodología de la investigación*. 2da edición. México: Editorial Limusa.
- Navarro, C. (2014) *Epistemología y Metodología de la Investigación*. México: Grupo Editorial Patria.

- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014) Metodología de la Investigación cuantitativa – cualitativa y redacción de la tesis. Cuarta edición. Colombia: Ediciones de la U.
- Ophelimos comunidad económica en red (05.11.2007) Índice de Globalización. Mensaje dirigido a <http://blog.pucp.edu.pe/blog/ophelimos/2007/11/05/indice-de-globalizacion-2007/>
- Perea, J. y Rivas L. (2007) Estrategias competitivas para los productores cafetaleros de la región de Córdoba, Veracruz, frente al mercado mundial. *Contaduría y Administración*, N°224, 9-33.
- Perú: conozca los beneficios de formalizar su empresa (11 de agosto 2015). Recuperado el 5 de enero de 2020, de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/peru-conozca-los-beneficios-de-formalizar-su-empresa>
- Pongelli, C., Caroli, M.G., & Cucculelli, M. (2016). Family Business Going Abroad: The Effect of Family Ownership on Foreign Market entry Mode Decisions. *Small Business Economics*, 47(3), 787-801.
- Popa, V.M. & Raba, D.N. (2016). Designing a Business Plan of Developing an Innovative Product Meat. *Scientific Papers. Animal Science & Biotechnologies / Lucrari Stiintifice: Zootehnie Si Biotehologii*, 49(2), 225-229.
- Porter, M. (2001) Internet y la estrategia. *Estrategia*. 3(5), 84-94. Recuperado de <https://estrategiati.files.wordpress.com/2011/05/decv-mat-estrategia-e-internet-porter.pdf>
- Quispe-Otacoma, A. L., Padilla-Martínez, M. P., & Telot-González, J. A. (2017). Los recursos empresariales de las pequeñas y medianas empresas comerciales (PyMES) de la ciudad de Ambato. *Retos Turísticos*, 16(1), 50–58. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=123688372&lang=es&site=eds-live>
- Rasmussen, E. S., & Petersen, N. H. (2017). Platforms for Innovation and Internationalization. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 23-31.
- Reaiche, C., Zubielqui, G., & Boyle, S. (2016). Deciphering Innovation Across Cultures. *Journal Of Developing Areas*, 50, 57-68.
- Redacción Gestión (2017, 01 de noviembre). Ocho de cada 10 emprendimientos fracasan antes de cumplir 5 años de vida. *Diario Gestión*. Recuperado de:

<https://gestion.pe/economia/empresas/ocho-10-emprendimientos-fracasan-cumplir-5-anos-vida-149066-noticia/?ref=gesr>

- Rodríguez, E. (2005) Metodología de la investigación. México: Universidad Juárez, Autónoma de Tabasco, (p. 23)
- Roudometof, V. (2015). The Glocal and Global Studies. *Globalizations*, 12(5), 774-787.
- Shahbaz, M., Mallick, H., Mahalik, M. K., & Hammoudeh, S. (2018). Is Globalization Detrimental to Financial Development? Further Evidence from a Very Large Emerging Economy with Significant Orientation Towards Policies. *Applied Economics*, 50(6), 574-595.
- Sharma, G. (2017). Strategy for Technology and Innovation in Global Perspective. *Journal Of Applied Information Science*, 4(1), 1-7.
- Slywotzky, A. (2013). El arte de hacer rentable una empresa. Bogota: Grupo editorial norma.
- Stiglitz, J. (2002). El Malestar En La Globalización. Madrid: Taurus. Recuperado de Swoboda, B., & Olejnik, E. (2013). A Taxonomy of Small- and Medium-Sized International Family Firms. *Journal Of International Entrepreneurship*, 11(2), 130-157.
- Tarapuez, E., Guzmán, B., & Parra, R. (2016). Estrategia e innovación en las Mipymes colombianas ganadoras del premio Innova 2010-2013. *Estudios Gerenciales*, 32(139), 170-180.
- Terrón-Ibáñez, S., Gómez-Miranda, M. E., del Mar Miras-Rodríguez, M., & Rodríguez-Ariz, L. (2019). Economic and financial snapshot of small Spanish family firms. *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review*, 22(1), 21–31. <https://doi.org/10.6018/rcsar.22.1.354281>
- Terrones, E. (14.01.2012) La Globalización y el cambio en los económico. Mensaje dirigido a <http://eudoroterrones.blogspot.com/2012/01/la-globalizacion-y-el-cambio-en-lo.html>
- Thompson, A., Gamble, J., Peteraf, M., y Strickland, A. (2012) Administración Estratégica. Teoría y Casos. México: Mc Graw- Hill Interamericana Editores, SA de CV.
- Torres, J. (1998). Globalización e interdisciplinarietà: el currículum integrado.

Madrid: Morata.

- Tsai, P., Huang, C., & Yang, C. (2012). Impact of Globalization on Income Distribution Inequality in 60 Countries: Comments. *Global Economy Journal*, 12(3), -1.
- Verhoeven, B., & Johnson, L. W. (2017). Business Model Innovation Portfolio Strategy for Growth Under Product-Market Configurations. *Journal Of Business Models*, 5(1), 35-50.
- V. Ramírez, Augusto. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual. *Anales de la Facultad de Medicina*, 70(3), 217-224. Recuperado en 30 de diciembre de 2019, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832009000300011&lng=es&tlng=es.
- Ward, W. A. (2014). Time-Path Dependency and The Globalization of Cost-Benefit Analysis in Environmental Policy. *Law, Innovation & Technology*, 6(1), 129-142.
- Wilhelm, H., Schlömer, M., & Maurer, I. (2015). How Dynamic Capabilities Affect the Effectiveness and Efficiency of Operating Routines under High and Low Levels of Environmental Dynamism. *British Journal Of Management*, 26(2), 327-345.
- Zanne, A. E., & Fagan, W. F. (2016). Commercial Plant Production and Consumption Still Follow the Latitudinal Gradient in Species Diversity despite Economic Globalization. *Plos ONE*, 11(10), 1-23.

Anexos

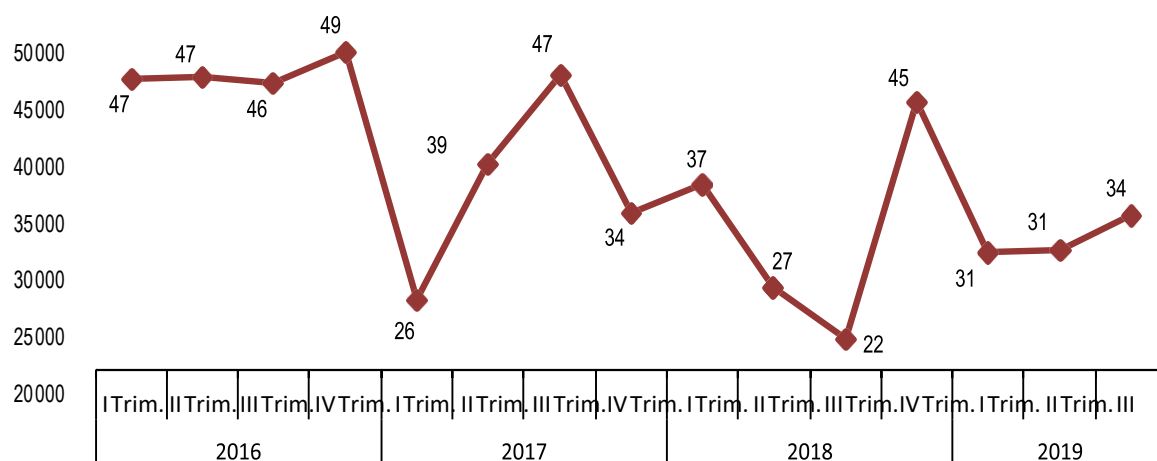
Anexo A

Perú: Bajas de empresas, según trimestre, 2016-19

Trimestre	2016	2017	2018	2019	Var.% 2019/18
I Trim.	47 097	26 590	37 449	31 065	-17,0
II Trim.	47 391	39 322	27 711	31 165	12,5
III Trim.	46 740	47 506	22 974	34 529	50,3
IV Trim.	49 588	34 718	45 052	-	-

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

PERÚ: BAJAS DE EMPRESAS, SEGÚN TRIMESTRE, 2016-19



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Anexo B

Lima metropolitana: Bajas de empresas, según ámbito geográfico urbano, 2018-19

Ámbito geográfico urbano	2017 III Trim.	2018 III Trim.	Estructura % III Trim. 2019	Var. % III Trim. 2019/18
Total	7 533	17 532	100,0	132,7
Lima Norte	1 539	3 485	19,9	126,4
Lima Centro	2 814	6 767	38,6	140,5
Lima Este	1 652	3 620	20,6	119,1
Lima Sur	1 028	2 416	13,8	135,0
Provincia Constitucional del Callao	500	1 244	7,1	148,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Anexo C

Lima Metropolitana: Bajas de empresas según ámbito Geográfico urbano y distrito, 2018-19

Ámbito geográfico urbano y distrito	2018 III Trim.	2019 III Trim.	Estructura % III Trim. 2019	Var. % III Trim. 2019/18
Lima Este	1 652	3 620	100,0	119,1
Ate	382	898	24,8	135,1
Chaclacayo	24	47	1,3	95,8
Cieneguilla	14	28	0,8	100,0
El Agustino	101	251	6,9	148,5
La Molina	156	372	10,3	138,5
Lurigancho	115	218	6,0	89,6
San Juan de Lurigancho	618	1 264	34,9	104,5
San Luis	67	148	4,1	120,9
Santa Anita	175	394	10,9	125,1

Anexo D

Perú: Pequeñas Empresas Morosidad promedio con banca Múltiple

PERIODO DE EVALUACION	2016-12-31	2017-12-31	2018-12-31	2019-07-31	2019-08-31	31-09-2019	2019-10-31
Morosidad promedio	8.96	9.00	8.84	8.84	8.64	8.64	8.54
Tarjetas de Credito	9.83	10.62	8.14	8.14	7.68	7.70	7.93
Descuentos	3.00	2.25	3.75	3.75	3.41	3.95	3.45
Prestamos	8.13	7.99	8.28	8.28	8.19	8.17	8.02
Factoring	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Arrendamiento financiero -leasing back	17.73	20.94	22.99	22.99	24.27	25.30	25.21
Comercio Exterior	4.64	4.95	5.35	5.35	3.95	4.34	4.32

Fuente: SBS

Tabla E

Peru: Morosidad promedio por estrato empresarial

Creditos por estrato empresarial	Morosidad al 31 Oct 2019
Creditos corporativos	0.03
Creditos a grandes empresas	1.26
Creditos a medianas empresas	8.46
Creditos pequenas empresas	8.54
Creditos a microempresas	3.53
Creditos de consumo	3
Creditos hipotecarios	2.98
Total creditos directos	3.08

Fuente: SBS

Anexo F:

Cuadro de Operacionalizacion de las variables Globalización, Administración Estratégica y Rentabilidad

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
GLOBALIZACION	El concepto de globalización es hoy muy diverso, habiendo surgido en los últimos años opiniones negativas como consecuencia de la creciente percepción que se tiene del fenómeno el cual se aceleró en los últimos diez años. Eso significa que existen quienes están a favor y otros que están en contra de la globalización. Al existir diferencia de opinión los indicadores aparentemente no reflejaban la realidad. Es por ello que surgen algunos índices que buscan concretar el carácter multidimensional de la globalización. Esta variante se concretó mediante el índice A.T. Kearney/Foreign Policy-Globalization Index el cual incluye a cuatro categorías. Pérez, F., Arribas, I., Choren, P., Fernández, A. y Tortosa, E. (2010)	Siendo la globalización una variable que genera controversias en su definición y efectos entre quienes están a favor y/o en contra de ella, se ha considerado esta alternativa por ser la más cercana a la realidad nacional de las pequeñas empresas especialmente de las ubicadas en San Juan de Lurigancho. Su relación o la integración económica con mercados en el exterior, el compromiso político del país para apoyarlas, las facilidades de interconexión vía internet como medio para abrirse a otros mercados, y los contactos personales para realizar las operaciones comerciales demuestran el nivel de influencia que esta variable puede generar a las pequeñas empresas.	INTEGRACION ECONOMICA	Vinculacion	2	Likert 5 Siempre 4 Casi siempre 3 A veces 2 Casi nunca 1 Nunca
				Gestion	2	
				Conicidencia nacional	2	
			COMPROMISO POLITICO	Ubicacion ideologica	2	
				Nivel de saisfaccion	2	
				Participacion electoral	2	
			CONECTIVIDAD POR INTERNET	Porcentaje de poblacion con acceso	2	
				Poblacion potencial usuaria	2	
				Porcentaje real de utilizacion	2	
			CONTACTOS PERSONALES	Conociminto de los clientes	2	

ADMINISTRACION ESTRATEGICA	El autor considera que la estrategia realmente es el arte y ciencia para poder formular, implantar y evaluar las decisiones que permiten que una empresa pueda alcanzar sus objetivos. David, F. (2003)	La administracion estrategica operativamente necesita gestionar diriamos en paralelo o muy sincronizadamente desde la formulacion, pasando por la implantacion hasta la evaluacion de las estrategias emprendidas, permitiendo hacer los ajustes necesarios para orientar la direccion de la empresa que asegure el logro de sus objetivos, no exclusivamente por alcanzar sus objetivos sino para hacer frente a esto que significa la arremetida global de estar en un mundo casi sin fronteras comercialmente y donde debe tomarse todas las previsiones para mantenerse.	FORMULACION	Establecimiento de mision y vision	2	Likert 5 Siempre Casi siempre 3 A veces 2 Casi nunca 1 Nunca	4
				Deficion del FODA	2		
				Definicion de estategias	2		
			IMPLANTACION	Establecimiento de objetivos	2		
				Definicion de politicas	2		
				Motivacion y compromiso de la organizacion	2		
				Asignacion de presupuesto para la implementacion	2		
			EVALUACION	Factores internos	2		
				Factores externos	2		
				Adaptacion a los cambios	2		
RENTABILIDAD	Define la rentabilidad operativa como la tasa con que la empresa remunera el capital empleado. Siendo esta una definición muy genérica y dependiendo de los diferentes niveles de beneficio que se quieran calcular y los múltiples tipos de capitales o recursos empleados se podrían obtener muchas clases de ratios de rentabilidad. Eslava, J. (2003)	Las empresas privadas existen porque sus propietarios o accionistas invierten para tener una rentabilidad, que en la practica significa primero recuperar su inversion y luego que le genere una renta. Para ello tenemos dos puntos concretos como son la economica y la financiera. Las cuales mas alla de su definicion existen para demostrar como se esta gestionando la empresa y que tanto puede estar afectado los aspectos internos como tambien externos a la rentabilidad.	RENTABILIDAD ECONOMICA	Ventas	2	Likert 5 Siempre Casi siempre 3 A veces 2 Casi nunca 1 Nunca	4
				Activo total invertido	2		
				Margen de ventas	2		
				Rotacion de activos	2		
				Retorno de inversion o activos ROI	2		
			RENTABILIDAD FINANCIERA	Beneficios antes de intereses e impuestos	2		
				Capital o fondos propios	2		
				Intereses financieros	2		
				Efecto apalancamiento financiero	2		
				Efecto fiscal	2		

Anexo G

Perú: Stock y variación neta de empresas

NIVEL NACIONAL	2014	2015	2016	2017	2018	2019-II
TOTAL EMPRESAS	1,869,195	2,042,992	2,124,280	2,303,511	2,430,812	2,662,940
MICROEMPRESA	1,787,857	1,933,525	2,011,153	2,183,121	2,304,410	2,524,467
PEQUENA EMPRESA	77,503	89,993	92,789	98,942	104,525	114,506
GRAN Y MED EMP	3,835	12,494	13,031	13,898	14,585	15,978
EMP PUBLICAS		6,980	7,307	7,550	7,292	7,989

LIMA METROPOLITANA	2015	2016	2017	2018	2019-II
TOTAL EMPRESAS	961,240	993,719	1,066,451	1,130,327	1,224,952
MICROEMPRESA	896,249	926,775	996,832	1,055,725	1,144,105
PEQUENA EMPRESA	54,819	56,325	58,542	62,168	67,372
GRAN Y MED EMP	9,207	9,621	10,066	11,303	12,250
EMP PUBLICAS	965	998	1,011	1,130	1,225

LIMA METROPOLITANA	2016	2017	2018	2019-II
PEQUENAS EMPRESAS	56,325	58,542	62,168	67,372
LIMA NORTE	7,414	7,728	8,206	8,893
LIMA CERCADO	31,098	32,315	34,317	37,190
LIMA ESTE	10,323	10,713	11,377	12,942
LIMA SUR	4,649	4,859	5,160	5,592
CALLAO	2,841	2,927	3,108	3,369

ESTRUCTURA EMPRESARIAL	2016	2017	2018	2019-II
EMPRESAS LIMA METROPOLITANA	993,719	1,066,451	1,130,327	1,224,952
EMPRESAS LIMA ESTE	199,377	213,290	226,065	239,664
EMPRESAS SAN JUAN LURIGANCHO	68,142	72,945	77,314	81,485
PEQUENAS EMPRESAS LIMA ESTE	10,323	10,713	11,377	12,942
PEQUENAS EMPRESAS S.J.L.	3,528	3,664	3,891	4,400

Elaboración propia

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Anexo H

Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA INFLUENCIA DE LA GLOBALIZACION EN LA ADMINISTRACION ESTRATEGICA Y RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO 2019						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE 1 GLOBALIZACION			
¿De qué manera la globalización se relaciona con la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	Determinar la relación que existe entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.	Existe relación significativa entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
			INTEGRACION ECONOMICA	Vinculacion	2	ORDINAL
				Gestion	2	
				Conciencia nacional	2	
			COMPROMISO POLITICO	Ubicacion ideologica	2	
				Nivel de satisfaccion	2	
				Participacion electoral	2	
			CONECTIVIDAD POR INTERNET	Porcentaje de poblacion con acceso	2	
				Poblacion potencial usuaria	2	
				Porcentaje real de utilizacion	2	
CONTACTOS PERSONALES	Conocimiento de los clientes	2				
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	VARIABLE 2 ADMINISTRACION ESTRATEGICA			
¿De qué manera la integración económica se relaciona con la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	Determinar la relación que existe entre la integración económica y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	Existe relación significativa entre la integración económica y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019				
¿De qué manera el compromiso político se relaciona con la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	Determinar la relación que existe entre el compromiso político y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	Existe relación significativa entre el compromiso político y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
¿De qué manera la conectividad por internet se relaciona con la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	Determinar la relación que existe entre la conectividad por internet y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	Existe relación significativa entre la conectividad por internet y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	FORMULACION	Establecimiento de mision y vision	2	ORDINAL
¿De qué manera los contactos personales se relacionan con la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	Determinar la relación que existe entre los contactos personales y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	Existe relación significativa entre los contactos personales y la administración estratégica de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019		Deficion del FODA	2	
¿De qué manera la integración económica se relaciona con la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	; Describir la relación que existe entre la integración económica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019;	Existe relación significativa entre la integración económica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019		Definicion de estategias	2	
¿De qué manera el compromiso político se relaciona con la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	Describir la relación que existe entre el compromiso político y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	Existe relación significativa entre el compromiso político y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	IMPLANTACION	Establecimiento de objetivos	2	
¿De qué manera la conectividad por internet se relaciona con la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	Describir la relación que existe entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019	Existe relación significativa entre la conectividad por internet y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019		Definicion de politicas	2	
¿De qué manera los contactos personales se relacionan con la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019?	Describir la relación que existe entre los contactos personales y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.	Existe relación significativa entre los contactos personales y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.		Motivacion y compromiso de la organizacion	2	
				Asignacion de presupuesto para la implementacion	2	
			EVALUACION	Factores internos	2	
				Factores externos	2	
				Adaptacion a los cambios	2	
			VARIABLE 3 RENTABILIDAD			
			RENTABILIDAD ECONOMICA	Ventas	2	ORDINAL
				Activo total invertido	2	
				Margen de ventas	2	
				Rotacion de activos	2	
				Retorno de inversion o activos RO	2	
			RENTABILIDAD FINANCIERA	Beneficios antes de intereses e impuestos	2	
				Capital o fondos propios	2	
				Intereses financieros	2	
				Efecto apalancamiento financiero	2	
				Efecto fiscal	2	

Anexo I

Tabla de Especificaciones

TABLA DE ESPECIFICACIONES					
VARIABLE 1	DIMENSIONES	PESO %	INDICADORES	CANTIDAD DE ITEMS	
GLOBALIZACION	INTEGRACION ECONOMICA	30	Vinculacion	6	
			Gestion		
			Conicidencia nacional		
	COMPROMISO POLITICO	30	Ubicacion ideologica		6
			Nivel de saifaccion		
			Participacion electoral		
	CONECTIVIDAD POR INTERNET	30	Porcentaje de poblacion con acceso	6	
			Poblacion potencial usuaria		
			Porcentaje real de utilizacion		
	CONTACTOS PERSONALES	10	Conocimiento de los clientes	2	
ADIMINISTRACION ESTRATEGICA	FORMULACION	30	Establecimiento de mision y vision	6	
			Deficion del FODA		
			Definicion de estategias		
	IMPLANTACION	40	Establecimiento de objetivos	8	
			Definicion de politicas		
			Motivacion y compromiso de la organizacion		
			Asignacion de presupuesto para la implementacion		
	EVALUACION	30	Factores internos	6	
			Factores externos		
Adaptacion a los cambios					
RENTABILIDAD	RENTABILIDAD ECONOMICA	50	Ventas	10	
			Activo total invertido		
			Margen de ventas		
			Rotacion de activos		
			Retorno de inversion o activos ROI		
	RENTABILIDAD FINANCIERA	50	Beneficios antes de intereses e impuestos	10	
			Capital o fondos propios		
			Intereses financieros		
			Efecto apalancamiento financiero		
			Efecto fiscal		

Anexo J

Instrumento de preguntas

TEST

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrarás afirmaciones sobre el efecto que tiene el fenómeno de la globalización que trae consigo mucha mayor competencia extranjera en el mercado nacional lo que lleva a que las empresas locales tomen medidas de corte estratégico para contrarrestar esa competencia con medidas internas que aseguren seguir rentabilizando. Lea cada afirmación con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una **X** según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas los items con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

S	=	Siempre
CS	=	Casi Siempre
AV	=	Algunas Veces
CN	=	Casi Nunca
N	=	Nunca

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.	S	CS	AV	CN	N
2.	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.	S	CS	AV	CN	N
3.	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.	S	CS	AV	CN	N
4.	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.	S	CS	AV	CN	N
5.	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.	S	CS	AV	CN	N
6.	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.	S	CS	AV	CN	N
7.	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.	S	CS	AV	CN	N
8.	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.	S	CS	AV	CN	N
9.	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.	S	CS	AV	CN	N
10.	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras	S	CS	AV	CN	N
11.	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.	S	CS	AV	CN	N
12.	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.	S	CS	AV	CN	N
13.	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.	S	CS	AV	CN	N
14.	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.	S	CS	AV	CN	N
15.	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.	S	CS	AV	CN	N
16.	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.	S	CS	AV	CN	N
17.	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.	S	CS	AV	CN	N
18.	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.	S	CS	AV	CN	N
19.	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.	S	CS	AV	CN	N
20.	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.	S	CS	AV	CN	N
21.	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.	S	CS	AV	CN	N
22.	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.	S	CS	AV	CN	N
23.	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.	S	CS	AV	CN	N
24.	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.	S	CS	AV	CN	N
25.	Las estrategias comprenden previsiones en respuesta a la competencia externa.	S	CS	AV	CN	N
26.	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.	S	CS	AV	CN	N
27.	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.	S	CS	AV	CN	N
28.	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.	S	CS	AV	CN	N
29.	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.	S	CS	AV	CN	N
30.	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.	S	CS	AV	CN	N
31.	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.	S	CS	AV	CN	N
32.	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.	S	CS	AV	CN	N

33.	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.	S	CS	AV	CN	N
34.	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.	S	CS	AV	CN	N
35.	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.	S	CS	AV	CN	N
36.	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.	S	CS	AV	CN	N
37.	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.	S	CS	AV	CN	N
38.	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno .	S	CS	AV	CN	N
39.	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.	S	CS	AV	CN	N
40.	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.	S	CS	AV	CN	N

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
41.	En los últimos años las ventas han crecido año a año.	S	CS	AV	CN	N
42.	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.	S	CS	AV	CN	N
43.	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.	S	CS	AV	CN	N
44.	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.	S	CS	AV	CN	N
45.	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.	S	CS	AV	CN	N
46.	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.	S	CS	AV	CN	N
47.	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.	S	CS	AV	CN	N
48.	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.	S	CS	AV	CN	N
49.	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.	S	CS	AV	CN	N
50.	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias	S	CS	AV	CN	N
51.	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.	S	CS	AV	CN	N
52.	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.	S	CS	AV	CN	N
53.	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.	S	CS	AV	CN	N
54.	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente,	S	CS	AV	CN	N
55.	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.	S	CS	AV	CN	N
56.	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.	S	CS	AV	CN	N
57.	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.	S	CS	AV	CN	N
58.	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.	S	CS	AV	CN	N
59.	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.	S	CS	AV	CN	N
60.	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.	S	CS	AV	CN	N

Gracias por completar el cuestionario.

Anexo K

VARIABLE	BASES DE DATOS																				TOTAL				
	GLOBALIZACION																								
	INTEGRACION ECONOMICA					COMPROMISO POLITICO					CONECTIVIDAD INTERNET					CONTACTOS PERSONALES									
DIMENSIONES	SUBTEMA				PP	7	8	9	10	11	12	PP	13	14	15	16	17	18	PP	19	20	PP			
1	3	4	5	5	4	3	24	5	1	3	4	5	4	22	4	5	4	1	3	5	22	5	5	10	78
2	5	4	5	5	5	5	28	5	3	3	3	3	1	25	5	4	5	4	4	5	22	3	3	5	72
3	4	5	4	2	3	4	25	5	5	5	5	5	3	28	4	5	5	4	5	28	4	5	5	87	
4	3	5	5	5	2	3	23	4	3	4	4	3	2	20	4	5	4	4	4	25	4	4	4	76	
5	3	3	4	5	3	2	20	4	2	3	3	2	2	16	2	5	4	2	5	4	22	1	4	5	63
6	2	4	5	5	3	2	21	3	3	3	3	3	1	18	2	3	4	3	3	19	4	4	4	68	
7	4	5	4	5	2	3	23	3	3	3	3	4	2	18	4	5	4	5	4	27	4	5	9	77	
8	5	5	5	4	3	2	24	4	5	2	2	4	1	18	4	5	4	3	5	5	26	3	5	8	76
9	4	3	5	5	4	3	24	5	5	3	5	3	2	24	2	5	4	4	5	4	24	3	5	8	80
10	5	5	5	5	2	2	24	5	5	3	3	3	1	20	2	5	4	1	3	3	18	5	3	8	70
11	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	3	4	2	21	3	4	3	3	4	21	3	3	6	74	
12	3	5	5	5	3	4	25	5	3	4	4	4	4	24	5	5	4	3	5	4	26	3	4	7	82
13	4	4	5	5	2	2	18	5	2	2	2	3	3	17	4	5	4	3	4	24	4	3	5	65	
14	4	4	5	5	2	2	22	5	2	2	2	3	3	17	4	5	4	3	5	4	25	2	2	4	68
15	4	5	5	5	2	4	25	4	5	4	4	4	4	25	4	5	3	4	5	4	25	4	5	9	84
16	2	4	5	5	2	2	20	3	5	2	1	3	4	18	1	5	4	4	4	22	5	5	10	70	
17	1	4	5	5	4	4	25	4	4	3	3	3	2	19	3	3	5	3	4	22	4	4	8	74	
18	1	5	5	5	3	3	22	5	1	3	3	4	4	20	2	5	3	5	5	25	5	5	4	76	
19	1	5	4	4	2	3	19	4	1	3	3	4	2	17	3	2	4	2	5	2	18	5	5	10	64
20	1	5	4	5	4	3	25	4	1	3	3	1	1	13	3	5	3	2	3	19	3	1	4	61	
21	3	5	5	5	3	3	23	3	3	3	3	3	2	17	4	4	4	3	4	23	3	4	7	70	
22	3	3	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	18	3	3	3	6	62
23	3	5	5	5	3	4	23	5	3	3	4	4	2	22	4	4	4	4	4	24	4	4	8	75	
24	4	4	5	5	1	2	21	3	3	3	3	3	1	18	3	4	4	4	4	3	22	3	3	4	68
25	3	5	4	5	4	3	24	5	5	2	2	5	3	19	5	3	4	5	3	4	25	2	3	5	74
26	3	5	4	5	4	3	24	2	5	2	2	5	3	19	5	3	4	5	3	4	25	2	3	5	74
27	2	5	4	5	3	2	21	5	3	3	2	1	1	15	4	5	5	5	5	29	1	5	6	71	
28	4	5	5	5	3	4	25	5	3	4	4	4	2	22	4	4	3	4	4	26	4	4	9	80	
29	5	5	4	5	4	5	28	5	1	4	4	4	2	20	3	5	4	3	4	4	23	5	4	8	80
30	4	5	4	5	3	4	25	4	5	3	2	5	4	23	4	4	4	4	5	26	5	5	10	84	
31	3	4	4	5	4	3	23	5	3	4	3	4	4	23	3	4	5	4	5	4	25	4	3	7	78
32	3	4	5	4	4	3	18	4	1	2	2	2	2	14	4	4	4	3	4	23	3	4	9	84	
33	2	3	4	5	3	3	20	3	1	3	4	3	3	17	5	5	4	3	5	4	26	2	4	6	69
34	1	4	5	5	2	3	20	3	1	3	3	3	2	15	4	4	4	3	4	22	2	2	2	4	60
35	3	5	5	5	4	3	24	4	3	2	2	4	4	16	4	4	5	2	4	3	22	2	4	6	68
36	4	5	4	5	4	3	24	4	3	3	4	4	4	16	4	4	4	4	4	3	20	3	3	4	76
37	4	5	4	5	5	5	28	5	3	4	5	4	1	22	4	5	5	5	5	29	5	4	9	88	
38	4	5	5	4	5	4	27	4	5	5	3	1	2	20	5	5	4	5	4	4	27	5	5	10	84
39	4	5	4	5	4	3	20	4	1	3	3	3	2	18	3	4	4	5	5	4	25	4	4	8	74
40	5	4	5	5	4	5	20	5	5	3	2	3	2	20	5	5	3	5	5	28	4	5	9	83	
41	4	4	3	3	4	3	21	3	4	3	3	4	3	20	3	4	5	4	3	5	24	5	5	10	75
42	4	5	4	5	4	3	25	4	1	3	3	1	1	13	3	5	3	2	3	19	3	1	4	61	
43	3	5	5	5	2	3	23	5	3	3	3	3	1	17	4	3	3	2	3	21	3	2	7	70	
44	3	3	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	18	3	3	3	6	62
45	3	5	5	5	2	3	23	4	3	4	2	3	4	20	4	4	4	4	4	24	4	4	4	8	75
46	4	4	5	5	1	2	21	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	4	4	3	22	3	3	6	67
47	4	4	5	4	4	3	24	4	3	2	2	2	2	18	4	4	4	4	4	23	2	2	2	4	73
48	2	5	4	5	3	2	21	5	3	3	2	1	1	15	4	5	5	5	5	29	1	5	6	71	
49	5	4	5	5	3	3	25	5	3	3	3	3	3	20	4	4	4	5	4	5	26	4	5	9	80
50	5	5	4	5	4	5	28	5	1	4	4	4	2	20	3	5	4	3	4	4	23	4	4	9	80
51	4	5	4	5	3	4	25	4	5	3	3	2	2	20	4	4	4	4	4	26	5	5	10	84	
52	3	4	4	5	4	3	23	5	3	4	3	4	4	23	4	4	5	4	5	4	25	4	3	7	78
53	1	5	4	4	2	2	18	5	1	2	2	2	2	14	4	4	4	3	4	4	23	3	3	6	61
54	2	3	4	5	3	4	20	3	1	3	3	3	2	17	5	4	3	5	4	4	26	3	4	6	69
55	1	4	5	5	2	3	20	3	1	3	3	3	2	15	4	4	4	3	4	2	21	2	2	4	60
56	3	5	5	5	2	4	24	4	3	2	2	4	1	16	4	4	5	2	4	3	22	2	4	6	68
57	1	3	4	5	4	3	20	4	1	3	3	4	4	19	3	4	4	2	4	3	20	3	3	6	65
58	4	5	4	5	4	5	28	5	3	4	5	4	1	22	4	5	5	5	5	29	5	4	9	84	
59	4	5	5	4	5	4	27	4	5	5	3	1	2	20	5	5	4	5	4	4	27	5	5	10	84
60	1	5	4	5	2	3	20	4	1	2	4	5	2	18	3	5	4	4	5	4	25	4	4	8	71
61	5	5	4	5	3	4	26	5	5	3	2	3	2	20	5	5	3	5	5	28	4	5	9	83	
62	3	4	3	4	3	4	21	3	4	3	3	4	3	20	3	4	3	3	3	24	3	3	3	5	75
63	3	4	5	4	5	4	24	5	1	3	4	5	4	22	4	5	4	1	3	5	22	5	5	10	78
64	5	4	4	5	5	5	28	4	3	3	2	3	1	16	5	3	2	4	4	22	3	3	6	72	
65	4	5	4	5	3	4	22	5	5	5	5	3	2	28	4	5	5	4	5	28	4	4	9	87	
66	3	5	5	5	3	2	22	5	3	4	3	2	3	20	4	5	4	4	4	5	26	4	4	8	76
67	3	3	4	5	3	2	20	4	2	3	3	2	2	16	2	5	4	2	5	4	22	1	4	5	63
68	2	4	5	5	3	2	21	3	3	3	3	3	3	18	2	3	4	3	3	4	19	4	4	8	66
69	4	5	4	5	3	2	23	3	3	3	3	3	1	22	3	4	3	4	4	5	27	4	5	9	79
70	5	5	5	4	3	2	24	4	5	2	2	4	1	18	4	5	4	3	5	26	3	5	6	76	
71	4	3	5	5	4	3	24	5	5	3	3	5	3	24	2	5	4	4	4	5	4	4	5	8	80
72	5	5	5	5	2	2	24	5	5	3	3	3	1	20	2	5	4	1	3	3	18	3	3	8	70
73	4	5	4	5	4	3	26	4	5	4	3	4	3	22	4	3	4	3	4	21	3	4	9	84	
74	3	5	5	5	3	4	25	5																	

VARIABLE		BASES DE DATOS																																								TOTAL
		ADMINISTRACION ESTRATEGICA																																								
DIMENSIONES		FORMULACION										IMPLANTACION										EVALUACION																				
SUJETO	ITEM	21	22	23	24	25	26	PP	27	28	29	30	31	32	33	34	PP	35	36	37	38	39	40	PP	35	36	37	38	39	40	PP	35	36	37	38	39	40	PP				
1	5	5	5	5	4	4	4	27	4	5	3	4	5	4	5	4	34	4	5	5	1	3	3	21	82																	
2	4	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	5	26	83																	
3	4	5	5	5	5	5	29	5	3	4	5	4	4	3	4	32	4	4	5	5	5	3	26	87																		
4	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	5	4	5	34	4	5	5	3	5	5	27	89																		
5	4	2	2	3	3	3	2	16	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	58																		
6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24	81																		
7	5	4	3	3	3	3	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	23	81																		
8	5	4	2	2	3	3	5	21	5	5	5	5	4	4	5	37	5	5	4	5	5	5	29	87																		
9	5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	4	5	4	5	4	36	5	5	5	5	5	4	29	93																		
10	5	5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	5	4	4	5	38	4	4	4	4	4	4	24	90																		
11	5	5	5	5	4	4	24	5	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	22	78																		
12	5	5	5	5	5	5	22	5	5	5	5	5	5	4	3	39	5	5	5	5	5	5	30	99																		
13	4	4	4	4	4	4	3	24	4	3	4	2	3	4	5	3	28	3	4	3	3	5	4	22	72																	
14	2	2	2	3	4	2	15	3	3	2	2	4	4	2	2	22	3	2	4	1	5	5	2	17	54																	
15	5	5	4	4	5	4	27	4	5	5	5	5	4	5	4	37	5	5	5	3	5	5	28	92																		
16	5	4	3	3	3	3	4	22	5	5	4	3	3	4	4	32	4	5	4	1	4	4	22	76																		
17	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	3	5	4	24	78																		
18	4	4	3	3	3	3	21	4	5	5	4	4	4	5	5	36	5	5	5	5	5	5	30	87																		
19	4	4	4	2	4	3	21	4	4	4	4	2	3	5	4	30	4	3	4	3	4	2	20	71																		
20	4	4	3	4	3	4	22	3	3	2	2	2	3	2	2	19	2	2	2	1	5	3	15	56																		
21	5	4	3	4	3	3	23	4	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	3	4	4	23	76																		
22	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	2	3	2	17	61																		
23	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	60																		
24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	4	4	5	38	4	5	5	4	4	4	26	94																		
25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	3	21	77																		
26	5	4	5	4	5	4	26	4	5	5	5	4	4	4	4	38	5	5	4	5	5	5	29	93																		
27	3	3	2	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	1	5	5	26	89																		
28	5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	5	5	4	5	4	37	5	5	5	5	5	4	29	94																		
29	5	5	4	4	3	4	25	4	4	5	5	5	5	5	5	37	5	5	5	4	4	5	28	90																		
30	4	4	5	5	4	4	27	5	4	5	4	4	4	5	5	37	5	5	4	5	5	4	28	92																		
31	4	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	3	3	3	23	78																		
32	3	4	3	4	3	4	21	4	4	3	3	3	3	3	3	27	4	4	4	3	4	4	23	71																		
33	5	5	3	5	3	5	26	3	3	2	5	5	4	4	2	29	5	5	4	2	5	4	25	80																		
34	3	3	2	3	4	3	18	3	3	3	3	4	4	4	4	29	4	4	4	4	5	4	25	72																		
35	5	3	4	3	4	3	23	3	3	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	1	3	4	21	83																		
36	2	3	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	3	3	28	3	3	3	2	3	3	18	62																		
37	5	4	4	3	3	5	24	4	5	5	5	5	4	5	4	37	4	5	4	5	4	5	27	88																		
38	4	4	5	5	5	4	27	5	4	5	4	5	5	4	3	35	5	5	4	5	5	5	29	91																		
39	5	4	3	4	5	3	24	4	4	4	2	5	5	4	3	33	4	5	4	5	3	4	25	82																		
40	5	4	5	5	3	4	24	4	5	4	5	5	5	4	3	36	5	5	4	5	5	5	29	89																		
41	4	5	5	4	4	3	25	4	4	4	5	3	5	4	5	34	5	5	5	5	5	5	30	89																		
42	5	3	4	3	2	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	4	23	76																		
43	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	2	3	2	17	61																		
44	5	5	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	60																		
45	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	4	4	5	38	4	5	5	4	4	4	26	94																		
46	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	3	21	77																		
47	5	4	4	5	3	4	26	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	4	5	5	5	5	29	93																		
48	3	3	2	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	1	5	5	26	89																		
49	5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	5	5	4	5	4	37	5	5	5	5	5	4	29	94																		
50	5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	4	4	4	5	5	37	5	5	4	5	5	4	28	92																		
51	4	4	4	4	3	3	22	3	4	4	5	4	4	3	4	31	4	5	4	3	5	4	25	78																		
52	3	4	3	4	3	4	21	4	4	3	3	3	3	3	3	27	4	4	4	3	4	4	23	71																		
53	5	5	3	5	3	5	26	3	3	2	5	5	4	4	4	29	5	5	4	5	4	4	25	80																		
54	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	2	3	2	17	61																		
55	5	4	3	4	3	4	23	3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	4	4	1	3	4	21	73																		
56	5	4	3	4	3	4	23	3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	4	4	1	3	4	21	73																		
57	2	2	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	3	3	28	3	3	3	2	4	3	18	62																		
58	5	4	4	3	3	5	24	4	5	5	5	5	4	5	4	37	4	5	4	5	4	5	27	88																		
59	4	4	5	5	4	4	27	5	4	5	4	5	4	5	4	35	5	5	4	5	5	5	29	91																		
60	5	4	3	4	5	3	24	4	4	4	2	5	5	4	3	35	5	5	4	5	5	5	29	91																		
61	5	5	5	3	2	4	24	4	5	5	5	5	4	5	3	36	5	5	4	5	5	5	29	89																		
62	4	5	5	4	4	3	25	4	4	4	5	3	5	4	5	34	5	5	5	5	5	5	30	89																		
63	5	5	5	4	4	4	27	4	5	3	4	5	4	5	4	34	4	5	5	1	3	5	21	82																		
64	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	26	83																		
65	4	4	5	5	5	5	29	5	3	4	4	5	4	4	3	32	4	4	4	5	5	3	26	83																		
66	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	5	4	34	4	5	5	3	5	5	27	89																		
67	4	2	2	3	3	2	16	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	3	3	18	58																		
68	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	2	5	4	24	81																		
69	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	4	23	81																		
70	5	4	2	2	3	5	21	5	5	5	5	4	4	5	4	37	5	5	4	5	5	5	29	87																		
71	5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	5	4	5	4	5	36	5	5	5	5	5	5	29	93																		
72	5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	5	4	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	24	90																		
73	3	4	5	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	4	3	32	4	4	4	4	4	4	24	90																		
74	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	99																		
75	4	4	4	4	4	3	22	4	3	4																																



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION												SUGERENCIAS		
	INTEGRACION ECONOMICA				MD	D	A	MA	MD	D	A	MA		MD	D
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.														
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.														
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.														
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.														
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.														
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.														
COMPROMISO POLITICO															
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.														
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.														
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.														
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras														
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.														
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.														
CONECTIVIDAD POR INTERNET															
13	Saben que el 52,5% de los peruanos tienen acceso a internet.														
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.														
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.														
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.														
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.														
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.														
CONTACTOS PERSONALES															
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.														
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.														



ADMINISTRACION ESTRATEGICA															SUGERENCIAS			
FORMULACION	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D		A	MA	
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				✓				✓				✓				✓	
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				✓				✓				✓				✓	
23	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				✓				✓				✓				✓	
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				✓				✓				✓				✓	
25	Las estrategias comprenden previsiones en respuesta a la competencia externa.				✓				✓				✓				✓	
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				✓				✓				✓				✓	
IMPLANTACION																		
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.				✓				✓				✓				✓	
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				✓				✓				✓				✓	
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				✓				✓				✓				✓	
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				✓				✓				✓				✓	
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				✓				✓				✓				✓	
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				✓				✓				✓				✓	
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				✓				✓				✓				✓	
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				✓				✓				✓				✓	
EVALUACION																		
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				✓				✓				✓				✓	
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				✓				✓				✓				✓	
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				✓				✓				✓				✓	
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno .				✓				✓				✓				✓	
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				✓				✓				✓				✓	
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				✓				✓				✓				✓	



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
ECONOMICA		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				/				/				/	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				/				/				/	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				/				/				/	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				/				/				/	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				/				/				/	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				/				/				/	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.				/				/				/	
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.				/				/				/	
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.				/				/				/	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias				/				/				/	
FINANCIERA														
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				/				/				/	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				/				/				/	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				/				/				/	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente.				/				/				/	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				/				/				/	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				/				/				/	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.				/				/				/	
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				/				/				/	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				/				/				/	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				/				/				/	



Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Narvaez Amunibar, Teresa DNI: 10122038

Especialidad del validador: juente metodologo

.....de..... del 201...

- *Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- *Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- *Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION													SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	INTEGRACION ECONOMICA													
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.				✓				✓					✓
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.				✓				✓					✓
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.				✓				✓					✓
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.				✓				✓					✓
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.				✓				✓					✓
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.				✓				✓					✓
	COMPROMISO POLITICO													
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.				✓				✓					✓
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.				✓				✓					✓
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.				✓				✓					✓
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras				✓				✓					✓
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.				✓				✓					✓
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.				✓				✓					✓
	CONECTIVIDAD POR INTERNET													
13	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.				✓				✓					✓
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.				✓				✓					✓
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.				✓				✓					✓
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.				✓				✓					✓
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.				✓				✓					✓
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.				✓				✓					✓
	CONTACTOS PERSONALES													
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.				✓				✓					✓
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.				✓				✓					✓



		ADMINISTRACION ESTRATEGICA												SUGERENCIAS
	FORMULACION	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				/				/				/	
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				/				/				/	
23	Ferrranentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				/				/				/	
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				/				/				/	
25	Las estrategias comprenden previsiones en respuesta a la competencia externa.				/				/				/	
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				/				/				/	
IMPLANTACION														
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.				/				/				/	
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				/				/				/	
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				/				/				/	
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				/				/				/	
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				/				/				/	
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				/				/				/	
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				/				/				/	
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				/				/				/	
EVALUACION														
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				/				/				/	
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				/				/				/	
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				/				/				/	
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno .				/				/				/	
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				/				/				/	
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				/				/				/	



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
ECONOMICA		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				✓				✓				✓	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				✓				✓				✓	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				✓				✓				✓	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				✓				✓				✓	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				✓				✓				✓	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				✓				✓				✓	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.				✓				✓				✓	
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.				✓				✓				✓	
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.				✓				✓				✓	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias				✓				✓				✓	
FINANCIERA														
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				✓				✓				✓	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				✓				✓				✓	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				✓				✓				✓	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente.				✓				✓				✓	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				✓				✓				✓	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				✓				✓				✓	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.				✓				✓				✓	
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				✓				✓				✓	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				✓				✓				✓	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				✓				✓				✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Narvaez Aranibar, Teresa DNI: 10122038

Especialidad del validador: Docente metodólogo

.....de..... del 201...

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION													SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	INTEGRACION ECONOMICA													
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.				/				/				/	
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.				/				/				/	
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.				/				/				/	
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.				/				/				/	
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.				/				/				/	
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.				/				/				/	
	COMPROMISO POLITICO													
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.				/				/				/	
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.				/				/				/	
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.				/				/				/	
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras.				/				/				/	
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.				/				/				/	
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.				/				/				/	
	CONECTIVIDAD POR INTERNET													
13	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.				/				/				/	
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.				/				/				/	
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.				/				/				/	
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.				/				/				/	
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.				/				/				/	
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.				/				/				/	
	CONTACTOS PERSONALES													
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.				/				/				/	
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.				/				/				/	



		ADMINISTRACION ESTRATEGICA												SUGERENCIAS
FORMULACION		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				/				/				/	
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				/				/				/	
23	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				/				/				/	
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				/				/				/	
25	Las estrategias comprenden provisiones en respuesta a la competencia externa.				/				/				/	
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				/				/				/	
IMPLANTACION														
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.				/				/				/	
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				/				/				/	
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				/				/				/	
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				/				/				/	
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				/				/				/	
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				/				/				/	
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				/				/				/	
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				/				/				/	
EVALUACION														
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				/				/				/	
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				/				/				/	
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				/				/				/	
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno.				/				/				/	
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				/				/				/	
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				/				/				/	



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
ECONOMICA		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				/				/				/	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				/				/				/	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				/				/				/	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				/				/				/	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				/				/				/	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				/				/				/	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.				/				/				/	
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.				/				/				/	
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.				/				/				/	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias				/				/				/	
FINANCIERA														
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				/				/				/	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				/				/				/	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				/				/				/	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente,				/				/				/	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				/				/				/	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				/				/				/	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.				/				/				/	
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				/				/				/	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				/				/				/	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				/				/				/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Narvaez Aranibar, Teresa DNI: 10120038

Especialidad del validador: Docente metodólogo

.....de..... del 201...

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION													SUGERENCIAS	
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA		
	INTEGRACION ECONOMICA														
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.				/				/				/		
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.				/				/				/		
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.				/				/				/		
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.				/				/				/		
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.				/				/				/		
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.				/				/				/		
	COMPROMISO POLITICO														
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.			/				/				/			
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.			/				/				/			
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.				/			/				/			
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras			/				/				/			
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.				/				/				/		
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.				/				/				/		
	CONECTIVIDAD POR INTERNET														
13	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.				/				/				/		
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.				/				/				/		
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.				/				/				/		
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.				/				/				/		
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.				/				/				/		
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.				/				/				/		
	CONTACTOS PERSONALES														
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.				/				/				/		
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.				/				/				/		



ADMINISTRACION ESTRATEGICA															SUGERENCIAS		
FORMULACION	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D		A	MA
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				/			/				/				/	
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				/			/				/				/	
23	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				/			/				/				/	
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				/			/				/				/	
25	Las estrategias comprenden previsiones en respuesta a la competencia externa.				/			/				/				/	
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				/			/				/				/	
IMPLANTACION																	
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.			/			/				/				/		
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				/			/				/				/	
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				/			/				/				/	
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				/			/				/				/	
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				/			/				/				/	
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				/			/				/				/	
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				/			/				/				/	
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				/			/				/				/	
EVALUACION																	
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				/			/				/				/	
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				/			/				/				/	
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				/			/				/				/	
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno.				/			/				/				/	
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				/			/				/				/	
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				/			/				/				/	



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
ECONOMICA		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				/				/				/	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				/				/				/	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				/				/				/	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				/				/				/	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				/				/				/	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				/				/				/	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.			/				/				/		
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.			/				/				/		
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.				/				/				/	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias			/				/				/		
FINANCIERA														
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				/				/				/	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				/				/				/	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				/				/				/	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente,				/				/				/	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				/				/				/	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				/				/				/	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.			/				/				/		
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				/				/				/	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				/				/				/	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				/				/				/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____


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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg: RUIZ VILLAVICENCIO ROSARIO EDUARDO DNI: 09809744

Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

16 de 12 del 2019...

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION													SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	INTEGRACION ECONOMICA													
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.				/				/				/	
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.				/				/				/	
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.				/				/				/	
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.				/				/				/	
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.				/				/				/	
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.				/				/				/	
	COMPROMISO POLITICO													
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.			/				✓				/		
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.			/				/				/		
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.				/				/				/	
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras			/				/				/		
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.				/				/				/	
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.				/				/				/	
	CONECTIVIDAD POR INTERNET													
13	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.				/				/				/	
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.				/				/				/	
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.				/				/				/	
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.				/				/				/	
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.				/				/				/	
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.				/				/				/	
	CONTACTOS PERSONALES													
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.				/				/				/	
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.				/				/				/	



		ADMINISTRACION ESTRATEGICA												SUGERENCIAS
FORMULACION		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				/				/				/	
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				/				/				/	
23	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				/				/				/	
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				/				/				/	
25	Las estrategias comprenden previsiones en respuesta a la competencia externa.				/				/				/	
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				/				/				/	
IMPLANTACION														
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.			/				/				/		
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				/				/				/	
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				/				/				/	
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				/				/				/	
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				/				/				/	
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				/				/				/	
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				/				/				/	
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				/				/				/	
EVALUACION														
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				/				/				/	
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				/				/				/	
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				/				/				/	
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno .				/				/				/	
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				/				/				/	
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				/				/				/	



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
ECONOMICA		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				/				/				/	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				/				/				/	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				/				/				/	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				/				/				/	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				/				/				/	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				/				/				/	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.			/			/			/				
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.			/			/			/				
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.				/			/					/	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias			/			/			/			/	
FINANCIERA														
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				/				/				/	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				/				/				/	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				/				/				/	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente,				/				/				/	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				/				/				/	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				/				/				/	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.			/			/			/			/	
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				/				/				/	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				/				/				/	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				/				/				/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: RUIZ VILLAVICENCIO RICARDO EDUARDO DNI: 09809744

Especialidad del validador: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

16 de 12 del 2019...

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION														SUGERENCIAS		
	INTEGRACION ECONOMICA				MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D		A	MA
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.							/				/				/	
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.							/				/				/	
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.							/				/				/	
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.							/				/				/	
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.							/				/				/	
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.							/				/				/	
COMPROMISO POLITICO																	
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.						/			/					/		
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.						/			/					/		
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.							/			/				/		
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras						/			/					/		
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.							/			/				/		
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.							/			/				/		
CONECTIVIDAD POR INTERNET																	
13	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.							/			/				/		
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.							/			/				/		
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.							/			/				/		
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.							/			/				/		
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.							/			/				/		
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.							/			/				/		
CONTACTOS PERSONALES																	
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.							/			/				/		
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.							/			/				/		



ADMINISTRACION ESTRATEGICA														SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	FORMULACION													
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				/				/				/	
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				/				/				/	
23	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				/				/				/	
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				/				/				/	
25	Las estrategias comprenden previsiones en respuesta a la competencia externa.				/				/				/	
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				/				/				/	
	IMPLANTACION													
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.			/				/					/	
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				/				/				/	
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				/				/				/	
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				/				/				/	
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				/				/				/	
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				/				/				/	
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				/				/				/	
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				/				/				/	
	EVALUACION													
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				/				/				/	
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				/				/				/	
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				/				/				/	
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno .				/				/				/	
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				/				/				/	
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				/				/				/	



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
ECONOMICA					/				/				/	
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				/				/				/	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				/				/				/	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				/				/				/	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				/				/				/	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				/				/				/	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				/				/				/	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.			/				/				/		
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.			/				/				/		
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.				/				/				/	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias			/				/				/		
FINANCIERA					/				/				/	
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				/				/				/	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				/				/				/	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				/				/				/	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente,				/				/				/	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				/				/				/	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				/				/				/	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.			/				/				/		
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				/				/				/	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				/				/				/	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				/				/				/	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: RUIZ VILLAVICENCIO RICARDO EDUARDO DNI: 09809744

Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS


16 de 12 del 2019...

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

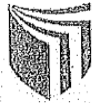

Firma del Experto Informante.

Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION													SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	INTEGRACION ECONOMICA													
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.				/				/				/	
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.				/				/				/	
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.				/				/				/	
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.				/				/				/	
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.				/				/				/	
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.				/				/				/	
	COMPROMISO POLITICO													
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.				/				/				/	
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.				/				/				/	
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.				/				/				/	
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras				/				/				/	
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.				/				/				/	
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.				/				/				/	
	CONECTIVIDAD POR INTERNET													
13	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.				/				/				/	
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.				/				/				/	
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.				/				/				/	
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.				/				/				/	
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.				/				/				/	
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.				/				/				/	
	CONTACTOS PERSONALES													
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.				/				/				/	
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.				/				/				/	



ADMINISTRACION ESTRATEGICA														SUGERENCIAS
FORMULACION	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA		
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				/				/				/	
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				/				/				/	
23	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				/				/				/	
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				/				/				/	
25	Las estrategias comprenden previsiones en respuesta a la competencia externa.				/				/				/	
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				/				/				/	
IMPLANTACION														
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.				/				/				/	
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				/				/				/	
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				/				/				/	
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				/				/				/	
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				/				/				/	
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				/				/				/	
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				/				/				/	
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				/				/				/	
EVALUACION														
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				/				/				/	
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				/				/				/	
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				/				/				/	
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno .				/				/				/	
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				/				/				/	
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				/				/				/	



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
ECONOMICA														
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				/				/				/	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				/				/				/	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				/				/				/	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				/				/				/	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				/				/				/	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				/				/				/	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.				/				/				/	
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.				/				/				/	
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.				/				/				/	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias				/				/				/	
FINANCIERA														
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				/				/				/	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				/				/				/	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				/				/				/	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente,				/				/				/	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				/				/				/	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				/				/				/	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.				/				/				/	
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				/				/				/	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				/				/				/	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				/				/				/	



Observaciones: CUMPLE CON EL ANTONIO DE SUFICIENCIA

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

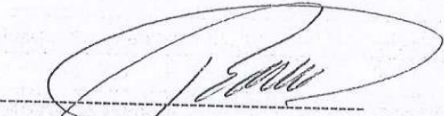
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Deleano Arenas, Raúl DNI: 10366449

Especialidad del validador: PHD en METODOS DE INVESTIGACIÓN y Evaluación

09 de 12 del 2019.

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



 Firma del Experto Informante.
 Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION													SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
INTEGRACION ECONOMICA														
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.				✓								✓	
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.				✓								✓	
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.				✓								✓	
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.				✓								✓	
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.				✓								✓	
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.				✓								✓	
COMPROMISO POLITICO														
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.				✓								✓	
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.				✓								✓	
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.				✓								✓	
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras				✓								✓	
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.				✓								✓	
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.				✓								✓	
CONECTIVIDAD POR INTERNET														
13	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.				✓								✓	
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.				✓								✓	
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.				✓								✓	
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.				✓								✓	
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.				✓								✓	
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.				✓								✓	
CONTACTOS PERSONALES														
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.				✓								✓	
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.				✓								✓	



ADMINISTRACION ESTRATEGICA															SUGERENCIAS		
FORMULACION	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D		A	MA
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				/			/				/				/	
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				/			/				/				/	
23	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				/			/				/				/	
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				/			/				/				/	
25	Las estrategias comprenden previsiones en respuesta a la competencia externa.				/			/				/				/	
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				/			/				/				/	
IMPLANTACION																	
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.				/			/				/				/	
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				/			/				/				/	
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				/			/				/				/	
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				/			/				/				/	
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				/			/				/				/	
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				/			/				/				/	
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				/			/				/				/	
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				/			/				/				/	
EVALUACION																	
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				/			/				/				/	
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				/			/				/				/	
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				/			/				/				/	
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno.				/			/				/				/	
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				/			/				/				/	
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				/			/				/				/	



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
ECONOMICA		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				✓				✓				✓	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				✓				✓				✓	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				✓				✓				✓	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				✓				✓				✓	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				✓				✓				✓	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				✓				✓				✓	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.				✓				✓				✓	
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.				✓				✓				✓	
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anualmente.				✓				✓				✓	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias				✓				✓				✓	
FINANCIERA														
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				✓				✓				✓	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				✓				✓				✓	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				✓				✓				✓	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente,				✓				✓				✓	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				✓				✓				✓	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				✓				✓				✓	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.				✓				✓				✓	
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				✓				✓				✓	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				✓				✓				✓	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				✓				✓				✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: CUMPLE CON EL CRITERIO DE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: SELGADO ARENAS, RAÚL DNI: 10366449

Especialidad del validador: PHD en METODOS DE INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN


09 de 12 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la relación entre globalización, administración estratégica y rentabilidad

N°	GLOBALIZACION													SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
INTEGRACION ECONOMICA														
1	La empresa tiene relación comercial con empresas del exterior.				✓				✓				✓	
2	La inversión extranjera es muy importante para el desarrollo de las empresas.				✓				✓				✓	
3	El éxito de las pequeñas empresas depende de la gestión empresarial.				✓				✓				✓	
4	La gestión empresarial significa planear, dirigir, organizar y controlar la empresa.				✓				✓				✓	
5	El gobierno tiene especial interés en gobernar en favor de las pequeñas empresas.				✓				✓				✓	
6	La estructura jurídica del país favorece la gestión empresarial.				✓				✓				✓	
COMPROMISO POLITICO														
7	Consideran que la libre competencia permite el desarrollo de las empresas.				✓				✓				✓	
8	Tienen convenios, tratados y participan en organizaciones internacionales.				✓				✓				✓	
9	La política comercial del Estado favorece a las empresas peruanas.				✓				✓				✓	
10	Los productos extranjeros compiten en igual condición con las nuestras				✓				✓				✓	
11	La gobernabilidad expresada en elecciones cada 5 años garantiza la presencia de inversionistas extranjeros.				✓				✓				✓	
12	Los procesos electorales se caracterizan por ser limpios y transparentes.				✓				✓				✓	
CONECTIVIDAD POR INTERNET														
13	Saben que el 52.5% de los peruanos tienen acceso a internet.				✓				✓				✓	
14	Además de la conexión clásica mediante su computador, se utilizan otros dispositivos para acceder a internet.				✓				✓				✓	
15	Los peruanos sin internet son en mayoría población menor de 6 años y población rural básicamente.				✓				✓				✓	
16	Se tiene planes de como atender a la población potencial usuaria de internet.				✓				✓				✓	
17	El uso de internet está creciendo por lo que pronto se tendrá más empresas que compitan con las peruanas de manera virtual.				✓				✓				✓	
18	Se sabe que el uso real de internet es progresivo por lo que la empresa viene tomando medidas para la atención de ese mercado.				✓				✓				✓	
CONTACTOS PERSONALES														
19	Libertad para movilizarse dentro y fuera del país a fin de comercializar sus productos con sus clientes.				✓				✓				✓	
20	Reciben o envían transferencias de dinero facilitando las operaciones comerciales.				✓				✓				✓	



ADMINISTRACION ESTRATEGICA															SUGERENCIAS		
FORMULACION	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D		A	MA
21	Se tiene definidos la visión y misión de la empresa y son de conocimiento del personal.				/				/				/				
22	El personal realiza su trabajo orientados en hacer cumplir la visión y misión.				/				/				/				
23	Permanentemente se revisa el FODA a fin de ajustar las estrategias.				/				/				/				
24	En la elaboración del FODA participan los propietarios, gerentes y jefaturas.				/				/				/				
25	Las estrategias comprenden provisiones en respuesta a la competencia externa.				/				/				/				
26	Las estrategias y sus responsables son de conocimiento de todo el personal.				/				/				/				
IMPLANTACION																	
27	Se logra alcanzar los objetivos en función a las metas preestablecidas.				/				/				/				
28	Se viene cumpliendo todos los objetivos de la empresa.				/				/				/				
29	Las políticas de la empresa son muy realistas de acuerdo con la situación interna y al entorno de la empresa.				/				/				/				
30	Las políticas se van ajustando conforme se logre los objetivos.				/				/				/				
31	La empresa se ocupa de motivar continuamente al personal.				/				/				/				
32	Todos en la empresa están comprometidos con los objetivos.				/				/				/				
33	Se tiene un presupuesto operativo con el cual se trabaja anualmente.				/				/				/				
34	El presupuesto les permite financiar todas las inversiones previstas del año.				/				/				/				
EVALUACION																	
35	Se revisan que las capacidades de la empresa estén siempre procurando alcanzar las metas y los objetivos.				/				/				/				
36	El personal a cargo de las áreas internas tiene metas asignadas.				/				/				/				
37	Siempre verifican que el entorno les sea favorable para tomar medidas correctivas.				/				/				/				
38	Están suscritos a las cámaras de comercio de la ciudad para estar informados de los cambios en el entorno .				/				/				/				
39	La organización considera necesario adaptarse a los cambios.				/				/				/				
40	Se recluta personal con capacidad para adaptarse sin mayor esfuerzo en caso necesario.				/				/				/				



		RENTABILIDAD												SUGERENCIAS
ECONOMICA		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
41	En los últimos años las ventas han crecido año a año.				/				/				/	
42	Sus ventas crecen y compiten con productos similares extranjeros.				/				/				/	
43	Mantienen información acerca del valor de mercado de sus activos.				/				/				/	
44	Cada cierto tiempo modernizan sus equipos y maquinarias.				/				/				/	
45	Conoce el margen de ventas que le deja cada producto o servicio que ofrece.				/				/				/	
46	Sabe calcular correctamente el margen de ventas.				/				/				/	
47	A fin de asegurar el máximo la utilización de los recursos de la empresa, observa el comportamiento del indicador rotación de activos.				/				/				/	
48	El cálculo de rotación de activos no incluye los activos corrientes.				/				/				/	
49	El retorno de la inversión sigue una tendencia creciente anual.				/				/				/	
50	En casos especiales solicita conocer el ROI de las campañas publicitarias				/				/				/	
FINANCIERA														
51	El contador les informa regularmente acerca de las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros.				/				/				/	
52	Las utilidades antes de intereses, impuestos, amortización y gastos financieros refleja el real resultado que genera la empresa.				/				/				/	
53	El capital de la empresa está compuesto por aporte extranjero.				/				/				/	
54	La estructura del costo de capital aportado está cubierto financieramente,				/				/				/	
55	Los intereses financieros que paga están de acuerdo al promedio del mercado.				/				/				/	
56	Gestionan la baja de los gastos financieros negociando con bancos.				/				/				/	
57	Utilizar deuda con terceros incrementa la rentabilidad de los capitales propios.				/				/				/	
58	El coste de deuda (%) con terceros es inferior al rendimiento ofrecido por la inversión.				/				/				/	
59	Aplican el escudo fiscal cada vez que hay utilidades.				/				/				/	
60	Sabe que el escudo fiscal reduce la tasa interés efectiva de su deuda.				/				/				/	



Observaciones: CUMPLE CON EL CRITERIO DE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: DELGADO ARENAS, RAÚL DNI: 10366449

Especialidad del validador: PHD EN MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN

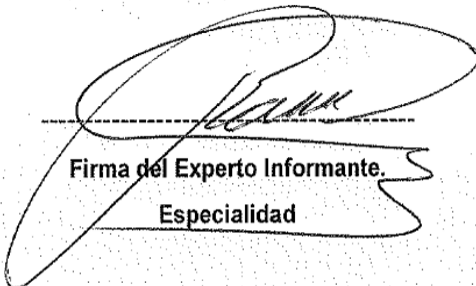
09 de 12 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
Especialidad

Mgtr. Alfredo Suasnabar Ugarte

Tabla: Globalizacion

Validez vasado en el contenido a través de la V de Aiken

N° Items		\bar{X}	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 2	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 3	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 4	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 5	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 6	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 7	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 8	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 9	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 10	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 11	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00

	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 12	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 13	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 14	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 15	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 16	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 17	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 18	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 19	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 20	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00

Tabla: Administracion
Estrategica

	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 21	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 22	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 23	Pertinencia	4	0.00	1.00

	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 24	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 25	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 26	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
ITEM 27	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 28	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 29	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 30	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 31	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 32	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 33	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 34	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 35	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 36	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00

	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 37	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 38	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 39	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 40	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
				0.99

Tabla: Rentabilidad

	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 41	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 42	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 43	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 44	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM45	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 46	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
ITEM 47	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
ITEM 48	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89

	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 49	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
ITEM 50	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 51	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 52	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 53	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 54	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM55	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 56	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
ITEM 57	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 58	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 59	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
ITEM 60	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
				0.98

ANEXO M

Globalización, Administración Estratégica y la Rentabilidad en las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, 2019

(Globalization, Strategic Management and Profitability in small businesses in the San Juan de Lurigancho district, 2019)

Mgtr. Federico Alfredo Suasnabar Ugarte
Universidad Cesar Vallejo

RESUMEN

En los últimos años mucho se ha hablado en el mundo académico y en mundo empresarial de lo perjudicial o de la ventajoso que resulta para los países estar dentro del círculo que encierra la llamada globalización o mundialización como también se le suele llamar. Pero lo cierto es que este fenómeno se ha ido expandiendo cada vez más en casi todo el mundo, motivado principalmente por el deterioro político de los países con economías centralizadas, lo cual fue beneficioso políticamente para los países que proponían un sistema económico de libre mercado. La adopción de este sistema económico ha hecho que estos países y sus empresas se encuentren con las ventajas y desventajas por la globalización y de lo que esto les significa especialmente si no están debidamente preparados para enfrentar una competencia de calidad, aspecto que deben incorporar como parte de la gestión de la empresa para su propio sostenimiento. Se revisó las teorías para el caso de la globalización de Arribas, Pérez, Choren, Fernández, y Tortosa (2010); en el caso de la administración estratégica la de David (2003) y en el caso de la rentabilidad la de Eslava (2003). Es de nivel descriptiva correlacional, y de diseño no experimental y transversal. Se tuvo como población de estudio a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho las que suman 4,400. De esta se derivó una muestra de 134 propietarios o ejecutivos. Se les hizo 60 preguntas. Se aplicó el programa SPSS para saber si tenían o no relación estas variables y demostrar objetivamente que esta es una realidad que se sigue pasando de largo y no se actúa como corresponde a nivel gobierno y muy especialmente a nivel de las propias pequeñas empresas del distrito, materia de esta investigación.

Palabras clave: globalización, planeamiento, rentabilidad y pequeñas empresas.

ABSTRACT

In recent years there has been much talk in the academic world and in the business world of how harmful or advantageous it is for countries to be within the circle that encloses the so-called globalization or globalizaton as it is also called. But the truth is that this phenomenon has been expanding more and more in almost the whole world, motivated mainly by the political deterioration of the countries with centralized economies, which was politically beneficial for the countries that proposed a free market economic system. The adoption of this economic system has caused these countries and their companies to find the advantages and disadvantages of globalization and what this means especially if they are not properly prepared to face quality competition, which they must incorporate as part of the management of the company for its own support. Theories for the case of the globalization of Arribas, Pérez, Choren, Fernández, and Tortosa (2010) were reviewed; in the case of the strategic administration that of David (2003) and in the case of profitability that of Eslava (2003). It is of a descriptive correlational level, and of a non-experimental and transversal design. The small businesses of the district of San Juan de Lurigancho were considered as a study population, totaling 4,400. From this a sample of 134 owners or executives was derived. They were asked 60 questions. The SPSS program was applied to know whether or not these variables were related and objectively demonstrate that this is a reality that continues to be overlooked and does not act as appropriate at the government level and especially at the level of the small businesses of the district itself, subject of this investigation.

Keywords: globalization, planning, profitability and small businesses.

1. Introduccion

La globalización está definida como el proceso de cambio que está llevando a los países y sus instituciones hacia una mayor interdependencia e integración de sus economías. Proceso que se ha acelerado en las últimas décadas causando un aumento espectacular del comercio, la internacionalización de empresas, el intercambio de tecnologías, de conocimiento y en especial un aumento exponencial de los flujos financieros entre los países. Aspectos que tiene sus

seguidores por sus ventajas, pero qué al mismo tiempo también genera oposición de quienes la rechazan por las consecuencias para las economías más vulnerables. Sin embargo, en lo que todos parece estar de acuerdo es que genera un escenario altamente competitivo, y como consecuencia de ello las pequeñas empresas deben ajustar sus políticas y estrategias para responder ya no solo responder a los competidores locales sino también a los externos. Por esa razón es que esta investigación incluye la variable Administración Estratégica como una respuesta firme a ese entorno que se presenta como una amenaza pero que a la vez también podría convertirse en una oportunidad. Y a la Rentabilidad como variable que puede medir el beneficio, lucro, utilidad o ganancia logrado como consecuencia de la gestión. Así se revisaron algunas investigaciones anteriores como la de Milla (2016) quien concluye que las pequeñas y medianas empresas de confecciones del distrito de San Juan de Lurigancho no cuentan con una adecuada infraestructura, equipos y maquinaria; ni tampoco con una tecnología de última generación. También se revisó la investigación de Gago (2014) quien señala que el problema no está en la globalización misma sino en la forma en cómo se le está implementando. Igualmente se revisó la investigación de Tarapuez, Guzmán y Parra (2016) quienes concluyen que la innovación está relacionada con procesos organizados que dependen muchas veces de los planes estratégicos de una empresa, que les permita afrontar su entorno para conocer la situación económica, la competencia, la evolución tecnológica, su capacidad financiera, el mercadeo y la función administrativa, lo que por supuesto se deriva en obtener una mayor rentabilidad. Asimismo, Valle, Morales, y Fonseca (2016) quienes dicen que la estrategia debe basarse en las fortalezas internas y su capacidad para gestionar ventajas frente a sus competidores adoptando lo propuesto por Miles y Snow es decir medidas estratégicas de tipo genérico, es decir prospectivas, defensivas, analizadoras y reactivas. Luego a Aguilera, González, y Rodríguez (2011) quienes estudiaron las variables crecimiento y la competitividad de las empresas. Perea y Rivas (2007) quienes analizan que hacer frente y como competir en un mercado globalizado. Se tuvo como teóricos principales Arribas, Pérez, Choren, Fernández, y Tortosa, (2010) que han indicado que el concepto de globalización es hoy muy diverso, habiendo surgido en los últimos años opiniones negativas como consecuencia de la creciente percepción que se tiene del fenómeno el cual se aceleró en los últimos diez años. También se tuvo como autor principal de la variable administración estratégica a David (2003) considera que la estrategia realmente es el arte y ciencia para poder formular, implantar y evaluar las decisiones que permiten que una

empresa pueda alcanzar sus objetivos. Finalmente, se tuvo a Eslava (2003) con la variable Rentabilidad, quien relaciona el concepto mediante dos dimensiones la Rentabilidad Económica y por otro la Rentabilidad Financiera.

II. Método

2.1 Tipo y Diseño de investigación

Tipo de estudio

Esta investigación es de tipo aplicada pues como dicen Hernández, Fernández y Baptista (2014) pues se utilizan teorías que previamente han sido formuladas y probadas. Es de nivel descriptiva porque como dice Namakforoosh (2000) la investigación es descriptiva cuando se quiere describir las características de ciertos grupos, calcular la proporción de gente en una población con ciertas características, y pronosticar. (p.91) Además es correlacional porque como dice Bernal (2006) quien dice que la investigación de nivel correlacional tiene como propósito mostrar la relación entre variables o resultados entre ellas, mas no con la intención de explicar que una sea la causa de la otra o viceversa. Siendo una investigación de tipo aplicada y de nivel descriptiva correlacional lo que se quiere determinar es la relación existente entre estas importantes variables que podrían estar definiendo la situación de las pequeñas empresas, en otras palabras, el objetivo es poder identificar el grado de asociación de las variables en estudio y demostrar la importancia que deben dar las pequeñas empresas a aspectos como son las estrategias y la rentabilidad frente a amenazas como es la globalización. Por otro lado, es de diseño no experimental, de corte transversal con un enfoque cuantitativo.

La población de pequeñas empresas en el distrito de San Juan de Lurigancho es un dato obtenido mediante la data proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática llegando a un total de 4,400 pequeñas empresas. De ese total y mediante la fórmula de Ochoa (2013) se definió la muestra llegando a un total 134 los que fueron encuestados a través de sus propietarios o personal ejecutivo responsable de la gestión.

El nivel de confiabilidad se midió mediante el Alfa de Cronbach resultando para la variable globalización 0,711, para el caso de la variable administración estratégica el resultado fue 0,933 y para la variable rentabilidad alcanzo 0,897.

III. Resultados

Análisis descriptivo bivariada

Tabla 1

Tabla cruzada entre las variables globalización y administración estratégica

Tabla cruzada Globalización*Administración estratégica

% del total

		Administración Estratégica			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Globalización	Bajo	11,9%	17,9%		29,9%
	Medio	2,2%	22,4%	20,9%	45,5%
	Alto			24,6%	24,6%
Total		14,2%	40,3%	45,5%	100,0%

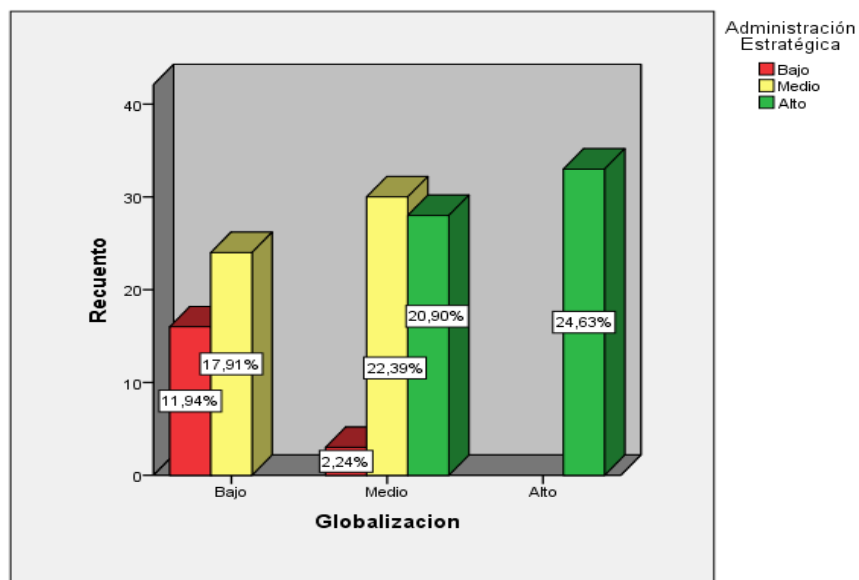


Figura 1. Histograma del cruce de variables globalización y administración estratégica.

Nota. De acuerdo a la tabla 1 y la figura 1, del 100% de los encuestados, el 24,63% manifestó que el cruce de las variables globalización y administración estratégica resulto en un nivel alto; el 22,39% manifestó que en el cruce de las variables globalización y administración estratégica resulto en un nivel medio; sin embargo, el 11,94% manifestó que en el cruce de las variables globalización y administración estratégica resulto en un nivel bajo. Es importante señalar que el 20,90% manifestó que cuando la variable globalización está a nivel medio, la variable administración estratégica alcanza el nivel alto. También, el 17,91% considero que cuando la

variable globalización está a nivel bajo, la variable administración estratégica alcanzo el nivel medio. Por último, el 2,24% manifestó que cuando la variable globalización alcanzo nivel medio, la variable administración estratégica resulto en un nivel bajo.

Tabla 2

Tabla cruzada entre las variables globalización y rentabilidad

Tabla cruzada Globalización*Rentabilidad

% del total		Rentabilidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Globalización	Bajo	15,7%	11,9%	2,2%	29,9%
	Medio	6,0%	29,1%	10,4%	45,5%
	Alto		9,0%	15,7%	24,6%
Total		21,6%	50,0%	28,4%	100,0%

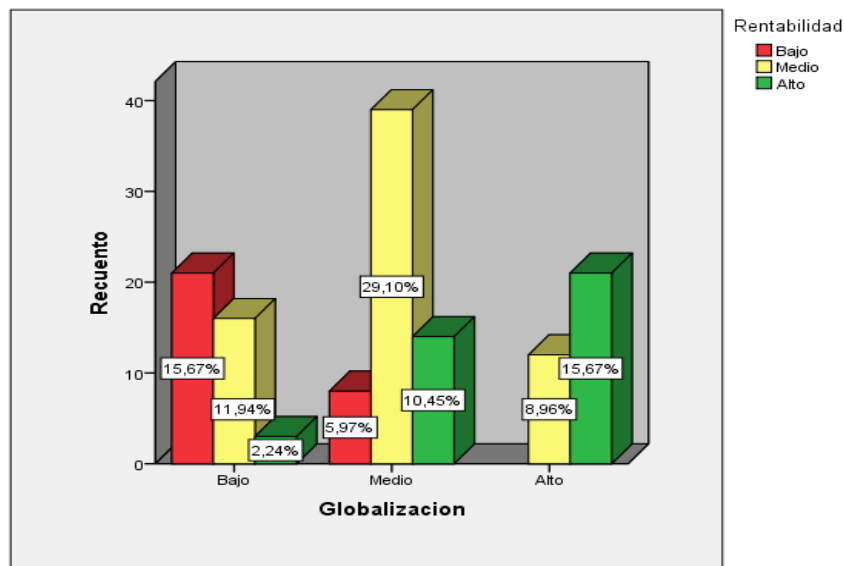


Figura 2. Histograma del cruce de variables globalización y rentabilidad.

Nota. De acuerdo a la tabla 2 y la figura 2, del 100% de los encuestados, el 29,10% manifestó que el cruce de las variables globalización y rentabilidad, resulto en un nivel medio; el 15,67% manifestó que en el cruce de las variables globalización y rentabilidad, resulto en un nivel alto; sin embargo, el 15,67% manifestó que en el cruce de las variables globalización y rentabilidad, resulto en un nivel bajo. Es importante señalar que el 11,94% manifestó que cuando la variable globalización está a nivel bajo, la variable rentabilidad, alcanza el nivel medio. También, el 10,45% considero que cuando la variable globalización está a nivel medio, la rentabilidad alcanzo el nivel alto. El 8,96% manifestó que cuando la variable globalización alcanzo nivel

alto, la rentabilidad resulto en un nivel medio. El 6% manifestó que cuando la variable globalización alcanzo el nivel medio, la rentabilidad alcanzo el nivel bajo. El 2,24% manifestó que cuando la variable globalización alcanzó el nivel de bajo, la rentabilidad alcanzó en nivel alto.

Prueba de hipótesis general.

Hipótesis estadística.

- H₀ No existe relación significativa entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.
- H_a Existe relación significativa entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de SJL, 2019.

Tabla 3

Prueba de hipótesis general

		Correlaciones		
		Globalización	Administración Estratégica	Rentabilidad
Globalización	Coeficiente de correlación	1,000	,754**	,566**
	Sig. (bilateral)	.	,000	,000
	N	134	134	134
Rho de Spearman Administración Estratégica	Coeficiente de correlación	,754**	1,000	,503**
	Sig. (bilateral)	,000	.	,000
	N	134	134	134
Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,566**	,503**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	,000	.
	N	134	134	134

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. En la tabla 3, se encontró que la relación entre las variables globalización y administración estratégica es significativa al nivel de 0,754 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor injerencia del fenómeno de la globalización mayor será la exigencia de ejecutar la administración estratégica, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. También se demostró que la relación entre las variables globalización y rentabilidad es significativa al nivel de 0,566 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe

correlación positiva considerable entre las variables de estudio, manifestando una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor injerencia del fenómeno de la globalización mayor será la rentabilidad, en beneficio de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho.

Primera decisión. De acuerdo al Sig. (Bilateral)=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva considerable entre las variables globalización y administración estratégica, coalición que beneficiaría a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho.

Segunda decisión. De acuerdo al Sig. (Bilateral)=0.000<0,05 indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva considerable entre las variables globalización y la rentabilidad, resultado que beneficiaría a las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho.

IV. Discusión

En relación a la hipótesis general planteada, es decir, si existe o no relación significativa entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de San Juan Lurigancho, los resultados obtenidos dejan evidencia de que si existe correlación entre las variables. En el caso de globalización y la administración estratégica la correlación es significativa al nivel de 0,754 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable. En el caso de la variable globalización y rentabilidad es significativa al nivel de 0,566 positivo; por lo tanto, se puede inducir también que existe correlación positiva considerable. En ambos casos se puede deducir que la relación es directamente proporcional; por lo tanto, a mayor injerencia del fenómeno de la globalización mayor será la exigencia de ejecutar la administración estratégica y mayor será la rentabilidad. Estos resultados son similares por lo expuesto por Milla (2016) quien en su investigación tuvo como objetivo general determinar cómo la globalización incide en la gestión de las medianas y pequeñas empresas de confecciones de ropa en San Juan de Lurigancho – Lima, hallando que

el 85% de los encuestados consideraban que la globalización si influía en la gestión de las pequeñas y medianas empresas y al mismo tiempo el 70% opinaba que era necesario contar con un plan de negocios de forma tal de poder contar con una proyección sistemática de sus negocios que les permita dirigir adecuadamente, evaluar y corregir; de igual modo, Gago. (2014) en su investigación que tuvo como objetivo general determinar el impacto de la globalización, en las estrategias de gestión financiera de las cooperativas, pudo identificar que el 95% de los encuestados consideraron que la globalización si impacta en la organización de diversas formas y que no estaban preparados para dicha situación.

V. Conclusiones

Desde que se inició los trabajos para desarrollar esta investigación el objetivo fue demostrar como el fenómeno denominado globalización está relacionada con las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, y de cómo estas empresas deberán gestionarse estratégicamente para mantener niveles adecuados de rentabilidad que les permita mantenerse en el tiempo. La globalización trae a los mercados locales una mayor exigencia competitiva desde el exterior, lo que demanda que las empresas locales en especial las pequeñas empresas – materia de esta investigación- asuman medidas de largo plazo que les permitan enfrentarlas.

En ese entendido es que se plantea como Objetivo General, determinar la relación que existe entre la globalización, la administración estratégica y la rentabilidad de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. Los resultados demuestran que entre las variables globalización y administración estratégica existe una correlación significativa al nivel de 0,754 positivo, medido mediante el coeficiente estadístico de correlación Spearman y teniendo un nivel de significancia de Sig.: 0.000. Asimismo, también quedo demostrado que la relación entre las variables globalización y rentabilidad también es significativa al nivel de 0,566 positivo; medido por coeficiente estadístico de correlación Spearman y teniendo un nivel de significancia de Sig.: 0.000. Por lo que se rechazó en ambos casos las hipótesis nulas y se aceptó las hipótesis alternas. En consecuencia queda demostrado que la globalización tiene injerencia en la gestión de las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, y al igual que en muchos otros casos como esa injerencia puede ser favorable o no; razón inobjetable que debe

poner en alerta a nuestras pequeñas empresas a tomar medidas estratégicas y financieras en salvaguarda de su continuidad y rentabilidad, evitando pasar a formar parte de las miles de empresas nacionales que año tras año se dan de baja y forman parte de la data proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática.

VI. Recomendaciones

Respecto al Objetivo General

Las pequeñas empresas deberán:

- Estar preparadas y adecuarse a los cambios que obliga un mercado cada vez más competitivo, y donde sus propietarios o accionistas deben organizarse responsablemente para superar las debilidades o amenazas que puedan estar afectándolos.
- Implementar planes estratégicos. Las empresas que no lo tengan deberán formularlos, y los que si deberán ponerlos en práctica haciéndoles seguimiento.
- El concepto de Innovación debe ser incorporado en la gestión de las pequeñas empresas.

El Estado debe:

- Crear centros de negocios a cargo de COFIDE y municipios que direccionen a las pequeñas empresas organizadas en la expansión de nuevos mercados.
- Generar información estadística para los diversos sectores de las pequeñas empresas.
- Cumplir respecto a su rol promotor en salvaguarda de las pequeñas empresas.

Referencias

- Arribas, I., Pérez, F., Choren, P., Fernández, A. y Tortosa, E. (2010) en su libro *La medición de la integración comercial en una economía globalizada*. Bilbao, España: Fundación BBVA
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. 2da edición. México: Pearson Educación de México S.A.
- David, Fred (2003) *Conceptos de Administración Estratégica*. (9na edición). México. Pearson Educación de México S.A.
- Eslava, J. (2003) Análisis Económico-Financiero de Las Decisiones de Gestión Empresarial. Madrid: España. ESIC Editorial
- Eslava, J. (2016). La rentabilidad: análisis de costes y resultados. , ESIC Editorial
- Hernández, B. (2001) Técnicas estadísticas de investigación social. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Namakforoosh, M. (2000) Metodología de la investigación. 2da edición. México: Editorial Limusa.
- Perea, J. y Rivas L. (2007) Estrategias competitivas para los productores cafetaleros de la región de Córdoba, Veracruz, frente al mercado mundial. *Contaduría y Administración*, N°224, 9-33.
- Tarapuez, E., Guzmán, B., & Parra, R. (2016). Estrategia e innovación en las Mipymes colombianas ganadoras del premio Innova 2010-2013. *Estudios Gerenciales*, 32(139), 170-180.

Yo, Teresa Narváez Aranibar, docente de la Facultad de la Escuela de Posgrado del Programa de Doctorado en Administración de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Este, S.J.L. asesora de la tesis titulada: "Globalización, Administración Estratégica y la Rentabilidad en las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, 2019" del estudiante Federico Alfredo Suasnabar Ugarte, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

San Juan de Lurigancho, 10 de enero de 2020



Firma

TERESA NARVAEZ ARANIBAR

DNI: 10122038.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

Globalización, Administración Estratégica y la Rentabilidad en las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Curiguancho, 2019

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctor en Administración

AUTOR:

Mgr. Federico Alfredo Samsolvar Ugarte
(CORCHID: 0000-0002-4976-6782)

ASESORA:

Dra. Teresa Naveez Arambur
(CORCHID: 0000-0002-4996-8933)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LIMA - PERÚ

2020

Federico
Teresa Naveez Arambur



Resumen de coincidencias

23 %

1	repositorio.uco.edu.pe Fuente de Internet	8 %
2	Entregado a Universidad... Trabajo de tesis	7 %
3	cybernetica.unm.edu.ec... Fuente de Internet	1 %
4	www.cedalyo.org Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a Pontificia... Trabajo de tesis	1 %
6	ojo.ambo.com.bo Fuente de Internet	<1 %
7	Entregado a Universidad... Trabajo de tesis	<1 %
8	profesionalia.blogspot... Fuente de Internet	<1 %
9	Entregado a Universidad... Trabajo de tesis	<1 %
10	es.ecol.com Fuente de Internet	<1 %
11	www.thefly.com Fuente de Internet	<1 %
12	tesis-investigaciones... Fuente de Internet	<1 %
13	aprendo.uem.br Fuente de Internet	<1 %

23



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

POSGRADO, MGTR. MIGUEL ÁNGEL PÉREZ PÉREZ

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Mgtr. Federico Alfredo Suasnabar Ugarte

INFORME TÍTULADO:

Globalización, Administración Estratégica y Rentabilidad en las pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho, 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Doctor en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 17/01/2020

NOTA O MENCIÓN: 15



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN