



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**Planeamiento estratégico y competitividad en la rentabilidad financiera de
las micro y pequeñas empresas de Chimbote, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Doctora en Administración**

AUTORA:

Zúñiga Abregú, Romi Rubí (ORCID: 0000-0002-4978-792X)

ASESORA:

Dra. Ponce Yactayo, Dora Lourdes (ORCID: 0000-0001-7823-6839)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo de Herramientas Gerenciales

CHIMBOTE – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedicado especialmente a mi adorado hijo Jacobo, quien a su temprana edad comprende la importancia del esfuerzo para el logro y que con su amor me motiva a seguir adelante.

A mi padre que, por su entrega y dedicación al trabajo, nos enseñó a mí y a mis hermanos la disciplina y perseverancia para lograr nuestros objetivos.

A mi madre quien desde el cielo nos cuida y bendice en todo momento y nos acompaña en cada decisión tomada.

A mis hermanos y hermanas por estar siempre a mi lado y al lado de mi hijo contribuyendo a nuestro bienestar y felicidad.

A mis amigos por su alegría y compañía.

Romi Rubí

Agradecimiento

Sincero agradecimiento a la Universidad César Vallejo de la filial Chimbote por acogerme en sus aulas y brindarme la oportunidad de crecer profesionalmente.

A la Dra. Ponce Yactayo Dora, quien con su valiosa experiencia, sabiduría, cordialidad y excelente metodología nos orientó paso a paso para culminar con éxito el proyecto y el desarrollo de la investigación.

A los doctores quienes revisaron y validaron los instrumentos de mi investigación para su aplicación.

A mis compañeros de aula quienes en el transcurrir de los tres años se han convertido en buenos amigos quienes a través de su experiencia ha sido muy enriquecedor esta experiencia académica.

El autor

Índice de contenidos

| | Pág. |
|---|-----------|
| Carátula | |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos | iv |
| Índice de tablas | v |
| Índice de gráficos y figuras | vii |
| Resumen | viii |
| Abstract | ix |
| Resumo | x |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 6 |
| III. METODOLOGÍA | 27 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 27 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 28 |
| 3.3. Población, muestra y muestreo | 28 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 30 |
| 3.5. Procedimiento | 32 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 32 |
| 3.7. Aspectos éticos | |
| IV. RESULTADOS | 34 |
| V. DISCUSIÓN | 51 |
| VI. CONCLUSIONES | 59 |
| VII. RECOMENDACIONES | 62 |
| VIII. PROPUESTA | 65 |
| REFERENCIAS | 70 |
| ANEXOS | |

Índice de tablas

| | Pág. | |
|----------|---|----|
| Tabla 01 | Distribución de la población de estudio | 29 |
| Tabla 02 | Distribución de la muestra de estudio | 30 |
| Tabla 03 | Juicio de expertos de las variables | 31 |
| Tabla 04 | Confiabilidad de los instrumentos de medición | 32 |
| Tabla 05 | Determinación del ajuste de los datos para el modelo de las variables planeamiento estratégico, competitividad empresarial en la rentabilidad financiera | 37 |
| Tabla 06 | Determinación de la bondad de ajuste del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial en la rentabilidad financiera para el modelo de regresión logística ordinal | 38 |
| Tabla 07 | Presentación de coeficientes del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial influyen en la rentabilidad financiera | 39 |
| Tabla 08 | Pseudo coeficiente de determinación del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial influyen en la rentabilidad financiera | 40 |
| Tabla 09 | Presentación de coeficientes de la formulación de estrategias que influyen en la rentabilidad financiera | 41 |
| Tabla 10 | Pseudo coeficiente de determinación de la formulación de estrategias influye en la rentabilidad financiera | 41 |
| Tabla 11 | Presentación de coeficientes de la implementación de estrategias que influyen en la rentabilidad financiera | 42 |
| Tabla 12 | Pseudo coeficiente de determinación de la implementación de estrategias que influye en la rentabilidad financiera | 43 |
| Tabla 13 | Presentación de coeficientes de la evaluación de estrategias que influyen en la rentabilidad financiera | 43 |
| Tabla 14 | Pseudo coeficiente de determinación de la evaluación de estrategias influye en la rentabilidad financiera | 44 |
| Tabla 15 | Pseudo coeficiente de determinación de la innovación que influye en la rentabilidad financiera | 45 |
| Tabla 16 | Pseudo coeficiente de determinación de la innovación influye en la rentabilidad financiera | 46 |
| Tabla 17 | Pseudo coeficiente de determinación de acceso a mercados que influye en la rentabilidad financiera | 46 |
| Tabla 18 | Pseudo coeficiente de determinación del acceso a mercados influye en la rentabilidad financiera | 47 |
| Tabla 19 | Pseudo coeficiente de determinación de la articulación productiva que influye en la rentabilidad financiera | 47 |
| Tabla 20 | Pseudo coeficiente de determinación de la articulación productiva influye en la rentabilidad financiera | 48 |
| Tabla 21 | Pseudo coeficiente de determinación de la variable de financiamiento que influye en la rentabilidad financiera | 49 |
| Tabla 22 | Pseudo coeficiente de determinación de la variable de financiamiento influye en la rentabilidad financiera | 49 |

| | | |
|----------|--|----|
| Tabla 23 | Actividades programadas para el logro del objetivo 1 | 67 |
| Tabla 24 | Actividades programadas para el logro del objetivo 2 | 68 |
| Tabla 25 | Actividades programadas para el logro del objetivo 3 | 69 |

Índice de gráficos y figuras

| | Pág. | |
|-----------|--|----|
| Figura 01 | Resultado descriptivo de la variable de planeamiento estratégico y sus dimensiones | 34 |
| Figura 02 | Resultado descriptivo de la variable de competitividad empresarial y sus dimensiones | 35 |
| Figura 03 | Resultado descriptivo de la variable de rentabilidad financiera y sus dimensiones | 36 |

Resumen

El desarrollo del estudio tuvo como objetivo general determinar la influencia del planeamiento estratégico en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021. Se seleccionó como muestra a 94 micro y pequeños empresarios. La investigación se realizó con el método científico del paradigma positivista bajo un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental con corte transversal con alcance descriptivo y explicativo (multivariable). Se utilizó el cuestionario para el recojo de la información y tras el análisis de los resultados alcanzados concluyó que el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial, influyen en la rentabilidad financiera, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 50.6% del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las mypes, asimismo los coeficientes de significancia encontrados para el planeamiento estratégico son 0,000 y 0,049 para sus niveles inicio y proceso respectivamente; mientras que el coeficiente de competitividad empresarial es 0,000 y 0,001 para su nivel bajo, frente la rentabilidad financiera con coeficientes de 0,000 y 0,016 para su nivel bajo y regular respectivamente, siendo así el p-valor $<$ al α con un valor de 0,05 con lo cual se rechazó la hipótesis nula.

Palabras clave: Planeamiento estratégico, competitividad empresarial y rentabilidad financiera.

Abstract

The general objective of the study was to determine the influence of strategic planning on the financial profitability of micro and small entrepreneurs in Chimbote, 2021. 94 micro and small entrepreneurs were selected as a sample. The research was found within the scientific method in the positivist paradigm under a quantitative approach, of a non-experimental design with a cross-sectional and descriptive and explanatory scope (multivariate). The questionnaire was used to collect the information and after analyzing the results achieved, it was concluded that strategic planning and intellectual business competitiveness influence financial profitability, since the Pseudo R-squared test showed that the variability of financial profitability depends 50.6% on strategic planning and business competitiveness of micro and small entrepreneurs, likewise the coefficients of significance found for strategic planning are 0.000 and 0.049 for their start and process levels respectively; while the coefficient of business competitiveness is 0.000 and 0.001 for its low level, compared to financial profitability with coefficients of 0.000 and 0.016 for its low and regular level respectively thus being the p-value $< \alpha$ with a value of 0.05 with which the null hypothesis was rejected.

Keywords: Strategic planning, business competitiveness and financial profitability.

Resumo

O objetivo geral do estudo foi determinar a influência do planejamento estratégico na rentabilidade financeira dos micro e pequenos empresários em Chimbote, 2021. 94 micro e pequenos empresários foram selecionados como amostra. A pesquisa foi realizada com o método científico do paradigma positivista sob abordagem quantitativa, com delineamento não experimental de caráter transversal descritivo e explicativo (multivariado). O questionário foi utilizado para coletar as informações e após análise dos resultados alcançados, concluiu-se que o planejamento estratégico e a competitividade empresarial influenciam a rentabilidade financeira, uma vez que o teste Pseudo R-quadrado mostrou que a variabilidade da rentabilidade financeira 50,6% depende do planejamento estratégico e competitividade empresarial do mypes, da mesma forma os coeficientes de significância encontrados para o planejamento estratégico são 0,000 e 0,049 para seus níveis de início e processo, respectivamente; enquanto o coeficiente de competitividade empresarial é de 0,000 e 0,001 para o seu nível baixo, em comparação com a rentabilidade financeira com coeficientes de 0,000 e 0,016 para o seu nível baixo e regular, respectivamente, sendo o p-valor $<\alpha$ com um valor de 0,05 com o qual o nulo hipótese foi rejeitada.

Palavras-chave: Planejamento estratégico, competitividade empresarial e rentabilidade financeira.

I. INTRODUCCIÓN

En el mundo los mercados se internacionalizaron hace más de medio siglo, desde entonces los países y las empresas compiten por alcanzar rentabilidad en un mercado arduamente competitivo y globalizado. Estos sucesos exigen a las empresas a ser flexibles en su estructura organizacional, facilidad que tienen las micro y pequeñas empresas (mypes) que por su menor tamaño se adaptan a variaciones en la economía y a cambios en los patrones de demanda, adoptan nuevas tecnologías e innovar en sus procesos; factores que se orientan a incrementar su competitividad. Lo que significó que se encuentran en constante adaptación enfrentándose a aspectos políticos, legales, crediticios y otros. Existiendo la necesidad de innovar, ser más eficientes y competitivas, incluyendo cambios que modifiquen sus actividades y logren niveles de eficiencia en su producción para crecer y ampliar su cambio de acción a nuevos mercados, cumpliendo su propósito de creación de valor y rentabilidad económica, de esta manera impulsar a las empresas a satisfacer las necesidades de los clientes para incrementar su productividad comprendiendo las fuerzas del entorno.

Actualmente el mundo está inmerso en una pandemia, esta situación ha generado un perjuicio enorme a la economía nacional e internacional y ha dañado a todos los niveles de empresas en especial a las mypes. Las actividades económicas más afectadas fueron los hoteles, alojamiento y las empresas de agencias de viajes, al inicio de la pandemia fueron también los restaurantes. Frente a esta crisis los gobiernos buscan respaldar a las y los microempresarios adoptando medidas económicas como el apalancamiento de sus deudas por impuestos, créditos entre otros. En el caso de créditos, el gobierno peruano a través de su programa Fondo de Apoyo Empresarial a las MYPE (FAE MYPE) garantizó el financiamiento destinado para capital de trabajo, permitiéndoles a las mypes poder afrontar diversas complicaciones económicas que fueron generados por el estado de emergencia.

El rol que las mypes desempeñan es de relevancia para el desarrollo de la economía en todos los países del mundo por lo que es reconocida su significancia desde hace mucho tiempo. Estas unidades económicas comprenden más del 99% de la población empresarial en el Perú, generando aproximadamente 85% del total

de puestos de trabajo y aportan cerca del 40% del PBI, es ahí que radica la importancia para que el Estado mantenga el apoyo permanente a este grupo empresarial mientras dure la pandemia del COVID – 19 (Diario El Peruano, 2020; OECE, 2019).

Las mypes muy probablemente no cuenten con un plan estratégico, pero operan en base a un pensamiento estratégico de sus fundadores que buscan incrementar su patrimonio y rentabilidad (Araya, 2017). Asimismo, la competitividad depende de muchos factores que encaja en los términos de la productividad, en ese escenario es trascendental las medidas que implementen los gobiernos para contribuir a que estas empresas sean más competitivas a través de una gestión estratégica, ese ejercicio se puede medir por medio de razones que miden la rentabilidad económica y financiera.

En los últimos veinte años el Perú ha crecido económicamente, asimismo se han creado un alto número de micro y pequeñas que contribuyen a nuestra economía peruana por el empleo que genera, por el dinamismo económico y por el aporte al desarrollo local y regional. En el Perú las políticas públicas con las que cuenta las mypes para su promoción e impulso productivo son insuficientes, asimismo del mismo modo los lineamientos aún muy básicos para formular propuestas de desarrollo que puedan generar ventajas específicas que benefician a este importante sector. Las normas legales establecen que una microempresa es aquella que registren ventas anuales hasta 150 UIT anual (valor de la UIT S/ 4.400), una pequeña empresa ventas entre 150 UIT HASTA 1.700 UIT (Sunat, 2021).

Del total de la población de empresas el 96.04% son microempresas, 3,44% son pequeñas empresas. En los últimos cinco años las empresas formales ha incrementado en un 8.4%, sin embargo, perdura un alto porcentaje de empresas informales no inscritas en Sunat que representa el 36.9%. Asimismo, las micro y pequeñas empresas que acceden al sistema financiero representan el 49,4% y 41,5% (Ministerio de Producción, 2021). En el Perú es indiscutible la importancia que tienen las mypes, tanto por lo que inyecta a la economía, como por su capacidad de generación de empleo. En el año 2020 el 75,3% de los trabajadores del país laboraron en pequeñas empresas y micro empresas (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI)., así también en año 2019 aportaron el 19.3% del Producto Bruto Interno (PBI), (Encuesta nacional de hogares – ENAHO). Por otro

lado, en el análisis del comportamiento de la población ocupada del periodo 2020 comparado con el 2019, en la costa centro el empleo disminuyó en un 20.7% equivalente a 1 millón 352 mil 800 empleos por causas de la pandemia, según el INEI.

Dada la crisis de la pandemia por las que atravesaron las empresas en general, en el departamento de Ancash producto de estas dificultades, el alta de empresas disminuyó en un 25.1% en el tercer periodo del 2020, en comparación al 2019 según el informe técnico N° 2 (INEI, 2020).

Cerca del 50% de mypes clausuran sus antes de los tres años de operación, según la información brindada por la consultora “Kolau” de marketing digital en el diario de circulación nacional PERU 21, en este escenario analizamos que si bien las mypes son emprendimientos que se inician con una gran proyección de crecimiento es en el ejercicio de sus operaciones que se encuentran con barreras estructurales. En el departamento de Ancash, en el diagnóstico productivo regional presentado por el Ministerio de Producción las mypes son las que dan el soporte a la economía de Áncash y así lo demuestran sus más de 68 mil negocios registrados pre COVID (55, 159 empresas en alta en el 2020). De ese total, el 85% se dedica al comercio y servicios, 6.2% representa al sector manufactura y el 6% construcción, 1.4% Agropecuario, 0.7% Minería, 0.4% otros. Existe amplias brechas en los sectores económicos ya que existe disparidad en ingresos de familias que se refleja pobreza y esa pobreza está relacionada al desempleo, por lo tanto, es imperativo reconocer la existencia, necesidad e importancia de las mypes en nuestra localidad de Chimbote y más aun debidamente formalizadas y competitivas.

De la problemática citada en el párrafo anterior, se hizo necesario conocer la influencia del planeamiento estratégico y la competitividad para alcanzar la rentabilidad financiera de las mypes ya que son de gran impacto en la generación de empleo en el distrito de Chimbote. En ese sentido, se formuló el problema general: ¿Cómo el planeamiento estratégico y la competitividad influyen en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas de Chimbote, 2021? y sus problemas específicos. 1) ¿Cómo la formulación de estrategias influyen en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas?, 2) ¿Cómo la implementación de estrategias influyen en la rentabilidad financiera de las micro y

pequeñas empresas?, 3) ¿Cómo la evaluación de estrategias influyen en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas?, 4) ¿Cómo la innovación influyen en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas?, 5) ¿Cómo el acceso a mercados influyen en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas?, 6) ¿Cómo las articulaciones productivas influyen en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas?, 7) ¿Cómo el financiamiento influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas?.

La investigación se justificó en lo teórico por el aporte en la propuesta de la investigación, procedente de las teorías revisadas para mejorar la gestión empresarial de las mypes, basado en un enfoque estratégico que permite formular estrategias con el reconocimiento del contexto en el que se encuentra cada empresa para lograr sus objetivos, ello sustentado en la teoría planteada por David (2003), que consideró a la herramienta de planeamiento estratégico como la guía para el logro de objetivos de toda empresa. Del mismo modo el aporte que hace este estudio es poner de conocimiento los factores que intervienen en la competitividad de las mypes, como son la innovación, acceso a mercados, articulación productiva y financiamiento, con lo cual las mypes podrán hacer frente a los grandes competidores y los desafíos y retos que el mercado les presente. Por otro lado, se propuso que las mypes deben analizar esencialmente tres ratios financieras del sistema denominado "Dupont", que permite medir y controlar la gestión, determinando el rumbo que va teniendo la empresa a través del uso eficiente de sus activos, su capital de trabajo y el multiplicador de capital lo que permitirá a la empresa ser más eficientes y consecuentemente más rentables.

Se Justificó en lo práctico, porque las mypes son unidades de negocio que aportan aproximadamente el 40% al PBI, por concentrar la mayor fuerza laboral en la generación de empleo, 75% en todo el Perú ya que significa una alternativa de superación ante algunos problemas socioeconómicos, como son: la falta de empleo y los altos índices de pobreza, sumado a ello la situación de pandemia por la que atravesó el país. Por lo tanto, se pretende con esta investigación fortalecer las capacidades y estructuras organizativas beneficiando a los micro y pequeños empresarios, que aportan al desarrollo social y económico del país, así también las mypes formales y las que se tecnifican obtienen mayores oportunidades de

crecimiento lo cual son un ejemplo e invitación a aquellas se operan dentro del campo de la informalidad para obtener mayores beneficios.

En la Justificación metodológica, se resalta su importancia puesto que actualmente no existe investigación multivariable a nivel doctoral que concierne a las variables de esta investigación en el contexto del sector mype.

El objetivo general que se planteó fue: Determinar de qué manera influye el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial en la rentabilidad financiera de las mypes de Chimbote, 2021. Siendo los objetivos específicos, los siguientes: 1) Determinar cómo la formulación de estrategias influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas, 2) Determinar cómo la implementación de estrategias influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas, 3) Determinar cómo la evaluación de estrategias influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas, 4) Determinar cómo innovación influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas. 5) Determinar cómo el acceso a mercados influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas. 6) Determinar cómo la articulación productiva influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas. 7) Determinar cómo el financiamiento influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas.

Según lo descrito en el objetivo de la investigación, la hipótesis de la investigación: El planeamiento estratégico y la competitividad empresarial influyen en la rentabilidad financiera de las mypes de Chimbote, 2021. Por lo tanto, las hipótesis específicas serían las siguientes: 1) La formulación de estrategias influyen en rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas., 2) La implementación de estrategias influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas., 3) La evaluación de estrategias influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas., 4) La innovación influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas., 5) El acceso a mercados influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas., 6) La articulación productiva influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas. 7) El financiamiento influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas.

II. MARCO TEÓRICO

Para la investigación se elaboró un cimiento epistemológico para conocer el origen de la terminología de las variables. El término estrategia proviene del latín *strategia* que se crea de la unión de dos términos de origen griego: *stratos* que significa ejército y *agein* que significa guía o conductor según la Real Academia. Krieguer, Felcman, Larocca (2014), mencionaron que estrategia tiene su origen en las disciplinas bélicas de conflicto armado para la conquista de áreas geográficas, del análisis y del pensamiento futurista; del mismo modo en los siglos XVIII y XIX en plena revolución industrial, los emprendedores y empresarios empezaron a reflexionar estratégicamente pues comprometían capitales y realizaban inversiones.

En aquellos tiempos los generales no sólo tenían que hacer planes, también tenían que actuar. Stoner, Freeman y Gilbert (1996) analizan y comentan que, para los griegos, la definición de estrategia incluía tanto un componente de planificación, como un componente de decisión y acción. En efecto, estas dos ideas constituyen la base del plan estratégico "general". Ya después el término se empezó a usar comúnmente por la década de 1960. Para ese entonces se creía que la herramienta de planeación estratégica era la solución a los problemas de las organizaciones y la mayor parte del entorno empresarial de Estados Unidos estaba "obsesionado" con la planeación estratégica.

En 1960 Alfred Chandler publica su libro "Strategy and Structure" para Chandler la estrategia se explica como una visión de los objetivos de las empresas a largo plazo y la factibilidad de recursos y acciones para llegar a ellos (Guedes, Walte y Dos Santos, 2017). Después de ese apogeo por los años de 1980 el concepto dejó de emplearse al no presentarse los rendimientos que se esperaba. Sin embargo, por los años de 1990 se dio el resurgimiento de la planeación estratégica aplicándose su proceso de manera más amplia. En esos tiempos era predominante el proceso de dirección y planeación a nivel operativo centrándose en la gestión de las áreas específicas, dando solución puramente a problemas a corto y mediano plazo.

Para conocer el origen del término de la competitividad desglosaremos su terminología; la competencia involucra un proceso de interacción de empresas en el mercado, dirigido a la fabricación de bienes y oferta de servicios para la obtención

de dividendos. Contrastando el concepto de competencia y competitividad, podemos encontrar una delgada afinidad entre ambas. En esa razón a inicios de los años 80, cuando se hace presente la palabra “competitividad”, en España en un diccionario de economía consideraba al término competitividad como uno que estaba de moda, ya que se empezaba a usar comúnmente en el mundo empresarial, al cual al traducirse del inglés “competitiveness”, cuyo significado era “capacidad para competir”, incluyendo un cúmulo de condiciones y habilidades necesarias para el ejercicio de la competencia (Muller, 1995 y CEPAL, 2013). Es así, que la competencia sería producto de un resultado de la competitividad, quedando así el concepto. En otro aspecto también en 1980, Estados Unidos se encontraba en una crisis, los continuos choques del petróleo y el crecimiento de Japón a potencia económica presionaban a la industria americana y a Europa, lo que conllevó a alcanzar la competitividad a toda costa; es en este escenario que Michael Porter estudia el fenómeno de la competitividad y construye sus primeras ideas que son de gran influencia en el sector empresarial.

Porter (2008) en su libro *Estrategia Competitiva*, explica que las empresas ponen en práctica estrategias que explícitas e implícitas. Es cierto que el origen del concepto de competitividad de un país data de varios siglos atrás e incluso con las teorías del comercio, así también Porter en sus escrituras sobre ventaja competitiva de las naciones plantea e identifica los cambios en el entorno y la inconsistencia muchas veces de las estrategias genéricas, encontrado la necesidad de establecer modelos mucho más dinámicos. Posteriormente el mismo autor afirmó que el enfoque de ventaja competitiva contribuye a que la empresa genere valor a sus clientes superado los costos.

En lo que refiere al origen del término rentabilidad financiera, en el libro *Los Elementos de Euclides*, dedicado a las proporciones, es considerado por Horrigan (1968) la aplicación de los ratios para el análisis de estados financieros, no se propagó hasta mediados del siglo XIX coincidiendo con el final del desarrollo industrial en Estados Unidos. Hubieron hechos que motivaron que se incrementara la necesidad de información económico-financiero: la profesionalización de la gestión empresarial y la importancia adquirida por el sector financiero para evaluar la viabilidad de los créditos a otorgar. Posteriormente se prioriza algunas ratios como el modelo Dupont que fue creado por Donaldson Brown, y aplicado para

analizar las finanzas de la empresa automotriz General Motors. Este tipo de modelación son parte de las razones financieras de rentabilidad, con gran aplicación para la evaluación del desempeño tanto económico como operativo de una empresa. La cualidad y mayor fortaleza de este modelo es la inclusión de los principales indicadores financieros para hallar la eficiencia con la que la empresa está utilizando sus activos, el capital de trabajo y el apalancamiento financiero. (Dang, Zhichuan, Yang, 2018)

La presente investigación se enmarcó dentro de un enfoque cuantitativo y se justificó en el paradigma positivista, el cual tiene como guía al francés Auguste Comte, considerado como el padre del paradigma positivista y de modelo dominante en la investigación. El paradigma positivista es una corriente filosófica que se realiza a través del método científico. Asimismo, se acompaña de modelos hipotéticos – deductivos y emplea métodos cuantitativos y estadísticos. Del mismo modo la persona quien busca y encuentra conocimientos a través del uso de sus sentidos accediendo a la realidad, además se complementa con el uso de instrumentos y la aplicación de la razón lo que servirá para la comprobación (Parra y Toro 2006).

La investigación siguió el paradigma positivista debido a que el contraste de hipótesis siguió el método hipotético-deductivo, por otro lado, los resultados obtenidos pasaron por un proceso de análisis matemático y los resultados sirvieron para poder ampliarla a las mypes, y la muestra se obtuvo aplicando una fórmula matemática.

Posteriormente se han realizado investigaciones a nivel internacional, mencionamos los siguientes:

Ciro-Gallo (2021), realizó una investigación sobre la evaluación de estrategias al implementar un plan estratégico que conlleve a ser más rentables y competitivas. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, se aplicaron un cuestionario para medir la percepción de la ejecución del proceso de planeamiento estratégico en una escala de muy bajo, bajo, mediano, alto y muy alto. El resultado de la investigación indicó que el 78.6% de las mypes establecieron una estructura jerárquica administrativa es indispensable para garantizar la bases para el proceso de planeación. Una de las conclusiones del estudio fue que la evaluación debe ser

diseñada al modelo de las mypes, asimismo se concluye que los microempresarios carecen de conocimiento de tipo administrativo y gerencial.

Zambrano-Farías, Sánchez-Pacheco, Correa-Soto (2021) investigaron sobre la rentabilidad financiera en las mypes en la provincia de Guayas – Ecuador. Obtuvieron como resultado que los negocios en esa provincia se endeudan financieramente en un 32.2% para adquirir sus activos, lo que indica que el endeudamiento de las microempresas es menor al promedio.

Mulaa (2020) realizó un estudio en el que adoptó una encuesta descriptiva transversal para conocer los resultados en la implementación de la planificación estratégica y el desempeño, encuestando a 84 empresas en Kenia, el estudio utilizó modelos de regresión para probar y especificar su significancia. La investigación conllevó a obtener como una de las conclusiones que los sistemas de planificación estratégica y la implementación de la estrategia conducen a un mejor desempeño de la empresa, por otro lado, los gerentes de las empresas deben asegurar que la estrategia corporativa de empresa sea parte integral de la cultura organizacional

Gavurova, Cepel, Belas, y Dvorsky (2020), manifestaron que el proceso de gestión estratégica cambia dependiendo del tamaño de una empresa, así como la plantilla de una estrategia no puede ser estática por mucho tiempo dado el entorno cambiante. Estos hechos motivaron a los investigadores, enfocándose a la percepción en los procesos de gestión estratégica y gestión de riesgos estratégicos en las pymes. En la investigación se remitieron a las pymes una solicitud con cuestionario por correo electrónico, en la segunda fase, las pymes fueron contactadas por teléfono. El cuestionario estaba comprendido por 77 preguntas referentes a características de los encuestados y las pymes y sobre todo sobre la gestión estratégica en pymes que fue el principal propósito de la investigación. A la conclusión que arribaron es que los microempresarios perciben que el éxito depende en gran proporción de una estrategia bien diseñada y de la alta calidad de sus productos. Asimismo, la gestión estratégica tiene como función principal modificar de manera efectiva la misión y el alcance de la empresa a los resultados deseados que brinden prosperidad y crecimiento de la empresa y que una gestión estratégica bien establecida y estructurada mejora la competitividad empresarial.

López y De La Garza (2020) realizaron una investigación respecto a la generación de valor a través de la planeación estratégica en México. Este estudio

la realizaron fundamentando la problemática de este sector, que el 75% de los emprendimientos fracasan necesitando ser impulsados, desarrollando y aplicando una planeación estratégica que les permitan identificar sus fortalezas y debilidades. El diseño de la investigación fue cuantitativo, explicativo, observacional y transversal. El resultado al que conllevó la investigación es que el planeamiento estratégico es un factor influyente en la creación de valor de las microempresas. Del mismo modo se debe fortalecer a las empresas que están en desarrollo, poniendo en práctica herramientas de gestión y administrativas para consolidarse y posicionarse en el mercado y con ello reducir el riesgo de fracasar. Por otro lado, también la microempresa emprendedora debe fortalecer sus capacidades para ofrecer a través de la diferenciación productos y servicios de calidad que se diferencien de la competencia. Existe diferentes perspectivas en el estudio del tema y variados niveles de análisis del aporte de la gestión estratégica (Brundin, Liu y Cyron, 2021).

Vargas, Saavedra, Villegas e Hidalgo (2020), investigaron sobre las determinantes de la competitividad del municipio de Acaxochitlan. La investigación se desarrolló dentro de un marco cuantitativo de tipo descriptivo; con la aplicación de 89 preguntas que permite conocer sobre la percepción de la gerencia respecto al nivel de competencia en relación a sus dimensiones internas, la muestra estuvo representada por 37 pymes. Se concluyó en lo siguiente después del análisis de resultados: el 39% de las empresas alcanzaron un nivel global de competitividad. Así también el 59.38% de las empresas encuestadas son medianamente competitivas y solo el 6.25% son altamente competitivas. Por otro lado, en la materia de planeación estratégica las empresas alcanzaron un 25% de competitividad por la razón que no cuentan con procesos de planeación e implementación de estrategias que guíen en las decisiones de la gerencia. La investigación concluyó que respecto a la competitividad el factor de comercialización alcanzó un 17.96% de competitividad ya que adolecen de un plan del mercado al que se dirigen que les posibilite información acerca de sus competidores, clientes y mecanismos de distribución.

Ngoc, Van, Xuan y Quang (2019) investigó sobre la variación de la rentabilidad de las mypes al dar el paso de la no innovación a la innovación, para ello se obtuvo datos de empresas de 10 provincias en 3 regiones de Vietnan,

abarcando las áreas de fabricación: procesamiento de alimentos, productos de madera, productos metálicos y otros sectores desde el año 2005 al 2015. Al respecto se realizó análisis de regresión utilizando estimaciones de efectos aleatorios y fijos, los resultados arrojaron que los coeficientes estimados indican que las participaciones en actividades innovadoras aumentan significativamente la rentabilidad de la empresa. Concluyendo que las empresas al innovar asumen un riesgo debido al incremento de presupuesto que requieren sin embargo las empresas que optan por innovar registran mayores ingresos de ganancias.

Leyva, Cavazos y Espejel (2018), realizaron una investigación en México de diseño no experimental con enfoque mixto. Se aplicó un cuestionario estructurado, para tal efecto los encuestados tenían que responder su nivel de acuerdo o desacuerdo; se aplicaron las encuestas a 80 negocios del sector comercio y 27 del sector industrial. Se analizaron todos los resultados, se obtuvo con la utilización del modelo de ecuaciones estructurales. La conclusión de los autores en esta investigación fue que la competitividad empresarial debe estar conformado por un equipo dinámico, con mucha adaptabilidad, con manejo de tecnología y muy organizado. Otra conclusión a que llegan es que, los empresarios de las pymes reconocen la necesidad de buscar la excelencia ya que mediante ventajas sostenidas en el mercado se puede alcanzar la competitividad empresarial por lo que es una exigencia para estos tiempos ser gerentes informados con la última tecnología para sus negocios y son conscientes de tener que aplicar planeación estratégica. En consecuencia, también se deduce de la investigación que el valor de la estrategia proviene de la habilidad gerencial, que se requiere para crear una planeación estratégica que contemple lo más efectivo para la pyme.

Arana, Gómez y Andrade (2018), en su investigación de alcance correlacional. La muestra significativa fue de 17 negocios de microempresas que tuvieran como mínimo 10 empleados, al cual se le aplicó a sus respectivos dueños una encuesta de 20 preguntas. Los investigadores llegaron a la conclusión que unas de las estrategias que les brindaba mejores resultados era la oportunidad de generar alianzas estratégicas lo cual les generaba competitividad, asimismo para que sus negocios tuvieran una dirección ascendente debían implementar una planificación y dirección con una visión estratégica.

En la investigación realizada por Escobar, Velandía, Navarro (2017), el diseño de la investigación considerada en función a la información que se procesará fue no experimental transversal descriptivo, con un enfoque racionalista crítico y de paradigma cuantitativo. Del mismo modo, la dimensión de la investigación fue de tipo correlacional porque se utilizó el coeficiente de Pearson (r) para valorar la relación entre el desempeño competitivo de las organizaciones. Por otro lado, en el estudio se determinó que existen 32 cooperativas de las cuales a través de un muestreo probabilístico se ubicó a 30 organizaciones solidarias. Se concluye respecto a la variable de competitividad que la capacidad de respuesta ante las solicitudes del asociado, la participación e involucramiento de los socios en los resultados, el ajuste del servicio enfocado en la calidad, la eficiencia en el empleo de la tecnología, la formación del capital humano, la correcta financiación, la adecuada dimensión, la lealtad de los socios y la estructura de propiedad, se plantean como factores clave del éxito competitivo en las cooperativas de Barranquilla.

Zúñiga (2018), realizó una investigación en la cual tomó como base dos micro y pequeñas empresas (A y B), analizó su nivel de competitividad a través del resultado de sus operaciones en los años 2012 a 2015 lo que les permitió conocer cómo evolucionaron esas utilidades en el 2016. La conclusión a la que llegaron fue que, de acuerdo a la teoría de Porter, liderar en Costes permite competir a través de precios inferiores; para conseguir la empresa tiene que ser eficientemente operativamente y tener una economía de escala. Las pymes comerciales de productos de consumo masivo del Cantón Milagro, estas no cuentan con grandes capitales, sus costos son altos y no forman parte de las economías de escala.

López, Somohano y Martínez (2017), en su investigación en España sobre el efecto de la innovación, como implementación de una estrategia, para la rentabilidad de las mipymes que mediante contextos de crisis como recesión o en proceso de expansión algunas empresas se ven afectadas, producto de los cambios a los que estas sometidos. Una de las conclusiones a las que llegaron fue que las empresas presentan como resultado de su gestión diferencias significativas producto del esfuerzo que realizan en innovar sus procesos y según el ciclo económico. Asimismo, las empresas que invierten en innovación y presentan menor tamaño son las que obtienen mejores resultados en tiempos de recesión.

Mora, Vera y Melgarejo (2015), realizaron una investigación de tipo descriptivo-analítica con diseño de corte transversal. En donde las mipymes en la ciudad de Bogotá fueron registradas en la Cámara de Comercio, 209 micro y pequeñas empresas. Concluye en lo siguiente: existe relación directa y significativa entre la planificación estratégica y las dimensiones de la competitividad en las microempresas de Bogotá. La conclusión es que una adecuada planificación estratégica impactará significativamente y de manera positiva en las demás dimensiones, conllevando a que la empresa logre un mayor nivel de competitividad, lo que se busca es cambios significativos y sostenibles (Stouten, Rousseau y De Cremer, 2018).

A nivel nacional se han encontrado investigaciones a nivel de tesis doctorales, como la de Rosales (2021), la muestra la componía 100 trabajadores. La investigación concluyó que la gerencia y la responsabilidad social empresarial influyen en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar S.A. Caso contrario con la gestión de recurso humano ya que la investigación demostró que no existe en la influencia sobre la rentabilidad de la empresa.

González y Claros (2018), realizaron una investigación no experimental sobre la incidencia del planeamiento estratégico en la gestión empresarial encontrándose que existe un alto grado de incidencia en la dimensión de planificación estratégica con la gestión de la empresa PAKATNAMU, demostrándose relación directa. Asimismo, concluye que dicha herramienta de gestión permite conducir a la empresa de forma metódica.

Cholán (2019), desarrolló la investigación mediante un diseño transversal; para su desarrollo se recopiló información relevante de 116 mypes formales. Las conclusiones a las que llegó el autor fueron, que el 80% de las mypes encuestadas hacen uso de telefonía móvil, mientras que el 72% hacen uso de computadoras para almacenamiento de archivos, datos, registros contables, diseños de la publicidad de la pyme. Asimismo, el 62% de las empresas investigadas acceden a internet, haciendo más uso de las plataformas gratuitas, interconectándose con usuarios a nivel local, nacional e internacional. Del mismo modo, el 60% del personal responsable del manejo de la tecnología de informática y comunicación, sostienen que cuentan con capacidades para su uso. El resultado de la investigación a la que se obtuvo es que solo el 20% de los empresarios recibió

asesoramiento de las entidades públicas y privadas, financiamiento y capacitación vinculado a las TICs.

Romagnoli, Molina y Parrado (2018), investigaron sobre las mejoras para el acceso a mercados aplicando métodos cuantitativos y cualitativos utilizando la regresión multivariada, análisis t-test. Los resultados arrojados fueron que, a través del acceso de las asociaciones, de la conformación de comités locales y fundaciones se pudo acceder a nuevos mercados mejorando su eficiencia económica, se mejoró la participación política de los campesinos y la comercialización.

En la investigación desarrollada por Solis (2018), realizó una investigación cuya muestra fue de 123 empresas formales al que se le aplicaron las encuestas. Luego de analizar los datos generados de acuerdo a la teoría de Porter, liderar con la *estrategia de costes* permite competir a través de precios bajos sin embargo para lograrlo se requiere de grandes capitales para manejar ese sector bajo una economía de escala, por lo tanto, esta estrategia sería inaplicable para el desarrollo empresarial de estos negocios. Por otro lado, la investigación arroja como resultado que sí existe influencia de las estrategias competitivas para lograr el desarrollo empresarial.

Casais (2017), llevó en curso una investigación respecto a la importancia de la articulación productiva, ya que en la medida que exista mayor articulación entre los distintos sectores económicos, las fuentes de crecimiento (inversión, consumo, cambio tecnológico, exportaciones, etc.) impactarán de manera positiva para el desarrollo de sector, por lo contrario, con una estructura económica desarticulada no se alcanzará un crecimiento en alza y sostenible.

Herrera (2019), investigó sobre la relación entre el planeamiento con la inversión de la gestión y la gestión institucional. El enfoque fue cuantitativo, de diseño no experimental, de tipo correlacional, la población fue de 27 mypes a quienes se les empleo dos cuestionarios, para lo cual se concluyó que existe correlación moderada, directa y altamente significativa entre el planeamiento estratégico y la dimensión de inversión de la gestión.

Zurita, Pucutay, Córdova y León (2019), realizaron una investigación en la que se determinó en los resultados fueron que los factores influyentes en la disminución de la rentabilidad es el financiamiento reducido, los costos innecesarios

de mano de obra, exceso de materiales y gastos indirectos. Por lo tanto, unas de las conclusiones a la que se arribó es que las estrategias son instrumentos esenciales para incrementar las ganancias de la empresa. Asimismo, Dau y Cuervo – Cazurra (2014) realizaron una investigación en que a medida que aumenta el espíritu empresarial formal aumenta la actividad económica y crecimiento de la empresa.

En la presente investigación se ha revisado y recopilado a diversos autores que han profundizado en el tema de estudio, a continuación, se presenta alguno de ellos: Torres (2014) hace referencia a Henry Fayol autor de la teoría clásica de la administración quien planteo el proceso administrativo en 1916 como elemento clave para una adecuada administración (planear, organizar, dirigir y controlar), dentro de ese alcance definió la planificación como la acción del presente para disipar la incertidumbre del futuro.

Para Chiavenato (2014) la planeación estratégica consiste en un proceso de formular y ejecutar las estrategias que la organización a través de un análisis ha establecido con el objetivo de incluirla, en base a su misión y en el contexto en el que se encuentra; por su parte Mintzberg (1997), refirió que el planeamiento estratégico es una herramienta que tiene el componente que requiere un proceso de administración para enfrentar situaciones futuras, entrelazada indiscutiblemente en la dirección empresarial. Del mismo modo en (1979) Steiner mencionó la planeación estratégica como el soporte que determina la dirección estratégica.

De manera similar, Stoner, Freeman y Gilbert (1996) mencionaron que la planificación estratégica es un proceso que establece metas y un curso de acción adecuado para alcanzarlas a través de la formulación de estrategias. Molins (1998), la planeación estratégica contempla procedimientos que aseguran el éxito de la organización se aplica en escenarios donde el objeto es de mucha incertidumbre, asimismo refiere que la planificación es imperativa cuando el plan se cumple obligatoriamente y es indicativa cuando sirve como guía para el accionar.

Sainz de Vicuña (2017), la planificación consiste realizar acciones que vayan construyendo en lo queremos que sea nuestra empresa, partiendo de la misión o visión para pasar a definir los objetivos luego desplegarlo en estrategias y finalmente ejecutar las ideas. Por lo tanto, menciona que el estratega debe poseer

un pensamiento estratégico capaz de actuar bajo una lógica de acción que le permita reflexionar.

Abascal (2004), la planificación estratégica es la respuesta hacia la turbulencia del entorno, planteándose como la solución a los constantes cambios del entorno. Estos planes, tienen ciertos caracteres que permiten su tipificación, clasificación y nombramiento, como también se le llama dimensiones los cuales representa puntos de vista de cómo considerar los planes (Amaya, 2005).

Para David (2013), la planeación estratégica consiste en formular estrategias a través de un enfoque sistémico, lógico y racional para la determinación de la estrategia más idónea. Asimismo, está compuesta por las etapas de la formulación, implementación y evaluación de estrategias que deben ser monitoreadas continuamente del mismo modo que las tendencias y los sucesos internos y externos. Estas etapas serán consideradas como las dimensiones a estudiar de la variable de estudio de planeamiento estratégico en la presente investigación, a continuación, explicaremos.

La primera dimensión es la formulación de estrategias, Tarziján (2018) estableció que en esa etapa se debe determinar la visión y misión de la empresa, Es así que el proceso de formulación estratégica pasa por tres etapas: la formulación de la misión y visión estratégica, la misión describe la razón de ser de la empresa vinculadas con los objetivos, clientes y necesidades que se desea satisfacer. La visión define la posición que desea estar la empresa en el futuro en áreas como ventas, satisfacción del cliente y contribución a la sociedad, la segunda es la elección del camino de acción, es determinar qué acciones y actividades se realizarán; y el tercero son los resultados, es decir cómo obtener un resultado superior y cómo lo debemos medir.

Ocaña (2012), sobre la formulación de estrategias resalta que en esta etapa se debe elegir la estrategia que la empresa desea emprender para el futuro de la empresa por ende se debe analizar muy bien todos los factores sin considerar apreciaciones ni tomar decisiones apresuradas, en tanto que debe asumir cinco tipos de estrategias, como son las estrategias competitivas y de negocios, de posicionamiento competitivo, de crecimiento, organizacionales y funcionales.

Mintzberg y Brian (1993), en la formulación el análisis debe anteponerse a la acción que emprenda la empresa, se concibe la formulación como las intenciones

estratégicas, pasando a ser estrategia realizada, y si se realiza en relación a las intenciones y hacia su realización se denominará estrategia deliberada, así también si las acciones se cumplen conscientemente de acuerdo a lo formulado la estrategia será emergente.

Ahora desarrollamos la segunda dimensión de la primera variable independiente, la implementación de la estrategia. Las direcciones de las organizaciones muchas veces creen que el proceso estratégico termina cuando se fijan los objetivos debiendo comunicar los objetivos estratégicos a toda la empresa ya que todo el recurso humano es responsable de la implantación. De esta manera Martínez y Milla (2012), refiere que la implementación de la estrategia no siempre es el problema, sino la mala ejecución por lo que el trabajo que se realiza a diario es por el conjunto de trabajadores que llevan la estrategia a la implementación, por lo tanto, la implementación requiere que se adopten controles; la empresa debe coordinar, articular e integrar actividades con sus socios estratégicos, clientes y proveedores. Por su parte Prieto (2018), estableció que la implementación es el proceso que convierte las estrategias en acciones, asegurando de tal manera que se ejecuten los objetivos plasmados en el plan. Los colaboradores de una organización deben ayudar a mejorar los procesos ya que ellos son los que ejecutan los proyectos e iniciativas que requiere la estrategia, en ese sentido, no pueden ayudar a implementar una estrategia si no la conocen o no la comprenden. Genovese y Schmidt (2019) establecen que, a través de la implementación, el rumbo de una organización se ira concretando con las decisiones de estrategias a aplicarse en el presente constituyéndose como un puente entre lo actual y lo futuro.

Respecto a la tercera dimensión que es la evaluación de la estrategia, la OCDE (2021), refiere que la evaluación es fundamental para conocer si la implementación de la estrategia está cumpliendo o si se está cumpliendo el objetivo, asimismo permite contribuir para generar ciclos de retroalimentación y de mejora. El logro de la visión de la organización es la acumulación de los logros de los objetivos estratégicos de igual manera el logro de una actividad es equivalente a la suma de los logros que se obtienen en cada fase y evaluaciones en cada actividad programada durante un año para asegurar el éxito (Amaya, 2005).

Para David (2013) las evaluaciones de las estrategias están comprendidas en la realización de tres actividades esenciales: 1) examinar las bases de la

estrategia de una organización, 2) comparar los resultados que se esperaban contra los reales y 3) efectuar medidas correctivas que garanticen que el nuevo desempeño cumpla con el plan; evaluar las estrategias es importante debido a que las empresas están constantemente en ambientes dinámicos, en el que los factores internos y externos experimentan cambios rápidos y drásticos. La evaluación de las estrategias es una labor complicada y delicada. Se debe hacer mucho énfasis en la evaluación para realizar mejoras y correcciones en las estrategias lo cual puede ser costoso. Cuando los gerentes tratan de realizar evaluaciones a los trabajadores menos control tienen sobre ellos. Por otro lado, cuando se hacen pocas evaluaciones o no se realiza puede generar consecuencias negativas, por lo tanto, esta etapa es importante porque permite comprobar que se están logrando los objetivos.

Ahora describiremos la competitividad como segunda variable (X_2). Bermeo (2018) se enfoca en la competitividad empresarial basando su tesis que la dotación e interacción de recursos, capacidades y competencias distintivas siendo la fuente de ventajas competitivas que se haya en su forma de realizar sus operaciones. Asimismo, sustenta la tesis que un país es competitivo en tanto que sus empresas también lo son.

La OCDE (2012), formuló el concepto de competitividad estructural como resultado de una gestión exitosa, considerando también la fortaleza y eficiencia de la estructura de producción nacional, las tendencias en la tasa, la infraestructura técnica y estructura de la inversión entre otros factores sobre las que las empresas se apoyan; por lo tanto, define la competitividad como el conjunto de políticas y factores que van a permitir alcanzar un nivel de productividad en las empresas, sectores y países. En consecuencia, la OCDE destaca algunas reformas que debe implementarse para alcanzar la competitividad, mejorar el mercado único, incrementar la competencia, apoyar la innovación, invertir en el talento humano, replantear el sistema tributario para promover el crecimiento. Para que las reformas sean exitosas e impacten hacia un alto nivel de competitividad, la economía política de un país es fundamental, por ello es sumamente importante que los gobernantes consideren los diseños estructurales para que las empresas alcancen su desarrollo y crecimiento en mercados locales e internacionales.

Para Porter (1990) la competitividad es un tema que ha estudiado ampliamente y fue el primero en definirla como el planteamiento de una estrategia que le permite obtener un retorno sobre la inversión incrementando sostenidamente su valor. De tal manera que la competitividad está determinada por la productividad convirtiéndose en capacidades que tiene la empresa desarrolladas a través de un proceso de desarrollo estratégico. A través de la implementación de técnicas, tecnologías y desarrollo de aptitudes o habilidades, las empresas puedan lograr calidad a nivel internacional. Las pequeñas empresas deben hacer uso de herramientas de administración como la planeación estratégica, la cultura de calidad total, la innovación, la calidad en el servicio, liderazgo en costos, análisis y medición de valor, trabajo en equipo valores de la empresa, entre otros; acciones fundamentales que sirven de base a una pequeña empresa que busca la competitividad y conlleva la productividad de la misma. Porter (2015) también hace referencia a la competitividad al plantear estrategias que permiten obtener una ventaja competitiva, que puede ser por costos bajos o diferenciación por lo cual, toda fortaleza o debilidad siempre estará relacionada a un costo o a la diferenciación; identificándose la ventaja a través de una cadena de valor, valor que es identificado por los consumidores para adquirir un producto o servicio. De otro lado, Porter determina cinco fuerzas que puede ayudar a la empresa a entender la estructura del sector en el que está inmerso y en el que compite y construir un posicionamiento que se le sea más cómodo en cuanto a rentabilidad y vulnerabilidad, frente a ataques de sus competidores, por lo que es esencial moldearlas para el propio beneficio de la empresa.

La Comisión Económica de América Latina, CEPAL (2013) la define como la capacidad que tiene una empresa de plantear estrategias competitivas que le permitan aumentar la participación del mercado a un ritmo sostenible. Frente a esta situación el sector privado reconoce áreas específicas de políticas de apoyo para alcanzar niveles de productividad con factores dominados o no por las empresas, desde el fortalecimiento de capacidades del talento humano y los procesos de gestión, hasta las políticas públicas, la infraestructura y las particularidades de la demanda y la oferta. En la microeconomía se alcanza la competitividad mediante políticas de modernización de la empresa en lo relativo a tecnología, equipos, organización y relaciones laborales. Al respecto, el sector privado identifica cuatro

campos prioritarios de políticas de apoyo que, unidas entre sí, lo que permitiría enfrentar las brechas de productividad y reducirlas para equiparar entre los diferentes agentes para ser competitivos: a) innovación, para el fortalecimiento de capacidades productivas y gerenciales, b) acceso a mercados, c) articulación productiva y la cooperación empresarial, 4) acceso a financiamiento.

Dentro del estudio de la variable competitividad empresarial desarrollaremos las dimensiones que plantea CEPAL en contribución al desarrollo económico y social sustentable las que son: la innovación, el acceso a mercados y oportunidades de negocio, la articulación productiva y el acceso al financiamiento.

Schumpeter (1989) ha influido grandemente en las teorías de innovación, siendo el autor de la teoría del desarrollo económico y conocido por “crear destruyendo”, determina que la innovación es el eje del desarrollo que mueve la generación del capitalismo y al sistema económico, siendo la causante de la transformación de un cambio en la gestión empresarial, la innovación es la creación de nuevas ideas, desplaza lo viejo y obsoleto generando un proceso que finalmente favorece a la sociedad porque obtiene beneficios a través de un producto o servicio innovador.

El manual de Oslo de la OCDE (2005) estableció que la innovación es un elemento importante para que la producción incremente y la productividad más aún en tiempos de globalizados donde las empresas buscan más información y nuevos mercados. Innovar es introducir cambios que puedan mejorar las utilidades de la empresa, como mejorar los métodos de producción, ampliar una gama de productos o proponer un nuevo conocimiento. Siendo así, la propuesta de innovación está inmersa en las decisiones de inversión de la empresa debido a que acompaña a la estrategia que va optar en un mercado competitivo. Por otro lado, toda innovación debe tener cierto grado de novedad, que sea nuevo, para el mercado, para la empresa y para el mundo dado que el conocimiento trae consigo el dominio de los procesos, productos y mercados clave, constituye la razón de una empresa por lo tanto las decisiones de cómo usar el conocimiento existente y cómo obtener conocimiento nuevo son fundamentales. En cuanto a la innovación en las mypes la financiación es un factor clave para que se efectúe, sin embargo, carecen de fondos por lo que se les dificulta realizar proyectos de innovación. Por lo tanto, la existencia de sistemas adecuados para gestionar el conocimiento puede mejorar

la competitividad y su capacidad innovadora en los cuatro tipos de innovación: de proceso, de producto, organizativa y comercial.

Por su parte Drucker (1997) establece que la innovación no se trata solo de cambios científico-tecnológicos, ni se limite solo a innovaciones tecnológicas, ni a resultados de investigación y desarrollo I+D. El cambio provee la oportunidad a lo nuevo y diferente, para Drucker la innovación sistémica consiste en el análisis sistémico de oportunidades no conformándose con la existente sino por el contrario creando valores nuevos y satisfacciones nuevas y diferentes que les arroje resultados de éxito. Para encaminar una adecuada gestión empresarial para la innovación hay que poner en práctica principios básicos: como la receptividad, el desempeño, la gestión y el plan de acción.

La organización internacional de las maderas tropicales (ITTO) estableció el acceso a nuevos mercados se ha convertido para el mundo en un contexto global en el que la empresa busca naturalmente un espacio donde pueda crecer y expandirse no solo a mercados locales sino también a mercados internacionales. Jerez, García-Mendoza (2010) y Rosendo (2018) indicó que las empresas tienen dentro de sus objetivos en convertirse en empresas globales ya que los límites geográficos no son una barrera, de tal manera que deben comprender factores culturales para ingresar a nuevos mercados.

La OECD (2021) estableció que las unidades de negocio mercantilizan y los gobiernos facilitan la apertura de sus mercados porque económicamente les conviene ejecutarlo. Desde que se dio inicio a la globalización, el comercio y la apertura de nuevos mercados han ido fusionándose cada vez con un mejor desempeño económico, generando nuevas oportunidades para la población trabajadora, consumidores y empresas coadyuvando a millones de personas a alcanzar mejores condiciones de vida. Las economías abiertas en su mayoría crecen más rápido, y las remuneraciones y las condiciones de trabajo son muchas veces mejores en las empresas exportadoras que en las que no lo son. La organización mundial del comercio (OMC, 2019), refiere que los accesos a los mercados establecen condiciones y medidas arancelarias y no arancelarias, acordadas para la entrada de determinadas mercancías a los países que firman acuerdos.

En cuanto a articulación productiva la CEPAL (2007), estableció que los actores locales involucrados en los proyectos de integración productiva entienden las potencialidades de las asociaciones y descubren las diferentes formas para ejecutarse en su propia localidad, permitiendo que se genere un compromiso duradero y a largo plazo, con la promoción de la misma asociatividad y el apoyo que ofrece durante su ejecución, es así que si los involucrados deben estar convencidos de los beneficios que les otorga integrarse.

Alemán (2006) la articulación productiva (AP) se refiere a la asociatividad y la estrategia de integrarse las empresas a nivel mundial. Los países desarrollados promueven este concepto debido al convencimiento de su importancia y usan el concepto en términos de clúster, redes o cadenas productivas, por lo que hablar de articulación productiva puede tener varias interpretaciones según el país donde se emplee.

Porter (2008), en la medida en que los agentes involucrados en los proyectos de articulación entienden las potencialidades de la asociatividad y conozcan las diferentes formas de realizarse en su ciudad o su localidad, es más fácil y probable que se genere un compromiso duradero para con la labor de promoción de la misma para lo cual deben ser capacitados de los beneficios que obtendrán. Una perspectiva a partir del desarrollo de la economía regional y el efecto sobre el presente en el proceso social y económico, siendo uno de sus objetivos ampliar el mercado a través del dinamismo de la competencia. La dinámica de las mypes impulsa el desarrollo de su economía basada en la competitividad basada en clúster.

Respecto al acceso a financiamiento el Instituto Iberoamericano de Mercado de Valores (2017), mencionó que la financiación en las pymes es, indiscutiblemente un factor determinante para la supervivencia de las unidades económicas, que tanto aporta a la economía de un país, es que no solamente recae su importancia en la necesidad esencial en el medio y largo plazo. Las pymes a dos premisas básicas aseguran su funcionamiento en el futuro y conseguir que este se desenvuelva en las mejores condiciones de rentabilidad posibles de tal manera que los negocios se mantengan vigentes en la generación de empleo.

En el Perú la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP - SBS (2020), es el canal tradicional de financiamiento que condiciona y exige a las empresas se

encuentren operen dentro de un marco de formalidad. La financiación de las mypes es un factor clave para el impulso del crecimiento y la competitividad de estas empresas, es por ello que nuestro país debe crear una estructura de financiamiento para incluir a las mypes y puedan acceder capital de trabajo que cubra sus necesidades ya que muchas veces lo solicitado a las entidades financieras no es desembolsado en su totalidad.

Morales (2014), respecto al acceso a financiamiento consideró que dentro de un mercado financiero una de sus funciones principales es la mediación entre la gente que ahorra y la gente que busca el financiamiento de sus proyectos, tanto en lo nacional como internacional, es indispensable para quienes soliciten crédito y financiamiento, tanto en los mercados financieros de su país como del extranjero, que conozcan las condiciones de otorgamiento o los que les resulte más conveniente de cada una de las modalidades existentes de crédito y financiamiento.

El Grupo del Banco Mundial (2021) estableció que acceder a servicios financieros mejora la vida diaria de las familias y las empresas a planificar, desde los objetivos a largo plazo hasta las emergencias imprevistas, como puede ser nuevas inversiones, adquisiciones de maquinaria o simplemente pago de proveedores u otros gastos corrientes. La inclusión al sistema financiero permitirá formalizar microempresas e impulsar su crecimiento, generando a largo plazo mayores y mejores puestos de trabajo. El acceso a servicios financieros impulsa el aumento de la productividad y la rentabilidad de los negocios y, por ende, su crecimiento y del país.

Por último, describiremos la rentabilidad financiera como la variable independiente (Y), ya que es un factor elemental para conocer el rumbo de la empresa a corto y largo plazo. Para De Jaime (2010) estudió el Método Dupont, conocido también como el rendimiento sobre activos totales midiendo la eficiencia de la empresa en la utilización de los recursos relacionando los principales indicadores financieros.

Lawrence (2003), estableció que a la rentabilidad financiera también se conoce como el rendimiento sobre la inversión o por su nomenclatura de ROE en inglés, la cual mide el rendimiento obtenido sobre la inversión de los socios, se calcula dividiendo la utilidad neta después de impuestos sobre el capital contable. El análisis de rentabilidad financiera permitirá a las empresas reducir costo, gastos

e impuestos, incrementar sus ingresos por ventas, fijas inversiones y capital contable. Por otro lado, los indicadores de rentabilidad se complementan en su análisis, siendo revisados en un mismo tiempo para entender si hay disminución, incremento o mejoría en dichos índices.

Mendoza y Ortiz (2016) la rentabilidad financiera permitió conocer el rumbo que va teniendo la empresa, mostrando las ganancias que está generando la inversión que han realizado los inversionistas. El análisis de la rentabilidad financiera permite que la empresa conozca sobre la marcha de sus inversiones. Perez – Carballo (2015), el activo es la inversión que realiza una empresa que incluye todos los bienes para desarrollar una determinada actividad. El financiamiento es lo que utiliza la empresa en un momento dado que incluye todas las deudas con terceros, incluyendo acreedores y accionistas. La rentabilidad financiera se descompone en tres ratios, ratio de margen, ratio de inventario y ratio de apalancamiento, por lo tanto, si se quiere incrementar la rentabilidad financiera se debe incrementar el margen: elevando los precios, incrementar la rotación: aumentar las ventas, reduciendo el activo o ambos, incrementar el financiamiento: aumentar la deuda con la finalidad que la división entre activo y capitales propios sea mayor.

De Jaime (2016) analizó la rentabilidad financiera descomponiéndolo en tres factores: a) ganancias; manejando adecuadamente el margen de utilidad permitiéndole a las empresas ser más rentable sin efectuar un mayor número de ventas por unidades. b) uso eficiente de los activos; se da cuando se obtiene un margen menor en la utilidad sobre el valor de la venta, pero es compensado por la alta rotación. c) multiplicador de capital; corresponde al endeudamiento financiero que consiste en obtener recursos de dos formas, por aporte de socios y préstamos con terceros.

Respecto al margen neto o margen neto de utilidad según Chu (2021) indicó que es un indicador que ayuda a la gerencia a conocer de manera diáfana como se vienen controlando los gastos de la empresa, ya que una reducción de la ganancia neta de un periodo en comparación a otro podría representar una disminución en las ventas. Asimismo, el indicador financiero se obtiene del cálculo de la división de la ganancia neta entre las ventas.

Rodriguez (2017), establecieron al margen neto como la proporción de las utilidades resultado de la eficiencia organizacional, para que los ingresos obtenidos se establezcan como ganancias. Es un indicador que tiene como propósito determinar el rendimiento total organizacional en relación a los recursos, lo que permitirá con esta información la toma de decisiones más acertadas y efectivas.

Arroyo, Vásquez y Villanueva (2020), manifestaron que en las finanzas empresariales se analiza el resultado económico de las decisiones de la empresa. Este cálculo se obtiene al restarle a la utilidad en operaciones el conjunto de gastos financieros e impuestos. La cancelación o capitalización de los dividendos en la política de la empresa, es el resultado del análisis financiero, lo que se origina en la planificación financiera.

En cuanto a la rotación de activos López y Gómez (2018) establecieron que los gerentes financieros y de costos deben tomar decisiones para hacer las empresas más eficientes, decisiones relacionadas a, que materia prima adquirir, que producto producir más, que maquinaria adquirir, cuál debe ser el stock de mercadería entre otros. En tanto que el ratio sobre la rotación de activos, permite conocer a la empresa la buena gestión en el manejo de sus activos para incrementar o disminuir la producción en función a la proyección de ventas.

Meana (2017) refirieron que el control del nivel de stocks y la reposición de los stocks es el equilibrio que la empresa debe mantener debido a que por una parte la empresa debe asegurar el ritmo de su producción y, por otro lado, el mantener una cantidad determinada de activos puede acarrear en altos costos y pérdidas de beneficios económicos. Las pequeñas empresas tratan de mantener en stock los artículos de alta rotación versus los de menor rotación por limitaciones económicas. Por lo que la rotación de activos es un ratio de gestión que evalúa los activos que se convierten en activo disponible en un periodo menor de un año.

Haro de Rosario y Rosario (2017) establecieron que el objetivo de una empresa es maximizar su capital y que por lo tanto la alta rotación de activos le brinda liquidez a una empresa, es decir tener el dinero para pagar sus compromisos a corto plazo ya que transforma los activos en dinero. En resumen, se debe gestionar el activo corriente para crear valor de la empresa garantizando la liquidez de la empresa.

Por otro lado, Bahillo, Pérez y Escribano (2019), determinaron que el apalancamiento financiero incrementa el nivel de la deuda de la empresa, se recurre a ello para hacer inversiones con el propósito que esa inversión otorgue una rentabilidad suficiente para cubrir el costo de la deuda y deje un margen de utilidad.

Ponce, Morejón, Salazar y Sánchez (2019) establecieron que las finanzas son parte de la economía que se encargan de la gestión y la optimización de los flujos de dinero a través de las inversiones para lo cual se requiere muchas veces de apalancamiento financiero, para generar dinero, maximizando el valor de la empresa y asumiendo los compromisos, esta es una alternativa que la mype siempre termina por recurrir para obtener mayores ganancias, ya que con sus recursos propios las utilidades son limitadas.

Muller (2018), el endeudamiento en una empresa se mide por el ratio de endeudamiento, el cual es uno de los mejores indicadores del equilibrio entre fuentes ajenas y propias de financiación. Las empresas para financiar su actividad pueden utilizar recursos propios, que pueden ser aportes de sus socios y recursos ajenos, que son aportados por terceros. El que una empresa elija la mejor opción entre uno y otro tipo de recursos define la política financiera de la empresa, la cual puede medirse a través del denominado ratio de endeudamiento.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

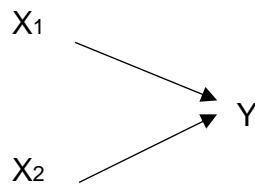
La investigación realizada fue básica, al respecto Sierra (2003), señaló que es de esta tipología cuando la finalidad es mejorar el conocimiento científico en referencia a investigaciones ya realizadas por lo que la nueva investigación aportará a una futura investigación; es por ello que se pretende, a partir de la literatura revisada, adaptar el estudio de las variables al contexto de investigación, específicamente en las microempresas y pequeñas empresas, que en lo posterior servirá de referencia a otros trabajos.

El alcance según Hernández, Fernández y Baptista (2014) fue descriptivo debido a que se narrará la realidad en la cual se presentaron las variables de estudio con sus dimensiones, y explicativo porque buscó describir los niveles de cada una de las variables y luego explicar la influencia de las variables independientes sobre la dependiente. Por otro lado, Hernández y Mendoza (2018) establecieron que, para determinar el tipo de alcance, primero se debe formular el problema de investigación para revisar la literatura y analizar el alcance que tendrá.

Diseño de investigación

El diseño de investigación fue no experimental y según Hernández, et. al. (2014), las variables independientes no son manipuladas intencionalmente, tienen ningún grupo de control, ni tampoco experimental. Hernández-Sampieri y Mendoza (2019) indicaron que en este diseño se observan situaciones existentes en su estado natural y que no son provocadas para la investigación, en la indagación no experimental las variables independientes no se manipulan, no existe control directo sobre las variables y es de corte transversal debido a que se centrará en analizar cuál es el nivel de influencia de las variables independientes en un momento determinado.

El esquema del diseño multivariable de la investigación es el siguiente:



Nota: Hernández y Mendoza (2019).

Dónde:

X₁: Variable independiente: Planeamiento estratégico

X₂: Variable independiente: Competitividad

Y: Variable dependiente: Rentabilidad financiera

3.2. Variables y operacionalización

El estudio presenta como variables:

- ✓ Planeamiento estratégico, variable independiente, cualitativo
- ✓ Competitividad, variable independiente, cualitativo
- ✓ Rentabilidad financiera, variable dependiente, cualitativo

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Hernández – Sampieri (2019), refirió que la población es un conjunto de casos que coinciden con una serie de características y especificaciones, lo que es importante establecer con claridad sus parámetros. La población en el presente estudio estuvo conformada por 125 micro y pequeños empresarios ubicados en el casco urbano de Chimbote del distrito de Chimbote, durante el año 2021.

En la investigación se tomará los siguientes criterios:

Criterio de inclusión

Se incluyó a todas las micro y pequeñas empresas del casco urbano de Chimbote: Jr. Ladislao Espinar, Jr. José Gálvez, Jr, Tumbes, Jr. Manuel Ruiz, Jr. Elías Aguirre, Jr. Manuel Villavicencio, Jr. Leoncio Prado, Av. José Pardo desde la cuadra 7 a la 9.

Criterio de exclusión

Se excluyó las micro y pequeñas empresas ubicadas en Jr. Elías Aguirre, Jr. Manuel Villavicencio, Av. José Pardo desde la cuadra 7 a la 9.

Tabla 1

Distribución de la población de estudio

| Población | Cantidad |
|-------------------|----------|
| Micro empresas | 85 |
| Pequeñas empresas | 40 |
| Total | 125 |

Nota: Cuadro de tipo de empresas – Chimbote, 2021.

Muestra

Hernández – Sampieri (2019) es una fracción de la población interesada en el estudio, para lo cual se tendrá que recabar los datos correspondientes y deberá ser representativa a dicha población. La investigación aplicó la fórmula para unidades finitas, obteniendo 94 micro y pequeñas empresas.

Tabla 2

Distribución de la muestra de estudio

| Muestra | Cantidad | Fh | Muestra estratificada |
|-------------------|----------|-------|--------------------------|
| Micro empresas | 85 | 0.752 | 64 |
| Pequeñas empresas | 40 | 0.752 | 30 |
| Total | 125 | | 94 |

Nota: Cuadro de tipo de empresas – Chimbote, 2021.

Muestreo

El muestreo fue probabilístico, ya que se empleó la probabilidad con cálculos estadísticos y/o matemáticos (Hernández – Sampieri, 2019), de esta manera se hizo la generalización del resultado a la población por la certeza al emplear una muestra probabilística. Lo que quiere decir que cada uno de los microempresarios tuvo la probabilidad de ser seleccionado.

Unidad de análisis

La micro y pequeña empresa de la ciudad de Chimbote.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Para procesar los datos obtenidos se utilizó la técnica de investigación el cual se obtiene la información que interese en el estudio (Arias, 2006). Para esta investigación se aplicó la encuesta.

Instrumentos

Arias establece (2006), un instrumento de recolección de datos es cualquier medio digital o físico que se emplea para alcanzar, almacenar o registrar información. En esta investigación se empleó el cuestionario para recolectar la información. El instrumento es eficaz cuando recolecta los datos que representan las variables, de

la misma manera el resultado del instrumento establece una correspondencia entre la teoría y la realidad según Hernández y Mendoza (2019).

Validez

La validez del instrumento se da cuando mide con exactitud las variables de estudio a través de una serie de indicadores. Para esta investigación se aplicó la validez de contenido, a través de la técnica de juicio de expertos, que cuentan con el grado de doctor, habiéndose facilitado los documentos de cada instrumento, quienes a través de su pericia y conocimiento adquirido evaluaron la pertinencia de cada enunciado, asimismo que fuera claro y relevante y si entre ellos existe relación y concordancia con las dimensiones y las variables de estudio. Radica la importancia de la validez en la exactitud con que el instrumento es medido.

Tabla 3

Certificados de validez

| N° | Grado Académico | Nombres y Apellidos del experto | Dictamen |
|----|-----------------|---------------------------------|-------------|
| 1 | Doctora | Danitza Domínguez Escudero | Suficiencia |
| 2 | Doctor | Alejandro López Morillas | Suficiencia |
| 3 | Doctor | María Elena Chauca Quiñones | Suficiencia |
| 4 | Doctora | Elias Manuel Guarniz Vásquez | Suficiencia |
| 5 | Doctora | Dora Ponce Yactayo | Suficiencia |

Nota: Certificados de validez (Anexo N°5)

Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se realizó bajo el Alfa de Cronbach, Hernández – Sampieri (2019), establece que un instrumento es confiable de magnitud “Muy Alta”, cuando el coeficiente de confiabilidad se encuentra en un rango de 0,81 a 1,00. Lo que significa que por más prueba que se haga a un individuo, muestra o caso los resultados que arrojen serán iguales. A partir de ello, los instrumentos fueron confiables. Es decir, cuando un mismo instrumento se aplica varias veces a un individuo y el resultado que se obtiene es igual siempre.

Tabla 4

Confiabilidad de los instrumentos de medición

| Variable | Nº de ítems | Coefficiente de confiabilidad |
|----------------------------|-------------|-------------------------------|
| Planeamiento estratégico | 22 | 91.7% |
| Competitividad empresarial | 21 | 92.4% |
| Rentabilidad financiera | 24 | 82.5% |

Nota: Prueba piloto (Anexo)

3.5 Procedimiento

Se dio inicio al procedimiento solicitando el permiso a los microempresarios del centro de Chimbote, concedida la autorización se les aplicó los instrumentos respectivos, después de ello se procesó la información recibida para hacer el análisis correspondiente aplicando la metodología señalada en el presente estudio de investigación, además se aplicó las herramientas de estadística descriptiva, para lo cual se construyó una matriz de base de datos en el programa Excel 2016, posteriormente se tabularon los datos y se explicó por medio de tablas y figuras de frecuencia el comportamiento de cada variable con el soporte del programa estadístico SPSS versión 26.

Se realizó el análisis inferencial con los datos obtenidos en la cual se refutó la hipótesis nula y se aplicó el estadístico de regresión logística ordinal y luego se tomaron decisiones para la muestra. Finalmente, como lo establece la estructura de la investigación se procedió a presentar la discusión y las conclusiones en base a los objetivos establecidos.

3.6. Método de análisis de datos

Se aplicó la estadística descriptiva posteriormente de ordenar la matriz de datos según las variables y las dimensiones en una base de datos de programa Excel,

luego de ello se utilizó el uso del software SPSS versión 26 castellano para realizar la descripción de los resultados que se mostraran en tablas y figuras según las frecuencias y porcentajes. Se utilizó la estadística de regresión logística ordinal para la estadística inferencial ya que la variable dependiente fue medida en escala ordinal (Nunca, a veces y siempre).

3.7. Aspectos éticos

Se cumple con aspectos éticos, haciendo mención a cada uno de los autores que se hace referencia en este trabajo, respetando los derechos de autoría. Previamente a la aplicación de la encuesta se obtuvo el consentimiento informado a los encuestados, explicándole el propósito de la investigación, por otro lado, no se solicitó información personal que exponga su privacidad. Asimismo, se dio cumplimiento a la redacción basándose en Normas Apa de la 6ta. edición. Para la elaboración de la investigación se accedió también a la búsqueda de artículos científicos a través de las diferentes bibliotecas virtuales respetando del mismo modo la autoría. Por otro lado, se respetó el derecho de confidencialidad de los encuestados, del mismo modo que no se manipuló el resultado estadístico que se obtuvo.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos por variable

Resultados descriptivos del planeamiento estratégico y dimensiones

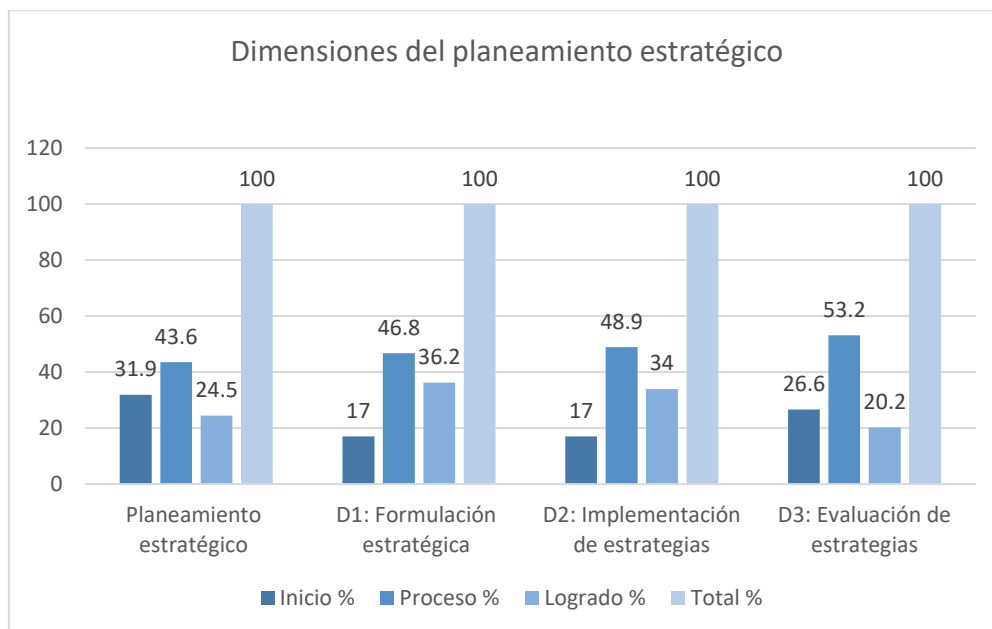


Figura 1. Descripción de los resultados de la variable planeamiento estratégico y sus dimensiones.

En la figura 1, se observó que de 94 micro y pequeñas empresas que constituyeron el total de la muestra, el 43.60% señalaron que el planeamiento estratégico se encuentra en un nivel de proceso, el 31.9% mencionaron que sus negocios se encuentran un nivel de inicio y el 24.5% informaron que se encuentra en un nivel logrado. Asimismo, también se puede apreciar que en la dimensión de formulación estratégica el 46.8% respondieron que la formulación estratégica se ubica en un nivel de proceso, el 36.2% señalaron un nivel logrado, por otra parte, el 17% manifestaron que se encontraba en un nivel de inicio. Con respecto a la implementación de estrategias el 48.9% indicaron que se encuentra en un nivel de proceso, el 34% indicaron un nivel logrado y el 17% manifestaron un nivel de inicio. En cuanto a la evaluación de estrategias, el 53.2% indicaron que se encuentra en un nivel de proceso, mientras que el 26.6% indicaron un nivel de inicio y el 20.2% un nivel de logrado.

Resultados descriptivos de la competitividad empresarial y sus dimensiones

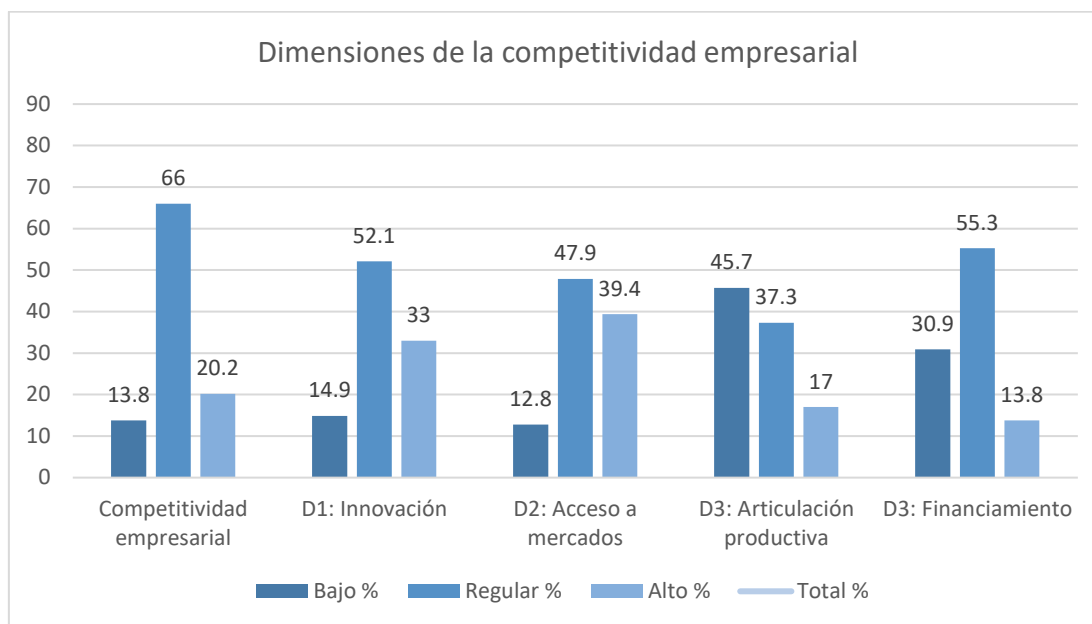


Figura 2. Descripción de los resultados de las dimensiones de la competitividad empresarial

En la figura 2, se observó que de 94 micro y pequeñas empresas que comprendieron el total de la muestra, el 66% señalaron que la competitividad empresarial se ubica en un nivel de regular, siendo que un 20.2% indicaron un nivel alto y el 13.8% manifestaron que se encuentra en un nivel bajo. Asimismo, también se puede apreciar que en la dimensión de Innovación el 52.1 % respondieron que la innovación se posiciona en un nivel de regular, mientras que el 33% indicaron un nivel alto, por otra parte, el 14.9% manifestaron que se encontraba en un nivel bajo. Con respecto al acceso a mercados el 47.9% mencionaron que se encuentra en un nivel regular, mientras que el 39.4% indicaron un nivel alto y el 12.8% manifestaron un nivel de bajo. En cuanto a la articulación productiva, el 45.7% señalaron que se encuentra en un nivel bajo, mientras que el 37.3% indicaron un nivel regular y el 17% un nivel de alto, mientras que en la dimensión de financiamiento el 55.3% de los micro y pequeños empresarios indicaron encontrarse en un nivel regular, el 30.9% en un nivel bajo y el 13.8% se encuentra en un nivel alto.

Resultados descriptivos de la rentabilidad financiera y dimensiones

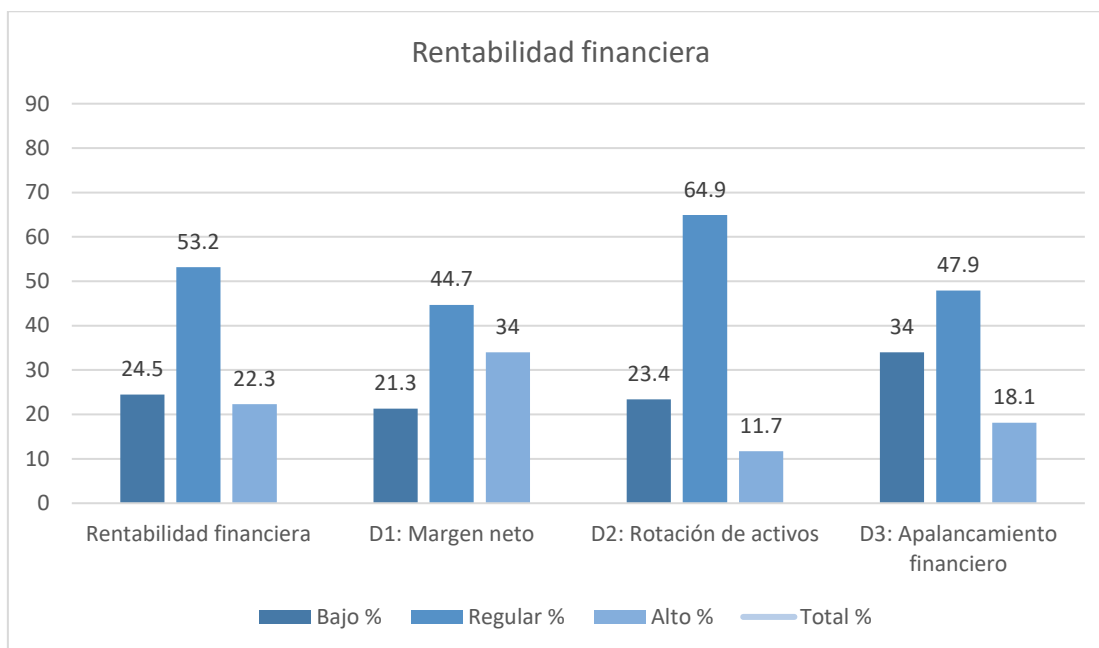


Figura 3. Descripción de los resultados de la variable rentabilidad financiera y sus dimensiones.

En la figura 3, se observó que de 94 micro y pequeñas empresas que conformaron la muestra, el 53.2% señalaron que la rentabilidad financiera se ubica en un nivel regular, mientras que un 24.5% indicaron un nivel bajo y el 22.3% manifestaron que se encuentra en un nivel alto. Asimismo, también se puede apreciar que en la dimensión de margen neto el 44.7 % respondieron que se encuentra en un nivel regular, el 34% señalaron un nivel alto, por otra parte, el 21.3% manifestaron que se encontraba en un nivel bajo. Con respecto a la rotación de activos el 64.9% señalaron que se encuentra en un nivel regular, mientras que el 23.4% indicaron un nivel bajo y el 11.7% manifestaron un nivel de alto. En cuanto a la dimensión de apalancamiento financiero, el 47.9% de micro y pequeños empresarios señalaron que se encuentra en un nivel regular, el 34% indicaron un nivel bajo y el 18.1% se encuentran en un nivel alto.

4.2. Prueba de hipótesis

Resultados previos al análisis de los datos

A través de los cuestionarios que se midieron en escala ordinal se obtuvieron los resultados de la investigación, se asumió la prueba no paramétrica, por lo cual para la estadística inferencial se optó el estadístico de regresión logística ordinal.

Tabla 5

Determinación del ajuste de los datos para el modelo de las variables planeamiento estratégico, competitividad empresarial en la rentabilidad financiera.

| Información sobre el ajuste de los modelos | | | | |
|--|----------------------------|--------------|----|------|
| Modelo | -2 log de la verosimilitud | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
| Sólo intersección | 115,106 | | | |
| Final | 60,606 | 54,500 | 4 | ,000 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

Los resultados de la tabla 5 muestra la dependencia del planeamiento estratégico y la competitividad en rentabilidad financiera, del mismo modo se observa el valor de Chi cuadrado es de 54.500 y p_valor (valor de la significación) es igual a 0.000 que es menor que 0.05 ($p < 0.05$) lo cual indican que los datos de las variables en estudio no son independientes, estableciéndose la dependencia de las variables independientes.

Tabla 6

Determinación de la bondad de ajuste del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial en la rentabilidad financiera para el modelo de regresión logística ordinal

| Bondad de ajuste | | | |
|------------------|--------------|----|------|
| | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
| Pearson | 46,116 | 10 | ,000 |
| Desviación | 35,539 | 10 | ,000 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

En la tabla 6, se observan los resultados de la bondad de ajuste de las variables, donde no es posible mostrar la dependencia gracias a las variables y el modelo presentado no estaría dado por el valor estadística de 0.000 lo cual tenía que resultar no significativo es decir $p > 0.05$, por tanto, el modelo y los resultados no estarían explicando la dependencia de una variable sobre la otra, lo cual se tendría que analizar el coeficiente de Nagelkerke y sus significancias.

Prueba de hipótesis general

Hipótesis nula (H_0): El planeamiento estratégico, la competitividad no influyen en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas de Chimbote, 2021.

Hipótesis general de investigación (H_i): El planeamiento estratégico, la competitividad influyen en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas de Chimbote, 2021.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Estadístico: Regresión logística ordinal

Tabla 07

Presentación de coeficientes del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial influyen en la rentabilidad financiera

| | | Estimaciones de los parámetros | | | | | | |
|-----------|--------------------------------|--------------------------------|------------|--------|----|------|----------------------------|-----------------|
| | | Estimación | Error típ. | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza 95% | |
| | | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [Rentabilidad_financiera = 1] | -5,126 | ,845 | 36,840 | 1 | ,000 | -6,782 | -3,471 |
| | [Rentabilidad_financiera = 2] | -1,550 | ,644 | 5,794 | 1 | ,016 | -2,813 | -,288 |
| | [Planeamiento_estratégico=1] | -3,011 | ,730 | 16,988 | 1 | ,000 | -4,443 | -1,579 |
| | [Planeamiento_estratégico=2] | -1,211 | ,615 | 3,872 | 1 | ,049 | -2,417 | -,005 |
| | [Planeamiento_estratégico=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |
| Ubicación | [Competitividad_empresarial=1] | -3,960 | 1,016 | 15,192 | 1 | ,000 | -5,951 | -1,968 |
| | [Competitividad_empresarial=2] | -2,198 | ,662 | 11,007 | 1 | ,001 | -3,496 | -,899 |
| | [Competitividad_empresarial=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |

Función de vínculo: Logit.

a. Este parámetro se establece en cero porque es redundante.

Interpretación

En la tabla 7 respecto al objetivo general se muestra las significancias de las variables, en la cual se aprecia la influencia del planeamiento estratégico en la rentabilidad financiera observaron los coeficientes del modelo de la regresión, con respecto al planeamiento estratégico se asumirán los niveles 1 y 2 (entrada y proceso con un p-valor de 0,000 y 0,049 respectivamente), mientras que para la competitividad empresarial se tomará el nivel 1 (nivel bajo con un p-valor de 0,000), frente a la rentabilidad financiera que se asumirán los niveles 1 y 2 (bajo y regular con un pvalor de 0,000 y 0,016 respectivamente). Esto quiere decir que una micro y pequeña empresa con un nivel de inicio y proceso de planeamiento estratégico presentará un nivel bajo y regular de rentabilidad financiera, así mismo si presenta un nivel bajo de competitividad empresarial lo cual indicó a su vez la relación un nivel bajo de rentabilidad financiera. Esto es comprobado con los coeficientes de significancia encontrados ya que el p-valor es $<$ al α con un valor de 0,05. A partir de lo anterior, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Tabla 08

Pseudo coeficiente de determinación del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial influyen en la rentabilidad financiera.

| Pseudo R-cuadrado | |
|-------------------|------|
| Cox y Snell | ,440 |
| Nagelkerke | ,506 |
| McFadden | ,286 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

En la tabla 8, se observa la prueba del pseudo R cuadrado, lo que se estarían presentando es la dependencia porcentual del planeamiento estratégico y la competitividad en la rentabilidad financiera el cual se tiene al coeficiente de Nagalkerke lo que explica la variabilidad de la variable dependiente: Rentabilidad financiera que depende del 50.6% del planeamiento estratégico y la competitividad. Asimismo, teniendo las significancias de la tabla 6 y tabla 7 se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, por lo que: El planeamiento

estratégico y la competitividad empresarial influyen en la rentabilidad financiera de las mypes de la ciudad de Chimbote, 2021.

Hipótesis específica 1

(H₀): La formulación de estrategias no influyen en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021.

(H_i): La formulación de estrategias influyen en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021

Tabla 9

Presentación de coeficientes de la formulación de estrategias que influyen en la rentabilidad financiera

| | | Estimaciones de los parámetros | | | | | | |
|-----------|--------------------------------|--------------------------------|------------|--------|----|------|----------------------------|-----------------|
| | | Estimación | Error típ. | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza 95% | |
| | | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [Rentabilidad_financiera = 1] | -2,023 | ,420 | 23,198 | 1 | ,000 | -2,846 | -1,200 |
| | [Rentabilidad_financiera = 2] | ,714 | ,346 | 4,260 | 1 | ,039 | ,036 | 1,391 |
| | [Formulación de estrategias=1] | -2,761 | ,672 | 16,903 | 1 | ,000 | -4,078 | -1,445 |
| Ubicación | [Formulación de estrategias=2] | -,531 | ,451 | 1,387 | 1 | ,239 | -1,416 | ,353 |
| | [Formulación de estrategias=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |

Función de vínculo: Logit.

a. Este parámetro se establece en cero porque es redundante.

Interpretación

En la tabla 9, según el objetivo específico formulación de estrategias se observan los coeficientes del modelo de la regresión, en los niveles 1 y 2 (nivel inicio y proceso con un p-valor de 0,000 y 0,000 respectivamente), frente a la rentabilidad financiera que se asumirá el nivel 1 (nivel bajo con un p-valor de 0,000). Esto quiere decir que una mype con un nivel de inicio y proceso en la formulación mostrará un nivel bajo de rentabilidad financiera, lo que demuestra su influencia. Con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio.

Tabla 10

Pseudo coeficiente de determinación de la formulación de estrategias que influye en la rentabilidad financiera

| Pseudo R-cuadrado | |
|-------------------|------|
| Cox y Snell | .181 |
| Nagelkerke | .209 |
| McFadden | .099 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

En la tabla 10, se observa con la prueba del Pseudo R cuadrado que se evidenció la variabilidad de la rentabilidad financiera, el cual depende en un 20.9% de la formulación de estrategias en mypes de la ciudad de Chimbote. La cual quiere decir que la rentabilidad financiera depende de la variable independiente. Comprobándose así la hipótesis de estudio.

Hipótesis específica 2

(H₀): La implementación de estrategias no influyen en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021.

(H_i): La implementación de estrategias influyen en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021

Tabla 11

Presentación de coeficientes de la implementación de estrategias que influyen en la rentabilidad financiera

| | | Estimaciones de los parámetros | | | | | | |
|-----------|-----------------------------------|--------------------------------|-------|--------|----|------|------------------------|-----------------|
| | | Estimación | Error | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza | |
| | | | típ. | | | | 95% | |
| | | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [Rentabilidad_financiera = 1] | -2,364 | ,453 | 27,243 | 1 | ,000 | -3,252 | -1,476 |
| | [Rentabilidad_financiera = 2] | ,445 | ,349 | 1,621 | 1 | ,203 | -,240 | 1,129 |
| | [Implementación_de_estrategias=1] | -3,100 | ,692 | 20,070 | 1 | ,000 | -4,456 | -1,744 |
| Ubicación | [Implementación_de_estrategias=2] | -,960 | ,465 | 4,254 | 1 | ,039 | -1,872 | -,048 |
| | [Implementación_de_estrategias=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |

Función de vínculo: Logit.

a. Este parámetro se establece en cero porque es redundante.

Interpretación

En la tabla 11, respecto al objetivo específico implementación de estrategias, se asumirán los niveles 1 y 2 (nivel inicio y proceso con un p-valor de 0,000 y 0,000 respectivamente), frente a la rentabilidad financiera que se asumirá el nivel 1 (nivel bajo con un p-valor de 0,000). Quiere decir que la mype con un nivel de inicio y proceso de implementación de estrategias presentará un nivel bajo de rentabilidad financiera. Con los coeficientes de significancia encontrados se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio.

Tabla 12

Pseudo coeficiente de determinación de la implementación de estrategias que influye en la rentabilidad financiera

| <u>Pseudo R-cuadrado</u> | |
|--------------------------|------|
| Cox y Snell | ,205 |
| Nagelkerke | ,236 |
| McFadden | ,113 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

En la tabla 12, la prueba del Pseudo R cuadrado, se evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 23.9% de la implementación de estrategias en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote. La cual quiere decir que la rentabilidad financiera depende de la variable independiente. Comprobándose así la hipótesis de estudio.

Hipótesis específica 3

(H₀): La evaluación de estrategias no influyen en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021.

(H_i): La evaluación de estrategias influyen en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021

Tabla 13

Presentación de coeficientes de la evaluación de estrategias que influyen en la rentabilidad financiera

Estimaciones de los parámetros

| | | Estimación | Error típ. | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza 95% | |
|-----------|-------------------------------|----------------|---------------|--------|----|------|-------------------------------|--------------------|
| | | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [Rentabilidad_financiera = 1] | -2,553 | ,531 | 23,116 | 1 | ,000 | -3,594 | -1,512 |
| | [Rentabilidad_financiera = 2] | ,088 | ,447 | ,038 | 1 | ,845 | -,788 | ,963 |
| | [Evaluación_de_estrategias=1] | -2,233 | ,632 | 12,463 | 1 | ,000 | -3,472 | -,993 |
| Ubicación | [Evaluación_de_estrategias=2] | -1,290 | ,539 | 5,722 | 1 | ,017 | -2,347 | -,233 |
| | [Evaluación_de_estrategias=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |

Función de vínculo: Logit.

a. Este parámetro se establece en cero porque es redundante.

Interpretación

En la tabla 13, respecto al objetivo específico evaluación de estrategias se observan los coeficientes del modelo de la regresión, con respecto a la evaluación de estrategias se asumirán los niveles 1 y 2 (nivel inicio y proceso con un p-valor de 0,000 y 0,017 respectivamente), frente a la rentabilidad financiera que se asumirá el nivel 1 (nivel bajo con un p-valor de 0,000). Esto quiere decir que las mypes con un nivel de inicio y proceso de evaluación de estrategias presentará un nivel bajo de rentabilidad financiera. Esto es corroborado con los coeficientes de significancia encontrados ya que el p-valor es $<$ al α con un valor de 0,05. A partir de ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica.

Tabla 14

Pseudo coeficiente de determinación de la evaluación de estrategias influye en la rentabilidad financiera

| Pseudo R-cuadrado | |
|-------------------|------|
| Cox y Snell | ,124 |
| Nagelkerke | ,143 |
| McFadden | ,065 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

En la tabla 14, se muestra la prueba del Pseudo R cuadrado, en la cual se evidenció variabilidad de la rentabilidad financiera como variable dependiente, para lo cual

depende en un 14.3% de la evaluación de estrategias en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote. Comprobándose así la hipótesis de estudio.

Hipótesis específica 4

(H₀): La innovación no influye en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021.

(H_i): La innovación influye en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021

Tabla 15

Pseudo coeficiente de determinación de la innovación que influye en la rentabilidad financiera

| | | Estimaciones de los parámetros | | | | | | |
|-----------|-------------------------------|--------------------------------|------------|--------|----|-----------------|------------------------|--------|
| | | Estimación | Error típ. | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza | |
| | | | | | | 95% | | |
| | | | | | | Límite inferior | Límite superior | |
| Umbral | [Rentabilidad_financiera = 1] | -2,899 | ,504 | 33,074 | 1 | ,000 | -3,886 | -1,911 |
| | [Rentabilidad_financiera = 2] | ,167 | ,353 | ,223 | 1 | ,637 | -,526 | ,859 |
| | [Innovación=1] | -4,120 | ,809 | 25,966 | 1 | ,000 | -5,705 | -2,535 |
| Ubicación | [Innovación=2] | -1,633 | ,499 | 10,710 | 1 | ,001 | -2,610 | -,655 |
| | [Innovación=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |

Función de vínculo: Logit.

a. Este parámetro se establece en cero porque es redundante.

Interpretación

En la tabla 15, respecto al objetivo específico innovación se observan los coeficientes del modelo de la regresión, con respecto a la innovación se asumirán los niveles 1 y 2 (nivel bajo y regular con un p-valor de 0,000 y 0,001 respectivamente), frente a la rentabilidad financiera que se asumirá el nivel 1 (nivel bajo con un p-valor de 0,000). Esto quiere decir que la mype con un nivel bajo y regular de innovación presentará un nivel bajo de rentabilidad financiera. Se corroboró con los coeficientes de significancia encontrados ya que el p-valor es < al α con un valor de 0,05. A partir de ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica.

Tabla 16

Pseudo coeficiente de determinación de la innovación influye en la rentabilidad financiera

| Pseudo R-cuadrado | |
|-------------------|------|
| Cox y Snell | ,292 |
| Nagelkerke | ,336 |
| McFadden | ,170 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

La prueba del Pseudo R cuadrado, se evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 33.6% de la innovación en los micro y pequeños empresarios de la ciudad de Chimbote. Comprobándose así la hipótesis de estudio.

Hipótesis específica 5

(H₀): El acceso a mercados no influye en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021.

(H_i): El acceso a mercados influye en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021

Tabla 17

Pseudo coeficiente de determinación de acceso a mercados que influye en la rentabilidad financiera

| Estimaciones de los parámetros | | | | | | | | |
|--------------------------------|-------------------------------|----------------|---------------|--------|----|------|-------------------------------|--------------------|
| | | Estimación | Error típ. | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza 95% | |
| | | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [Rentabilidad_financiera = 1] | -1,793 | ,391 | 20,988 | 1 | ,000 | -2,560 | -1,026 |
| | [Rentabilidad_financiera = 2] | ,917 | ,340 | 7,277 | 1 | ,007 | ,251 | 1,583 |
| Ubicación | [Acceso_a_mercados=1] | -3,315 | ,846 | 15,357 | 1 | ,000 | -4,973 | -1,657 |
| | [Acceso_a_mercados=2] | -,310 | ,436 | ,505 | 1 | ,477 | -1,165 | ,545 |
| | [Acceso_a_mercados=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |

Función de vínculo: Logit.

a. Este parámetro se establece en cero porque es redundante.

Interpretación

En la tabla 17, respecto al objetivo específico acceso a mercados se observan los coeficientes del modelo de la regresión, se asumirán los niveles 1 (nivel bajo con un p-valor de 0,000), frente a la rentabilidad financiera que se asumirá el nivel 1 y nivel 2 (nivel bajo con un p-valor de 0,000 y 0.007 respectivamente). Esto quiere decir que una mype con un nivel bajo presentará en el acceso a mercados un nivel bajo y regular de rentabilidad financiera. Esto es corroborado con los coeficientes de significancia encontrados ya que el p-valor es $<$ al α con un valor de 0,05. Con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica.

Tabla 18

Pseudo coeficiente de determinación del acceso a mercados influye en la rentabilidad financiera

| Pseudo R-cuadrado | |
|-------------------|------|
| Cox y Snell | ,195 |
| Nagelkerke | ,225 |
| McFadden | ,107 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

En la Tabla 18, se muestra la prueba del Pseudo R cuadrado, en el cual se evidenció la variabilidad de la variable dependiente, rentabilidad financiera, ya que depende en un 22.5% del acceso a mercados en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote. Comprobándose así la hipótesis de estudio.

Hipótesis específica 6

(H₀): La articulación productiva no influye en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021.

(H_i): La articulación productiva influye en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021

Tabla 19

Pseudo coeficiente de determinación de la articulación productiva que influye en la rentabilidad financiera

Estimaciones de los parámetros

| | | Estimación | Error típ. | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza 95% | |
|-----------|-------------------------------|----------------|---------------|--------|----|------|-------------------------------|--------------------|
| | | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [Rentabilidad_financiera = 1] | -2,900 | ,583 | 24,747 | 1 | ,000 | -4,043 | -1,758 |
| | [Rentabilidad_financiera = 2] | -,232 | ,495 | ,219 | 1 | ,640 | -1,202 | ,739 |
| Ubicación | [Articulación_productiva=1] | -2,255 | ,618 | 13,326 | 1 | ,000 | -3,465 | -1,044 |
| | [Articulación_productiva=2] | -1,645 | ,614 | 7,185 | 1 | ,007 | -2,847 | -,442 |
| | [Articulación_productiva=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |

Función de vínculo: Logit.

a. Este parámetro se establece en cero porque es redundante.

Interpretación

En la tabla 19, respecto al objetivo específico articulación productiva se observan los coeficientes del modelo de la regresión, donde se asumirán los niveles 1 y 2 (nivel bajo y regular con un p-valor de 0,000 y 0,007 respectivamente), frente a la rentabilidad financiera que se asumirá el nivel 1 (nivel bajo con un p-valor de 0,000). Esto quiere decir que las mypes con un nivel bajo y regular en articulación productiva presentará un nivel bajo de rentabilidad financiera. Corroborado con los coeficientes de significancia encontrados ya que el p-valor es $< \alpha$ con un valor de 0,05. Con lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis.

Tabla 20

Pseudo coeficiente de determinación de la articulación productiva influye en la rentabilidad financiera

| Pseudo R-cuadrado | |
|-------------------|------|
| Cox y Snell | ,139 |
| Nagelkerke | ,160 |
| McFadden | ,074 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

En la tabla 20, la prueba del Pseudo R cuadrado, se evidenció la variabilidad de la variable dependiente, rentabilidad financiera, ya que depende en un 16% de la

articulación productiva en los micro y pequeños empresarios de la ciudad de Chimbote. Comprobándose así la hipótesis de estudio.

Hipótesis específica 7

(H₀): El financiamiento no influye en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021.

(H_i): El financiamiento influye en la rentabilidad financiera de los micro y pequeños empresarios de Chimbote, 2021

Tabla 21

Pseudo coeficiente de determinación de la variable de financiamiento que influye en la rentabilidad financiera

| | | Estimaciones de los parámetros | | | | | | |
|-----------|-------------------------------|--------------------------------|-------|--------|----|------|----------------------------|-----------------|
| | | Estimación | Error | Wald | gl | Sig. | Intervalo de confianza 95% | |
| | | | típ. | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Umbral | [Rentabilidad_financiera = 1] | -3,942 | ,732 | 28,968 | 1 | ,000 | -5,377 | -2,506 |
| | [Rentabilidad_financiera = 2] | -1,124 | ,643 | 3,058 | 1 | ,080 | -2,384 | ,136 |
| | [Financiamiento=1] | -3,541 | ,792 | 19,998 | 1 | ,000 | -5,094 | -1,989 |
| Ubicación | [Financiamiento=2] | -2,701 | ,726 | 13,840 | 1 | ,000 | -4,123 | -1,278 |
| | [Financiamiento=3] | 0 ^a | . | . | 0 | . | . | . |

Función de vínculo: Logit.

a. Este parámetro se establece en cero porque es redundante.

Interpretación

En la tabla 21, respecto al objetivo específico financiamiento se observan los coeficientes del modelo de la regresión donde se asumirán los niveles 1 y 2 (nivel bajo y regular con un p-valor de 0,000 y 0,000 respectivamente), frente a la rentabilidad financiera que se asumirá el nivel 1 (nivel bajo con un p-valor de 0,000). Esto quiere decir que la mype con un nivel bajo y regular en financiamiento presentará un nivel bajo de rentabilidad financiera. Esto es corroborado con los coeficientes de significancia encontrados ya que el p-valor es < al α con un valor de 0,05. A partir de ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis.

Tabla 22

Pseudo coeficiente de determinación de la variable de financiamiento influye en la rentabilidad financiera

| <u>Pseudo R-cuadrado</u> | |
|--------------------------|------|
| Cox y Snell | ,217 |
| Nagelkerke | ,250 |
| McFadden | ,121 |

Función de vínculo: Logit.

Interpretación

En la tabla 22, se muestra la relación a la prueba del Pseudo R cuadrado, en la cual se evidenció que la variabilidad de la variable dependiente, rentabilidad financiera, depende en un 25% del financiamiento en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Chimbote. Comprobándose así la hipótesis de estudio.

V. DISCUSIÓN

En esta sección se da el espacio a un conjunto de discusiones que han sido contrastadas con los objetivos de la investigación, luego de obtener los resultados descriptivos e inferenciales.

Según el objetivo general del estudio se observó en la figura 1, que el 43.6% de los micro y pequeños empresarios de Chimbote indicaron que el planeamiento estratégico de sus empresas se sitúan en un nivel de proceso, mientras que en la figura 2, el 66% mencionaron que la competitividad empresarial se encuentra en un nivel regular, por otro lado se hizo la contrastación de la hipótesis general obteniendo como resultado rechazar la hipótesis nula en la cual se evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 50.6% del planeamiento estratégico y competitividad empresarial de los micro y pequeños empresarios en la ciudad de Chimbote.

Al respecto, se muestran investigaciones con resultados similares; Gavurova, Cepel, Belas, y Dvorsky, (2020), concluyeron que los micro empresarios perciben que el éxito de su empresa depende de las estrategias que se implementen. Para Chiavenato (2014) la planeación estratégica consiste en un proceso de formular y ejecutar las estrategias que la organización a través de un análisis ha establecido con el objetivo de incluirla. Para Mintzberg (1997), es una herramienta que tiene el componente que requiere un proceso de administración para enfrentar situaciones futuras, entrelazada indiscutiblemente en la dirección empresarial, sustentando su aplicación en las siguientes razones: las empresas deben usar la planificación para coordinar sus actividades, así también deben planear teniendo en cuenta el futuro y deben planear estratégicamente para ser racionales y para controlar sus operaciones.

Del mismo modo Porter (2015) mencionó que la competitividad al plantear estrategias permite obtener una ventaja competitiva, las que pueden ser por costos bajos o diferenciación por lo cual toda fortaleza o debilidad siempre estará relacionada a un costo o a la diferenciación. Por su parte La CEPAL (2013) estableció que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa de plantear

estrategias competitivas que le permitan aumentar la participación del mercado a un ritmo sostenible. Del mismo modo la CEPAL (2019) menciona que las microempresas son competitivas siempre y cuando se modernicen en gestión de talento humano, adquisición de nuevas tecnologías, organización entre otros.

Vargas, Saavedra, Villegas, Hidalgo (2020), investigaron sobre las determinantes de la competitividad la que concluyó que respecto a la competitividad el factor de comercialización alcanzó un 17.96% de competitividad ya que adolecen de un plan del mercado al que se dirigen que les posibilite información acerca de sus competidores, clientes y mecanismos de distribución. Del mismo modo, en la investigación realizada por Escobar, Velandía, Navarro (2017), concluyen respecto a la competitividad que son factores claves de éxito: la capacidad de respuesta ante las solicitudes del asociado, la participación e involucramiento de los socios en los resultados, el ajuste del servicio enfocado en la calidad, la eficiencia en el empleo de la tecnología, la formación del capital humano, la correcta financiación, la adecuada dimensión, la lealtad de los asociados y la estructura de propiedad.

Según el objetivo específico 1 de la investigación se observó en la figura 1, que el 46.8% de los micro y pequeños empresarios señalaron que se encuentran en un nivel de proceso, asimismo, según el contraste con la hipótesis específica 1 se obtuvo el resultado de rechazar la hipótesis nula en la cual se demostró que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 20.9% de la formulación de estrategias de los micro y pequeños empresarios de la ciudad de Chimbote.

Al respecto en una investigación realizada por Leyva, Cavazos y Espejel (2018), concluyó que la formulación de las estrategias dentro del planeamiento estratégico corresponde a la habilidad gerencial y del estudio de factores externos e internos que permiten la definición más concreta de la visión, misión y estrategias. Mora, Vera y Melgarejo (2015) obtiene como resultado de su investigación que la planificación estratégica al estar bien formulada y diseñada armoniza los procesos, actividades y operaciones diarias en una sola dirección.

Asimismo, Tarziján (2018) estableció que la etapa de la formulación de estrategias se debe determinar la visión y misión de la empresa, la misión describe la razón de ser de la empresa vinculadas con los objetivos, clientes y necesidades que se desea satisfacer y la visión es el anhelo a donde pretende llegar la empresa. Por otro lado, es muy importante el modelo de gestión debido a que permite hacer el seguimiento de la estrategia y los objetivos planteados. Para iniciar la formulación de estrategias se debe contar con un diagnóstico interno y externo para elegir estrategias más efectivas y convenientes.

Según el objetivo específico 2 de la investigación se observó en la figura 1, que el 48.9% de los micro y pequeños empresarios indicaron que la implementación de las estrategias se encuentra en un nivel de proceso, según la contrastación de la hipótesis específica 2 se obtuvo como resultado rechazar la hipótesis nula en la cual se evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 23.6% de los negocios de los micro y pequeños empresarios en Chimbote.

Al respecto López y De La Garza (2020) concluyeron en su investigación que el 75% de los emprendimientos fracasan necesitando ser impulsados, desarrollando y aplicando una planeación estratégica que les permitan reconocer sus fortalezas y debilidades, asimismo en la etapa de implementación de estrategias se pone en acción lo descrito en el plan, en ese sentido se concluye que el planeamiento estratégico es un factor influyente en la creación de valor de las microempresas. Asimismo, Mulaa (2020) realizó un estudio en el que adoptó una encuesta descriptiva transversal para conocer los efectos de la implementación de la planificación estratégica y el desempeño, encuestando a 84 empresas en Kenia, el estudio utilizó modelos de regresión para probar y especificar su significancia. La investigación conllevó a obtener como una de las conclusiones que los sistemas de planificación estratégica y la implementación de la estrategia conducen a un mejor desempeño de la empresa, por otro lado, los gerentes de las empresas deben asegurar que la estrategia corporativa de empresa sea parte integral de la cultura organizacional.

Por su parte Martínez y Milla (2012), refiere que la estrategia no siempre es el problema, sino la mala ejecución del trabajo que se realiza a diario por el conjunto de trabajadores que llevan la estrategia a la implementación, por lo tanto, la implementación requiere que se implementen controles. La empresa debe coordinar, articular e integrar actividades con sus socios estratégicos, clientes y proveedores, para ello muchas veces se designan a responsables que dirijan el desempeño. El gerente como buen líder debe transmitir el entusiasmo que guíe la ejecución del plan, comunicar la visión y establecer el comportamiento necesario para alcanzar los logros.

Según el objetivo específico 3 de la investigación se observó en la figura 1, que el 53.2% de los micro y pequeños empresarios indicaron que la evaluación de las estrategias se encuentra en un nivel de proceso, según la contrastación de la hipótesis específica 3 se obtuvo como resultado rechazar la hipótesis nula en la cual se evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 14.3% de los negocios de los micro y pequeños empresarios en Chimbote.

Ciro-Gallo (2021), realizó una investigación sobre la evaluación de estrategias al implementar un plan estratégico que conlleve a ser más rentables y competitivas. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, se aplicaron un cuestionario para medir la percepción de la ejecución del proceso de planeamiento estratégico en una escala de muy bajo, bajo, mediano, alto y muy alto. El resultado de la investigación indicó que el 78.6% de los micro y pequeños empresarios que el establecimiento de una estructura jerárquica administrativa es indispensable para garantizar la bases para el proceso de planeación. Una de las conclusiones del estudio fue que la evaluación debe ser diseñada al modelo de las mypes para ser más eficientes, asimismo concluye que los microempresarios carecen de conocimiento de tipo administrativo y gerencial. Por su parte en los resultados de investigación de Gavurova, Cepel, Belas y Dvorsky (2020) concluyó que una evaluación permanente a la ejecución de la estrategia puede garantizar su éxito ya que se irán adaptando en el transcurrir de las operaciones de la empresa.

Al respecto, OCDE (2021), refiere que la evaluación es fundamental para conocer si la implementación de la estrategia está cumpliendo o si se está cumpliendo el objetivo, asimismo permite contribuir para generar ciclos de retroalimentación y de mejora. Por otro lado, la evaluación nos muestra el panorama claro de lo que está sucediendo, permitiendo hacer correcciones en caso sea necesario.

Según el objetivo específico 4 de la investigación se observó en la figura 2, que el 52.1% de los micro y pequeños empresarios indicaron que la innovación se encuentra en un nivel de regular, según la contrastación de la hipótesis específica 4 se obtuvo como resultado rechazar la hipótesis nula en la cual se evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 33.6% de los negocios de los micro y pequeños empresarios en Chimbote.

López, Somohano y Martínez (2017), en su investigación en España sobre el efecto de la innovación, como implementación de una estrategia, para la rentabilidad de las mipymes que mediante contextos de crisis como recesión o en proceso de expansión algunas empresas se ven afectadas, producto de los cambios a los que estas sometidos. Una de las conclusiones a las que llegaron fue que las empresas presentan como resultado de su gestión diferencias significativas producto del esfuerzo que realizan en innovar sus procesos y según el ciclo económico. Asimismo, las empresas que invierten en innovación y presentan menor tamaño son las que obtienen mejores resultados en tiempos de recesión. Por otro lado, Chumpeter (1989) indica que hay que dejar de lado las ideas obsoletas y antiguas para dar paso a nuevas creaciones de pensamiento e innovación que mejoren nuestro producto. Coincidentemente Druker (1997) establece la innovación como algo sistémico que genera nuevas oportunidades de negocio.

Zúñiga (2018), realizó una investigación, arrojando la conclusión que la innovación permite a la empresa en cambiar el valor del producto o servicio que ofrece implementando una estrategia de bajo costo, para ello la empresa tiene que ser eficiente operativamente y tener una economía de escala para transformar la idea de su producto. El manual de Oslo de la OCDE (2005) estableció que la innovación es una pieza importante para el crecimiento de la producción más aún en tiempos

de globalizados donde las empresas buscan más información y nuevos mercados. Innovar es introducir cambios que puedan mejorar las utilidades de la empresa, como mejorar los métodos de producción, ampliar una gama de productos o proponer un nuevo conocimiento. Asimismo, las pequeñas empresas al realizar procesos de planeación estratégica están siendo más innovadoras reflejándose en sus áreas. En estos tiempos donde los cambios tecnológicos son muy constantes la innovación pasa a formar parte de ello, siendo un factor clave para el crecimiento económico de un país como para el crecimiento y desarrollo de una empresa.

Según el objetivo específico 5 de la investigación se observó en la figura 2, que el 47.9% de los micro y pequeños empresarios indicaron que el acceso a mercados se sitúa en un nivel de regular, según la contrastación de la hipótesis específica 5 se obtuvo como resultado rechazar la hipótesis nula en la cual se demostró que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 22.5% de los negocios de los micro y pequeños empresarios en Chimbote.

Romagnoli, Molina y Parrado (2018), investigaron sobre las mejoras para el acceso a mercados aplicando métodos cuantitativos y cualitativos utilizando una regresión multivariada, análisis t-test. Los resultados arrojados fueron que, a través del acceso de las asociaciones, de la conformación de comités locales y fundaciones se pudo acceder a nuevos mercados mejorando su eficiencia económica, se mejoró la participación política de los campesinos y la comercialización.

Jerez, García-Mendoza (2010) y Rosendo (2018) indicaron que el acceso a nuevos mercados se ha convertido para el mundo en un contexto global en el que la empresa busca naturalmente un espacio donde pueda crecer y expandirse no solo a mercados locales sino también a mercados internacionales. Las empresas tienen dentro de sus objetivos en convertirse en empresas globales ya que los límites geográficos no son una barrera, de tal manera que deben comprender factores culturales para ingresar a nuevos mercados. Sin embargo, persisten las barreras entre países que limitan el crecimiento de la empresa.

Según el objetivo específico 6 de la investigación se observó en la figura 2, que el 45.7% de los micro y pequeños empresarios indicaron que la articulación productiva se encuentra en un nivel bajo, según la contrastación de la hipótesis específica 6 se obtuvo como resultado rechazar la hipótesis nula en la cual se evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 25% de los negocios de los micro y pequeños empresarios en Chimbote.

Molina (2017), llevó en curso una investigación respecto a la importancia de la articulación productiva, ya que en la medida que exista mayor articulación entre los distintos sectores económicos, las fuentes de crecimiento (inversión, consumo, cambio tecnológico, exportaciones impactará de manera positiva para el desarrollo de sector. Se comprobó la importancia de la articulación como un componente clave para el desarrollo económico; independientemente del elemento determinante para el crecimiento económico, en la medida que haya un mayor esfuerzo tecnológico, mayores serán los resultados positivos si la estructura económica de un país se encuentra articulada.

Al respecto, la CEPAL (2007) sobre la articulación productiva estableció que los actores locales involucrados en los proyectos de integración productiva entienden los potenciales de las asociaciones y descubren las diferentes modalidades para ejecutarse en su propia ciudad, permitiendo que se genere un compromiso duradero y a largo plazo, con la promoción de la misma asociatividad que trasciende la labor realizada y el apoyo que éste proporciona durante su ejecución, es así que si los involucrados deben estar convencidos de los beneficios que les otorga integrarse.

Según el objetivo específico 7 de la investigación se observó en la figura 2, que el 55.3% de los micro y pequeños empresarios indicaron que el financiamiento se encuentra en un nivel regular, según la contrastación de la hipótesis específica 7 se obtuvo como resultado rechazar la hipótesis nula en la cual se evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 25% de los negocios de los micro y pequeños empresarios en Chimbote.

Al respecto, Cholán (2019), investigó el nivel de competitividad de las mypes formales a las que concluyó y se obtuvo como resultado de la investigación a la que se obtuvo es que solo el 20% de los empresarios tuvo algún apoyo de instituciones públicas y privadas en materia de asesoría, financiamiento y capacitación vinculado a las TICs, Ngoc, Van, Xuan y Quang (2019) investigó sobre la variación de la rentabilidad al dar el paso las empresas pequeñas y medianas de la no innovación a la innovación, para ello se obtuvo datos de empresas de 10 provincias en 3 regiones de Vietnam, abarcando los sectores de fabricación, procesamiento de alimentos, productos de madera, productos metálicos y otros sectores desde el año 2005 al 2015. Al respecto se realizó análisis de regresión utilizando estimaciones de efectos aleatorios y fijos, los resultados arrojaron que los coeficientes estimados indican que las participaciones en actividades innovadoras aumentan significativamente la rentabilidad de la empresa. Concluyendo que las empresas al innovar asumen un riesgo debido al incremento de presupuesto que requieren sin embargo las empresas que optan por innovar registran mayores ingresos de ganancias. Zambrano – Farías, Sánchez – Pacheco, Correa – Soto (2021), manifestaron que una de las formas de crecimiento es invertir en activos lo que va generar mejores ingresos y la obtención es a través del financiamiento ya que existen limitaciones de capitales propios.

Por su parte el Grupo del Banco Mundial (2021) estableció que el acceso a préstamos financieros facilita la vida diaria y ayuda a las familias y las empresas a proveer sus objetivos futuros, que pueden ser hasta un largo plazo hasta las emergencias imprevistas. El acceso al financiamiento implica que personas naturales y jurídicas tengan acceso a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan sus proyectos. La inclusión financiera permitirá financiar emprendimientos, formalizar microempresas e impulsar su el crecimiento de sus negocios en la obtención de mayores utilidades moviendo mayores capitales de inversión. La SBS del mismo modo estableció que el país debe desarrollar una estructura de financiamiento para las mypes formales para que puedan tener igualdad de oportunidades que otras empresas de mayor tamaño para ser parte del crecimiento del país.

VI. CONCLUSIONES

Primero: El planeamiento estratégico, la competitividad empresarial influyen en la rentabilidad empresarial de las micro y pequeñas empresas de Chimbote, 2021, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 50.6%; el planeamiento estratégico es por tanto una herramienta esencial para el crecimiento y sostenibilidad de la empresa, de igual manera las micro y pequeñas empresas deben consolidarse en la posibilidad de crecimiento económico del país ya que aportan cerca del 40% del PBI, para ello es necesario que se desarrollen las condiciones internas en el país con la finalidad de generar un contexto político y económico que les permita mejorar su desempeño y alcanzar mejores niveles de competitividad.

Segundo: La formulación de estrategias influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Chimbote, 2021, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 20.9%; de la investigación solo el 36.6% ha logrado usar la herramienta de gestión, esta evidencia estadística indica que es un factor que influye en la rentabilidad, por lo que en la etapa de formulación se debe optar por la estrategia que genere mayor valor a la empresa. Por otro lado, la gestión y la administración de estos negocios es creada por el impulso de la necesidad, la oportunidad, el interés y la demanda de satisfacer al cliente, sin embargo, muchos de estos negocios definen sus objetivos sin tener en cuenta factores externos e internos que van afectar el cumplimiento del mismo, es así que en la mayoría de casos establecen estrategias en la diferenciación del costo.

Tercero: La implementación de estrategias influye en la rentabilidad financiera de las mypes en la ciudad de Chimbote, 2021, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado demostró que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 23.6%. En esta etapa el 34% de los negocios se encuentran en una fase de logrado debido a que en este proceso

operacional se administra todas las fuerzas que se ponen en acción, la poca comunicación y comprensión de los objetivos y las estrategias puede ser nocivo para alcanzar el éxito empresarial y en muchos casos no se identifica las amenazas y oportunidades más importantes.

Cuarto: La evaluación de estrategias influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Chiclaya, 2021, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 14.3 %. Pocos son los procedimientos formales en la etapa de evaluación de mypes debido a que los microempresarios por el tamaño de su empresa son responsables de varias áreas de su empresa, como son las ventas, compras, marketing y otras, lo que impide que analicen al ambiente dinámico de los factores externos e internos ya que los cambios suelen ser rápidos y drásticos.

Quinto: La innovación influye en la rentabilidad financiera de las mypes en la ciudad de Chiclaya, 2021, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 33.6%. La innovación es un componente estratégico para la competitividad en las mypes por la versatilidad en su estructura permite lograr una eficiencia administrativa empero muchas veces no se cuenta con la inversión necesaria para cambios tecnológicos que modifiquen la presentación de los productos y servicios que genere mayor satisfacción a los clientes que genere mayor lealtad y por consiguiente mayores ganancias.

Sexto: El acceso a mercados influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Chiclaya, 2021, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 22.5%. Cuanta más expansión tengas las mypes en cuanto a mercados más serán sus ventas, es un beneficio mutuo entre mercados lo que resulta necesario para ampliar las oportunidades existentes y mejorar la competitividad.

Séptimo: La articulación productiva influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Chimbote, 2021, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 16%. Existen mypes que se orienten a la integración de oportunidades conjuntas de negocios a través de asociaciones y de cooperación, la cultura emprendedora de estos negocios unificados y su flexibilidad hacen que se vuelven más rentables y competitivos.

Octavo: El financiamiento influye en la rentabilidad financiera de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Chimbote, 2021, ya que la prueba del Pseudo R cuadrado evidenció que la variabilidad de la rentabilidad financiera depende en un 25%. Los micro y pequeños empresarios recurren al endeudamiento financiero para dar inicio e impulso a sus negocios e implementar estrategias que les permita obtener mejores ganancias, por otro lado existe necesidades financieras que muchas veces las mypes no tienen el acceso y eso frena su crecimiento.

VII RECOMENDACIONES

- Primero. Las juntas directivas de las asociaciones de micro y pequeños empresarios deben fortalecerse utilizando una metodología para el planteamiento de objetivos claros y estrategias definidas que incluyen su declaración de visión y misión concretándose en un plan de negocio que no es más que un plan estratégico que structure todas sus acciones. Asimismo, la calidad del producto o servicio está relacionado a la competitividad por lo tanto es importante conocer el nivel de satisfacción de los clientes al consumir el producto o servicio para decidir si se requiere hacer innovaciones. Del mismo modo es importante que los gerentes conozcan los ratios financieros para conocer la rentabilidad de sus negocios y garantizar su permanencia y crecimiento.
- Segundo. Los directivos de los centros comerciales, las entidades gubernamentales y cámara de comercio de la provincia a través de la contratación de consultores y especialistas deben promover el pensamiento estratégico, con el objetivo de mejorar sus procesos de formulación de estrategias para que los empresarios elijan una técnica o herramienta para la formulación de estrategias que incluye el análisis de factores externos e internos que puedan afectar el negocio; del mismo modo cada empresa debe saber a dónde quiere ir, que desea lograr, planteando claramente su visión y misión y que esta sea comunicada a todo su personal de manera clara.
- Tercero. Se recomienda que los gerentes de las micro y pequeñas empresas en la etapa de implementación de las estrategias mantengan al personal motivado e informado de todas las actividades y decisiones que se tomen, bajo un liderazgo que oriente a todo el personal a dar el salto de la teoría a la acción ya que se pone en práctica la ejecución de las estrategias en este proceso operacional que implica cambios en los que los colaboradores deben estar preparados.

Cuarto. Los gerentes de las micro y pequeñas empresas deben programar sus evaluaciones para conocer el desempeño de sus estrategias, el incremento de ventas y la mejora de la rentabilidad por lo que la evaluación debe darse de manera periódica. Es imprescindible hacer las evaluaciones para conocer alguna deficiencia crítica procediendo a hacer las correcciones y la retroalimentación correspondiente revisando los objetivos y las estrategias teniendo la agilidad y la capacidad de respuesta para los cambios del entorno; tal vez sea necesario volver a formular las estrategias o renovar las actividades comparando con las expectativas que vayan obteniendo los gerentes de las mypes.

Quinto. Las innovaciones requieren inversión por lo tanto se recomienda a la dirigencia de los centros comerciales, cámara de comercio de provincial y entidades gubernamentales fortalecer las capacidades de los micro y pequeños empresarios respecto a qué tipo de innovación su empresa necesita hacer o mejorar, y cómo hacerlo, para alcanzar un mejor desarrollo empresarial de tal manera que se permita la mayor generación de valor para su negocio desde una perspectiva científica que oriente a la modernización de los componentes del negocio.

Sexto. La dirigencia de los centros comerciales por intermedio de algunas entidades gubernamentales u organizaciones deben participar en ferias comerciales que permitan dar a conocer los productos y servicios que ofrecen las mypes a los mercados locales e internacionales dando a conocer los beneficios que ofrecen, del mismo modo que se recibe la información de lo que demandan los mercados. Las autoridades de gobierno deben tomar conciencia que un mayor acceso a los mercados permite acrecentar los beneficios mutuos entre socios comerciales.

Séptimo. Las asociaciones de centros comerciales o de producción deben agruparse por afinidad, interactuando y articulándose como agentes económicos, estableciendo vínculos de interdependencia funcional para el manejo de sus procesos productivos y de servicios con la finalidad de

ser más eficientes y tener la capacidad de afrontar la competencia del mercado. Las entidades de gobierno deben reconocer la importancia en el fomento de la articulación productiva para mejorar los ingresos de los micro y pequeños empresarios, por lo que a través de los organismos públicos deben brindar asistencia técnica para su organización.

Octavo. Las asociaciones de micro y pequeños empresarios deben organizarse para exigir a las instituciones públicas correspondientes la creación de fondos de financiamiento a bajas tasas de interés, que sirva de apoyo e impulso para todos los sectores productivos de manera permanente, para garantizar el capital de trabajo que requiere cada sector y sostener la rentabilidad de sus negocios ya que son el motor de la economía del país por la generación de empleo.

VII. PROPUESTA

8.1 Fundamentación

En base a los resultados obtenidos se valoró por conveniente realizar una propuesta en función al planeamiento estratégico, dado que según los resultados el 24.5% de los micro y pequeños empresarios declaran que se encuentra en la etapa de logrado el uso de la herramienta de gestión de planeamiento estratégico, por lo tanto es la variable que aún no se encuentra en su nivel más óptimo; asimismo a través del fortalecimiento del uso de esta herramienta se espera obtener mejoras considerables en la rentabilidad financiera.

Siendo el planeamiento estratégico una herramienta que permite a las empresas estar preparada para los escenarios que se les presente en el futuro, sumado a ello los esfuerzos desplegados en el desempeño para el cumplimiento de los objetivos claros. Al respecto, Puentes y Mestre Góngora (2019) indicaron que el planeamiento estratégico es una herramienta esencial que permite el mejoramiento de los procesos dentro de un análisis y diseño de estrategias que contribuyen a mejorar la gestión empresarial, del mismo modo cada documento de planeamiento estratégico es único porque se adapta al ritmo de innovación y necesidades de cada mype. David (2013) estableció que la clave del planeamiento estratégico es concebir que su proceso es más importante que el plan escrito ya que el gerente siempre está planificando, midiendo y revisando de manera continua y Molins (1998) indicó que el planeamiento estratégico comprende procesos que aseguran el éxito de la empresa preparándose enfrentándose en mejores condiciones que los competidores a los escenarios cambiantes del entorno.

En ese sentido por los aportes de los autores mencionados se fundamenta la propuesta ya que con ello se pretende que los micro y pequeños empresarios elaboren el plan estratégico de sus negocios cumpliendo las tres fases del proceso, formulación, implementación y evaluación con el compromiso de todo el equipo de la empresa para alcanzar los objetivos, en este mundo competitivo sin un plan definido es sumamente riesgoso poco rentable.

8.2 Objetivos

Para lograr las mejoras en función al uso de la herramienta de planeamiento estratégico, se formulan los siguientes objetivos:

- ✓ Objetivo 1: Concientizar el uso de la herramienta de planeamiento estratégico
- ✓ Objetivo 2: Diagnóstico situacional de la micro y pequeña empresa
- ✓ Objetivo 3: Elaboración del plan estratégico

8.3 Actividades

Para el logro de los objetivos planteados se solicitará los permisos pertinentes a los directivos y gerentes de las micro y pequeñas empresas para que se lleve a cabo lo planificado en actividades que corresponden a los tres objetivos propuestos en la cual el responsable que dirija será el investigador:

Para el logro del objetivo 1, se realizarán cuatro talleres, Taller 1: ¿Qué es el planeamiento estratégico?, taller 2: Importancia del uso de la herramienta de planeamiento estratégico, taller 3: ventajas para la gestión empresarial del uso de la herramienta.

Para el logro del objetivo 2, se planifica como propuesta la ejecución el taller 1: Diagnóstico situacional de la empresa, taller 2: Análisis PEST, taller 3: Propuesta de una estructura empresarial.

Referente al logro del objetivo 3, taller 1: Formulación de la visión y misión, taller 2: Análisis de las 5 fuerzas de Porter; taller 3: Análisis FODA, taller 4: Determinación de estrategias, taller 5: Evaluación del plan estratégico.

Todas las actividades que se realicen requieren de personal especializado en la cual se solicitará a las entidades universitarias que solventen en coordinación con las entidades de gobierno, ya que dichos talleres se realizaran en beneficio de los micro y pequeños empresarios que son unidades económicas que generan empleo, generan inclusión social, competitividad, aporta al PBI y sobre todo es una fuente para luchar contra la pobreza.

Tabla 23

Actividades programadas para el logro del objetivo 1

| Objetivo 1: Concientizar el uso de la herramienta de planeamiento estratégico | | | | |
|---|---|----------------------------------|------------------|------------------|
| Temática a considerar | Talleres y/o sesiones | Recursos y materiales | Responsable | Presupuesto |
| Uso del planeamiento estratégico | Taller 1: ¿Qué es planeamiento estratégico? | Ppt. Proyector multimedia | Equipo directivo | Recursos propios |
| | Taller 2: Importancia del uso de la herramienta de planeamiento estratégico | Videoconferencia por zoom y/o | | |
| | Taller 3: Ventajas para la gestión empresarial del uso de la herramienta. | google meet | | |

Tabla 24

Actividades programadas para el logro del objetivo 2

| Objetivo 2: Diagnóstico situacional de la micro y pequeña empresa | | | | |
|---|---|---|------------------|------------------|
| Temática a considerar | Talleres y/o sesiones | Recursos y materiales | Responsable | Presupuesto |
| Diagnóstico situacional | Taller 1: Diagnóstico situacional de laPpt. empresa | Proyector | Equipo directivo | Recursos propios |
| | Taller 2: Análisis PEST | multimedia | | |
| | Taller 3: Análisis FODA | Videoconfere ncia por zoom y/o google mett | | |

Tabla 25

Actividades programadas para el logro del objetivo 3

| Objetivo 3: Elaboración del plan estratégico | | | | |
|--|---|--------------------------------|------------------|------------------|
| Temática a considerar | Talleres y/o sesiones | Recursos y materiales | Responsable | Presupuesto |
| Elaboración del plan estratégico | Taller 1: Formulación de la visión y misión, taller | Ppt. Proyector | Equipo directivo | Recursos propios |
| | Taller 2: Análisis de las 5 fuerzas de Porter | multimedia Videoconferencia | | |
| | Taller 3: Análisis FODA | | | |
| | Taller 4: Determinación de estrategias | por zoom y/o | | |
| | Taller 5: Evaluación del plan estratégico | google meet | | |

REFERENCIAS

- Abascal, F. (2004). *Como se hace un plan estratégico: la teoría del marketing estratégico* (4ta. ed.). Madrid: Esic. Editorial.
- Alemán R. (2006). Importancia de las MiPymes en las aglomeraciones empresariales. Una estrategia para el desarrollo regional en Colombia. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, junio, año, vol. XIV, número 001, Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia, pp. 173-186.
- Amaya, J. (2005). *Gerencia, planeación y estrategia* (4ta. ed.). Perú: Universidad Santo Tomás de Aquino.
- Arroyo, P., Vasquez, R., y Villanueva, A. (2020), *Finanzas empresariales: enfoque práctico*. Perú: Universidad de Lima, fondo editorial.
- Arana, M., Gómez, R. y Andrade, M. (2018), Opportunity Strategies related to Business Competitiveness in Restaurants in México. Case: Micro-enterprises in the Municipality of Othon P. Blanco, State of Quintana Roo. *Cuadernos de Administración*. 34 (60), 18-29. Recuperada de: <https://n9.cl/0he8l>
- Araya, A. (2017). Modelos de planeación estratégica en empresas familiares. *TEC Empresarial*, 11 (1), 23-24. Recuperada de: <https://bit.ly/3fJ1k7k>
- Araya, A. (2017). Modelo de planificación estratégica en empresas familiares. *Tec Empresarial*, 11(1), 23-24. Recuperada de <https://bit.ly/2U1Ww2z>
- Bahillo, E., Pérez, C. y Escribano, G. (2019), *Gestión Financiera*. (2da. ed.) España: ediciones paraninfo.
- Bermeo, J. (2018). *El sentido de la competitividad: Episteme y perspectivas*. Colombia: Editorial Universidad de Cauca.
- CEPAL (2007). *Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina*. Recuperada de <https://bit.ly/3E5GLxn>
- CEPAL (2013). *Como mejorar la competitividad de las pymes en la Unión Europea y América Latina y el Caribe*. Recuperada de: <https://bit.ly/35ZitFa>
- Casais, L. (2017). *La articulación productiva como elemento clave para el desarrollo económico: la experiencia de España, Corea del Sur y México frente al proceso de internacionalización de la producción, 1980-2000*. (tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias

- Administrativas, Unidad de Posgrado). Recuperada de:
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/7972?show=full>
- Ciro-Gallo, E. (2021). Evaluación de metodologías de planeación estratégica en pymes del sector confección: estudio de caso. *Revista CEA*. Recuperada de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/SSRN-id3788378.pdf>
- Chiavenato, I. (2014). *Teoría general de la administración*. México, México: McGraw Hill Interamericana Editores, SA de CV.
- Chu, M. (2021). *El ROI de las decisiones del marketing, un enfoque de rentabilidad*. Bogotá: ediciones de la U.
- Cholán, J. (2019). Incidencia de las tecnologías de información y comunicación en la competitividad de las mypes de calzado en el distrito el Porvenir (Tesis doctoral. Universidad Nacional de Trujillo. La Libertad). Recuperada de <https://bit.ly/3fwrGuq>
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica* (9na. ed.). México: Pearson Educación.
- David, F. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica* (14ava. ed.). México: Pearson Educación.
- Dang, C., Li, Z. and Yang, C. (2018) Measuring Firm Size in Empirical Corporate Finance. *Journal of Banking & Finance*, 86, 159-176. <https://n9.cl/fsn60>
- Dau, L. y Cuervo-Cazurra, A. (2014). To formalize or not to formalize: Entrepreneurship and pro-market institutions. *Journal of Business Venturing*. 29 (5), 668-686. Recuperada de: <https://bit.ly/3lZZKLc>
- Diario El Peruano. (28 de abril del 2020). Apuntalando a las mypes. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-apuntalando-a-mypes-95072.aspx?fbclid=IwAR2JO6ER6eMZtpNP5zpmPkSQcv7CHVSZwgx4yWBzPmN24yLpzR-mE49PUEE>
- De Jaime, J. (2010). *Las claves del análisis económico y financiero de una empresa*. Madrid: Esic editorial.
- De Jaime, J. (2016). *Curso Esic de emprendimiento y gestión empresarial: La rentabilidad análisis de costes y resultados*. Madrid: Esic editorial.
- Drucker, P.F. (1997). *La Rentabilidad: Análisis de Costes y Resultados*. Clásicos del Management. Barcelona: Esic Editorial.

- Escobar, A., Velandia, G., & Navarro, E. (2018). Gestión del conocimiento y competitividad en las cooperativas con sección de ahorro y crédito. *REVESCO. Revista De Estudios Cooperativos*, 127, 90-115. DOI: <https://doi.org/10.5209/REVE.59769>
- Gavurova, B., Cepel, M., Belas, J. and Dvorsky, J. (2020). Strategic Management in SMEs and Its Significance for Enhancing the Competitiveness in the V4 Countries -A Comparative Analysis, *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 15, (4), 557-569. Recuperada de file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/ManagementMarketing_clanok.pdf
- Genovese, C. y Schmidt, M (2019) El planeamiento estratégico: desafío de su implementación para las PYMES. *Centro de estudios de Administración*, 3 (2), 163-173. Recuperada de <https://bit.ly/3Gw4yXz>
- Grupo Banco Mundial (2021), Inclusión financiera, Recuperado de: <https://bit.ly/399irfN>
- González, C. y Claros V. (2018). Planificación estratégica y su incidencia en la Gestión de la empresa Depósito PAKATNAMU E.I.R.L. *Revista Ciencia y Tecnología*, 14(4),81-94. Recuperada de <https://bit.ly/3n5PxC9>
- Guedes, E., Walter, S. y Dos Santos, L. (2017). Da estratégia clássica à estratégia como prática: uma análise das concepções de estratégia e de estrategistas. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, 16(1), 8-21. Recuperada de <https://www.redalyc.org/pdf/3312/331250415002.pdf>
- Gobierno Peruano (2021) Plataforma digital; FAE MYPE Recuperada de <https://bit.ly/3vV3N58>
- Haro de Rosario, A, y Rosario, J. (2017). *Gestión financiera: Decisiones financieras a corto plazo*. España: Editorial Universidad de Almería.
- Hernández - Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Hernández - Sampieri, R. y Mendoza, C. (2019). Metodología de a investigación, las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta. México D.F.: McGraw-Hill.
- Herrera, L. (2019) Influencia del planeamiento estratégico en la gestión U.E 100 – 937 Gobierno Regional de Tumbes (Tesis doctoral. Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú). Recuperada de <https://bit.ly/3CuHnL1>

- Horrigan, J. (1968) A Short History of Financial Ratio Analysis. *The Accounting Review*, 43, 284-294.
- Instituto Iberoamericano de Mercado de Valores – IIMV (2019). La financiación de los Organismos Supervisores y Reguladores de los mercados de valores iberoamericanos. Madrid: Ed. 4 (28006). Recuperada de: <https://n9.cl/5dimp>
- Instituto Nacional de Estadística e Investigación - INEI (2021). Comportamiento de los indicadores de mercado a nivel nacional, Informe Técnico N°1. Recuperada de <https://bit.ly/2RUf9ru>
- Instituto Nacional de Estadística e Investigación – INEI (2020). Demografía empresarial en el Perú, Informe Técnico N° 2, Recuperada de <https://bit.ly/3ffSGwP>
- Organización Internacional de maderas tropicales – ITTO (2015) Acceso al mercado. Recuperado de: <https://n9.cl/jiovm>
- Jerez, J. y García – Mendoza, A. (2010). Marketing internacional para la expansión de empresas. Madrid: Esic Editorial.
- Krieguer, J. Felcman, I. y Larocca, H. (2014), *Planeamiento Estratégico: Gobierno, Administración Pública, Empresas*. Buenos Aires: ERREPAR S.A.
- Laitinen, E. (2018) Financial Reporting: Long-Term Change of Financial Ratios. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8, 1893-1927. <https://n9.cl/2cqry>
- Leyva, A., Cavazos J., y Espejel, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes, *Contaduría y Administración*, 63(3), 1-21. Recuperada de <https://bit.ly/3fYY6N3>
- Lawrence J., (2003). *Principios de administración financiera* (10ma. ed.). México, Pearson Educación.
- López, A. y De La Garza, M. (2020). Creation of value through strategic planning in microenterprises, *Contaduría y Administración*, 65 (3), 1-23. Recuperada de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7504745>
- López, J., Somohano, F. y Martínez, F. (2017). Efecto de la innovación en la rentabilidad de las mipymes en contextos económicos de recesión y expansión. *Tec. Empresarial*, 12(1), 7-18. Recuperada de <https://bit.ly/3cAGfe7>

- López, M. y Gómez K. (2018), *Gestión de costos y precios*. México: Editorial Patria.
- Puentes, C. y Mestre-Góngora G. (2019), Plan estratégico basado en ITIL para mipymes en el departamento de Arauca- Colombia. *Lámpsakos*, (22), 66-84. Recuperada de <https://bit.ly/31H04yD>
- Martinez, D. y Milla, A. (2012). *Elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Mendoza y Ortíz, (2016). *Contabilidad Financiera para contaduría y Administración*. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Meana, P. (2017). *Gestión de inventarios*. España, Ediciones Paraninfo S.A.
- Mintzberg, H. & Brian, J. (1993). *El Proceso Estratégico: Conceptos, contextos y casos* (2da. ed.). México: Prentice Hall Hispanoamérica
- Mintzberg, H. & Brian, J. (1997). *El Proceso Estratégico: Conceptos, contextos y casos*. México: Prentice Hall Hispanoamérica
- Ministerio de Producción (2021) Estudios económicos: Información Regional, Recuperada de <https://bit.ly/2SjFAoJ>
- Molina, T. (2017). *La articulación productiva como elemento clave para el desarrollo económico: la experiencia de España, Corea del Sur y México frente al proceso de internacionalización de la producción, 1980, 2000*. (Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid). Recuperada de <https://bit.ly/3o7RPUN>
- Mora-Riapira, Vera-Colina y Melgarejo Molina (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las mipymes del sector comercio en Bogotá, *Estudios Gerenciales*, 31 (134), 79-87. Recuperada de <https://bit.ly/354mqsG>
- Molins, M. (1998). *Teoría de la planificación*. Venezuela: Universidad Central de Venezuela Comisión de estudio de postgrado.
- Morales, A y Morales, J. (2014). *Finanzas*. México: editorial patria.
- Mulaa, J. (2020). The role of strategy in the relationship between strategic planning systems and performance. *International Journal of Business Strategy and Automation*.1 (1), 23. Recuperada de <https://bit.ly/3FJchkl>
- Muller, L. (2018). *Análisis definitivo de la información financiera de la empresa*. España: Punto rojo libros.
- Muller, G. (1995). El caleidoscopio de la competitividad. *Revista de la CEPAL*, (56), 137-148. Recuperada de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11993/1/056137148_es.pdf

Ngoc, A., Van, H., Xuan, B. y Quang, T. (2019). The lasting effects of innovation on firm profitability: panel evidence from a transitional economy. *Economic research-ekonomska istraživanja*. 32 (1), 3417-3436. Recuperada de <https://bit.ly/3l4dRWv>

Organización Mundial de Comercio (2021)., Recuperado de <https://bit.ly/3De0UPY>
OCDE (2021). ¿Por qué son importantes los libres mercados? <https://bit.ly/3hqXPnw>

OCDE (2005). Manual de Oslo: directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación. Recuperada de <https://bit.ly/3Ahzzwf>

OCDE (2021). Monitoreo y Evaluación del Plan Estratégico de Nuevo León 2015-2030: Uso de la Evidencia para lograr el desarrollo sostenible, estudios de la OCDE sobre gobernanza Pública, OECD Publishing, Paris.

OCDE (2012). Perspectivas de la OCDE sobre la Competitividad de la Economía Europea. España. Recuperada de <https://bit.ly/3A0BbKD>

OECD/CAF (2019), América Latina y el Caribe 2019: Políticas para PYMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur, OECD Publishing, Paris. Recuperada de <https://doi.org/10.1787/60745031-es>

Organización internacional de las maderas tropicales (2021). Recuperado de <https://bit.ly/3d7AK6U>

Ocaña, H. (2012). *Dirección estratégica de los negocios*. Buenos Aires: Editorial Dunken.

Parra, R. y Toro, I. (2006) Método y conocimiento, metodología de la investigación. Colombia: Fondo Editorial Universidad EAFIT

Pérez- Carvallo, J. (2015). La gestión financiera de la empresa. Madrid: Esic Editorial

Ponce F., y Zevallos E. (2017). La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible 360. *Revista De Ciencias De La Gestión*, 1(2), 46-68. DOI: <https://doi.org/10.18800/360gestion.201702.003>

Ponce, O., Morejón, G., Salazar, G. y Sánchez, E. (2019). Introducción a las finanzas. España: Editorial área de innovación y desarrollo.

- Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia* (38 ava). Mexico: Editorial patria.
- Prieto, J. (2018). *Gestión Estratégica Organizacional* (5ta. ed.). Madrid: Ecoe Ediciones.
- Puentes, C. y Maestre-Góngora, G. (2019). Plan estratégico basado en ITIL para mipymes en el departamento de Arauca-Colombia. *Lámpsakos*, (22), 68-84. Recuperada de: <https://n9.cl/u2xn3>
- Rizzo, G. y Castro Chiriboga, A. (2017). Planeación estratégica la forma más básica para establecer el cabal cumplimiento de las metas y objetivos en cualquier organización. *Revista Publicando*, 11(2), 682-697. Recuperada de <https://bit.ly/3mrVKYO>
- Reza, J., Guerrero, R. y López P. (2019). Strategies for the competitiveness of the trade in Tecamachalco, Puebla: Case of the grocery stores. *Journal of Bussines Development Strategies*. 5 (16), 27-34. Recuperada de <https://bit.ly/37X6PNy>
- Rodríguez, F. (2017), Finanzas corporativas: una propuesta metodológica. México: Instituto mexicano de contadores públicos.
- Romangnoli, F., Molina J. y Parrado, A. (2018). How to improve smallholder market Access: Evaluation of Mercados Campesinos in Colombia. 36 (1), 79-87. Recuperada de <https://bit.ly/3lsfQEk>
- Rosales, C. (2021). *Gerencia estratégica, responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar S.A.* (Tesis doctoral. Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú). Recuperada de: <https://bit.ly/3uuY7h2>
- Rosendo, V. (2018). *Investigación de Mercados, aplicación al marketing estratégico empresarial*. Madrid: Esic editorial.
- Sainz de Vicuña, J. (2009). *El plan estratégico en la práctica* (2da. ed.). Madrid: Esic editorial.
- Sainz de Vicuña, J. (2017). *El plan estratégico en la práctica* (5ta. ed.). Madrid: Esic editorial.
- Sierra, R. (2003). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. España Ediciones Paraninfo.

- Schumpeter, J. A. (1989). *Economic theory and entrepreneurial history*. Cambridge: Harvard University Press.
- Solis, V. (2018). *La gestión administrativa y su incidencia en la sostenibilidad financiera de las pymes formales del sector manufacturero de la provincia de Manabí – República de Ecuador*. (tesis de doctorado) Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperada de: <https://n9.cl/0bahv>.
- Stoner, J. A. F., & Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. Jr. (1996). *Administración* (6th ed.). México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Stouten, J., Rousseau, D. y De Cremer, D. (2018). Successful Organizational Change: Integrating the Management Practice and Scholarly Literatures. *Academy of Management*. 12 (2), 1941-6520. Recuperada de: <https://bit.ly/3Lk0j4L>
- Tarziján, J. (2018). *Fundamentos de Estrategia Empresarial*. (5ta. ed.). Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile
- Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (2020). Boletín N°11. Recuperado de : <https://bit.ly/3FjD721>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria Emprender SUNAT <https://bit.ly/3o5CAKr>
- Vargas, T., Saavedra, M., Villegas, E., Hidalgo, R. (2020). Determinantes de la competitividad en pymes comerciales del municipio de Acaxochitlan, México. *Revista venezolana de gerencia*, 25 (4), 82-96. Recuperada de <https://bit.ly/3p1ZgLU>
- Torres, Z. (2014). *Teoría general de la Administración*. México: Grupo Editorial Patria.
- Zambrano-Farías, F., Sánchez-Pacheco, M. y Correa-Soto, Sara (2021). Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de microempresas en Ecuador. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11 (22), 235-249. Recuperada de [file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/5138-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20\(anonimizado\)%20\(obligatorio\)-36232-1-10-20210923.pdf](file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/5138-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(anonimizado)%20(obligatorio)-36232-1-10-20210923.pdf)
- Zúñiga, X. (2018). Las estrategias competitivas y el desarrollo empresarial en las Pymes comerciales de productos de consumo masivo en el cantón Milagro,

Ecuador 2012 – 2016. (Tesis doctotal Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Recuperada de:

file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Zuniga_sx%20(4).pdf

Zurita, F., Pucutay, J., Córdova, J.y León, L. (2019). Estrategias financieras para incrementar la rentabilidad. Caso: Empresa Indema Perú S.A.C. *Innova Research Journal*, 4 (3), 30-41. Recuperada de

file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/1175-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4942-1-10-20191112.pdf

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de operacionalización de variables

Matriz de operacionalización de la variable independiente (X₁): Planeamiento estratégico

| Variables de estudio | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|---------------------------------|---|---|---------------------------------|--|--|
| Planeamiento estratégico | El planeamiento estratégico se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten a una empresa alcanzar sus objetivos y para lograr el éxito de una organización. Las actividades de formulación, implementación y evaluación de estrategias ocurren en tres niveles jerárquicos: corporativo, divisional o de las unidades estratégicas de negocio y funcional (Fred, 2013, p. 5). | El planeamiento estratégico se medirá con un cuestionario en escala ordinal con 3 dimensiones: formulación de estrategias, implementación de estrategias y evaluación de estrategias: ítem. | -Formulación de estrategias. | -Visión -Misión -Evaluación interna -Evaluación externa -Planteamiento de - Objetivos | Escala ordinal: - Nunca (1) - Casi Nunca (2) - A veces (3) - Casi Siempre (4) - Siempre (5) |
| | | | -Implementación de estrategias. | -Estrategias de gerencia. -Estrategias de marketing y ventas -Estrategias de producción -Estrategias de Recursos Humanos -Estrategias de finanzas y contabilidad | |
| | | | -Evaluación de estrategias | -Revisión, evaluación y control de estrategia. | |

Matriz de operacionalización de la variable independiente (X₂): competitividad empresarial

| VARIABLES DE ESTUDIO | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|----------------------------|--|---|-------------------------|---|--|
| Competitividad empresarial | Es la capacidad que tiene una empresa de plantear estrategias competitivas que le permitan aumentar la participación del mercado a un ritmo sostenible. Esas capacidades también están relacionadas con ciertos factores, dominados o no por las empresas, desde el fortalecimiento de capacidades del personal y los procesos de gestión gerenciales-administrativos hasta las políticas públicas, la infraestructura y las particularidades de la demanda y la oferta (CEPAL, 2013, p. 7). | La competitividad se medirá la innovación con un cuestionario en escala ordinal con tres dimensiones: el acceso a mercados, la articulación productiva y el acceso al financiamiento. | -Innovación | -Capacitación al recurso humano. -Innovación en productos y/o servicios. -Innovación en procesos. -Mejoramiento de la calidad. - Acceso a tecnologías. -Innovación organizacional. | Escala ordinal: - Nunca (1) - Casi Nunca (2) - A veces (3) - Casi Siempre (4) - Siempre (5) |
| | | | -Acceso a mercados. | -Competencia. -Capacidad productiva. -Regulaciones gubernamentales. | |
| | | | Articulación productiva | -Integración de actividades. -Política pública para la articulación productiva. | |
| | | | Financiamiento | -Productos financieros diferenciados para las mypes. -Garantías gubernamentales para créditos mype. | |

Matriz de operacionalización de la variable dependiente (Y): rentabilidad financiera

| VARIABLES DE ESTUDIO | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|-------------------------|--|--|---------------------------|--|--|
| Rentabilidad financiera | <p>Es el rendimiento sobre Activos Totales y mide la eficiencia de la empresa en el aprovechamiento de los recursos involucrados en ella.</p> <p>Está enfocado en tres factores: a) el margen de utilidad en ventas; haciendo el debido manejo del margen de utilidad le permite a las empresas ser más rentable sin vender una gran cantidad de unidades. b) uso eficiente de los activos; se da cuando se obtiene un margen menor en la utilidad sobre el valor de la venta, pero es compensado por la alta rotación. c) multiplicador de capital; corresponde al apalancamiento financiero que consiste en obtener recursos de dos formas, aportes de los socios y créditos con terceros (De Jaime, 2016, p. 55).</p> | <p>La rentabilidad financiera se medirá con un cuestionario en escala ordinal con tres dimensiones: el Margen neto de utilidad, Rotación de los activos, Apalancamiento financiero</p> | Margen neto de utilidad | $\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$ | <p>Escala ordinal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nunca (1) - A veces (2) - Siempre (3) |
| | | | Rotación de los activos | $\text{Rotación de Activos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$ | |
| | | | Apalancamiento financiero | $\text{Apalancamiento financiero} = \frac{\text{Activos totales}}{\text{Patrimonio Neto}}$ | |

Anexo 02: Instrumentos de recolección de datos

INSTRUMENTO QUE MIDE EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Finalidad

El instrumento tiene la finalidad de conocer los niveles del capital intelectual.

Instrucciones:

Estimados (as) empresarios, el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información relevante para conocer los niveles de uso de la herramienta de gestión de planeamiento estratégico. Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque dentro de los recuadros sólo con un aspa (x). Estas respuestas son anónimas y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta. Donde las escalas son:

- Nunca (1)
- Casi Nunca (2)
- A veces (3)
- Casi siempre (4)
- Siempre (5)

| Nº | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|-------|------------|---------|--------------|---------|
| | Dimensión 1: Formulación de estrategias | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 1 | Consideras importante establecer la visión de la empresa. | | | | | |
| 2 | Has pensado en una situación futura de su empresa. | | | | | |
| 3 | Identificas cual es el propósito de tu negocio. | | | | | |
| 4 | Identificas a sus principales clientes | | | | | |
| 5 | Analizas los factores externos que pueden afectar su empresa (económica, política y social). | | | | | |
| 6 | Analizas las presencia de competidores y nuevos competidores. | | | | | |
| 7 | Estas en la capacidad de atender grandes pedidos a clientes. | | | | | |
| 8 | Evalúas y analizas las necesidades de los clientes. | | | | | |
| 9 | Se cumplen los objetivos de la empresa. | | | | | |

| Dimensión 2: Implementación de estrategias | | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
|---|---|-------|------------|---------|--------------|---------|
| 10 | Planteas estrategias de bajo costo | | | | | |
| 11 | Planteas estrategias para diferenciarse de sus competidores | | | | | |
| 12 | Planteas estrategias de enfoque (se dirige a un nicho de mercado) | | | | | |
| 13 | Has segmentado el mercado al que dirige su producto | | | | | |
| 14 | Cuentas con redes de interacción social con sus clientes | | | | | |
| 15 | Fijas sus precios en relación a sus competidores. | | | | | |
| 16 | Algunas operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse. | | | | | |
| 17 | Proyectas incrementar tu producción. | | | | | |
| 18 | El personal está capacitado para resolver los problemas que se presentan en su empresa. | | | | | |
| 19 | Fomentas un trato apropiado y amable en la empresa | | | | | |
| 20 | Conoces cual es la realidad financiera de su empresa | | | | | |
| Dimensión 3: Evaluación de estrategias | | Nunca | Casi Nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 21 | Realizas evaluaciones mensuales sobre las operaciones de la empresa. | | | | | |
| 22 | Cuenta su empresa con un área de control interno. | | | | | |

INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Finalidad:

El instrumento tiene la finalidad de conocer los niveles de competitividad empresarial

Instrucciones:

Estimados (as) empresarios, el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información relevante para conocer los niveles de competitividad empresarial. Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque dentro de los recuadros sólo con un aspa (x). Estas respuestas son anónimas y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta. Donde las escalas son:

- Nunca (1)
- Casi Nunca (2)
- A veces (3)
- Casi siempre (4)
- Siempre (5)

| Nº | Ítems | 1 | 2 | 3 |
|----|--|-------|---------|---------|
| | Dimensión 1: Innovación | Nunca | A veces | Siempre |
| 1 | Ha recibido capacitación en nuevas tecnologías y nuevas técnicas de trabajo en su sector. | | | |
| 2 | Desarrolla marca propia para su empresa. | | | |
| 3 | Has incorporado nuevos productos a su negocio. | | | |
| 4 | Considera la innovación de sus productos importante para captar más clientes. | | | |
| 5 | En los últimos meses ha incrementado la demanda de su producto o servicio. | | | |
| 6 | Cuentas con elementos técnicos que intervienen en el proceso de elaboración y diseño del producto. | | | |
| 7 | Has obtenido beneficios en la productividad que su negocio al mejorar los procesos de producción. | | | |
| 8 | Realizas mejoras en los procesos para reducir costos. | | | |
| 9 | Existe alineación de la estrategia principal de su negocio con la innovación. | | | |
| | Dimensión 2: Acceso a mercados | Nunca | A veces | Siempre |
| 10 | Conoce los mercados externos e internos que adquieren sus productos. | | | |

| | | | | |
|---|--|-------|---------|---------|
| 11 | Conoce a sus competidores directos y de productos sustitutos. | | | |
| 12 | Buscas nuevos mercados para ofrecer sus productos y servicios. | | | |
| 13 | Tienes la capacidad de atender una alta demanda local. | | | |
| 14 | Tiene conocimiento de fuentes de apoyo técnico y de políticas públicas para promocionar, mejorar e impulsar el crecimiento de las mypes. | | | |
| Dimensión 3: Articulación productiva | | Nunca | A veces | Siempre |
| 15 | Has recibido capacitación grupal en aspectos técnico-productivos (diseño, calidad, procesos). | | | |
| 16 | Consideras que existe apoyo de las autoridades locales, regionales y nacionales para la integración de actividades. | | | |
| 17 | Ha logrado establecer nuevos contactos empresariales y comerciales a través del programa. | | | |
| 18 | Participas en redes empresariales (clúster, asociaciones. Foros). | | | |
| Dimensión 4: Financiamiento | | Nunca | A veces | Siempre |
| 19 | Consideras que el acceso al crédito financiero es suficiente para realizar las inversiones en nuevas tecnologías e insumos. | | | |
| 20 | Has obtenido un crédito como mypes a una tasa de interés inferior a la del mercado financiero. | | | |
| 21 | Consideras que el gobierno ofrece garantías de respaldo para créditos MYPE. | | | |

INSTRUMENTO QUE MIDE LA RENTABILIDAD FINANCIERA

Finalidad:

El instrumento tiene la finalidad de conocer los niveles de rentabilidad financiera de los negocios de las micro y pequeña empresa.

Instrucciones:

Estimados (as) empresarios, el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información relevante Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque dentro de los recuadros sólo con un aspa (x). Estas respuestas son anónimas y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta. Donde las escalas son:

Nnunca

A veces

Siempre

| Nº | Ítems | 1 | 2 | 3 |
|----|--|-------|---------|---------|
| | Dimensión 1: Margen neto | Nunca | A veces | Siempre |
| 1 | Su empresa genera utilidades | | | |
| 2 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido positiva. | | | |
| 3 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido negativa. | | | |
| 4 | Reinvierte sus utilidades. | | | |
| 5 | Conoce cuál es el porcentaje de margen de utilidad de su empresa. | | | |
| 6 | Su empresa cumple con la meta de ventas. | | | |
| 7 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han aumentado. | | | |
| 8 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han disminuido. | | | |
| | Dimensión 2: Rotación de activos | Nunca | A veces | Siempre |
| 9 | Le ha faltado mercaderías para atender la demanda con regularidad. | | | |
| 10 | Tienes suficiente stock en mercadería para atender sus productos o servicios con regularidad | | | |
| 11 | Su empresa mantiene un inventario actualizado de activos fijos. | | | |
| 12 | El patrimonio de la empresa se perjudica por el pago de pasivos. | | | |

| | | | | |
|--|--|-------|---------|---------|
| 13 | Su empresa invierte en activos | | | |
| Dimensión 3: Endeudamiento financiero | | Nunca | A veces | Siempre |
| 14 | Ha adquirido activos a través de préstamos bancarios. | | | |
| 15 | El capital que dio inicio a su actividad empresarial fue a través de crédito financiero. | | | |
| 16 | Lleva el control de sus créditos financieros. | | | |
| 17 | Los préstamos financieros incrementan la rentabilidad de su empresa. | | | |
| 18 | Cuenta con liquidez para pagar sus compromisos económicos y financieros con terceros. | | | |
| 19 | El endeudamiento le ha permitido mejorar sus procesos productivos. | | | |
| 20 | El endeudamiento le ha permitido incrementar sus ventas. | | | |
| 21 | Paga puntualmente sus préstamos bancarios. | | | |
| 22 | El endeudamiento financiero le genera liquidez para la compra de activos. | | | |
| 23 | Cuenta con liquidez para pagar asumir sus compromisos económicos y financieros con terceros. | | | |
| 24 | El endeudamiento financiero le ha permitido incrementar su patrimonio. | | | |

Anexo 03: Ficha técnica del instrumento

Ficha técnica del instrumento que mide el uso del planeamiento estratégico

Autor: Romi Rubí Zúñiga Abregú

Año: 2021

Finalidad: El instrumento tiene la finalidad de conocer los niveles de uso de la herramienta de gestión del planeamiento estratégico.

Dimensiones:

- ✓ Formulación de estrategias
- ✓ Implementación de estrategias
- ✓ Evaluación de estrategias

Los ítems presentaran alternativas de opinión con las siguientes opciones

Nunca (1)

Casi Nunca (2)

A veces (3)

Casi siempre (4)

Siempre (5)

Cuestionario de uso de la herramienta de Planeamiento Estratégico

Datos generales:

Sexo: Masculino () Femenino () Edad: ... años

Constitución: Persona Natural () Persona Jurídica ()

Cuantos años tiene su negocio: 0 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () 16 a 25 () 26 a más ()

Sector de su negocio: textil () comercio () restaurante () otros ()

Instrucciones:

Estimado empresario el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información relevante para conocer los niveles de uso del planeamiento estratégico. Lea detenidamente cada una de las preguntas y marca dentro de los recuadros sólo un aspa (X). Estas respuestas son anónimas, y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta.

Donde:

(1) Nunca

(2) Casi nunca

(3) A veces

(4) Casi siempre

(5) Siempre

| N° | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|-------|------------|---------|--------------|---------|
| | Dimensión 1: Formulación de estrategias | Nunca | Casi Nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 1 | Consideras importante establecer la visión de la empresa. | | | | | |
| 2 | Promueves el conocimiento de la visión de la empresa | | | | | |
| 3 | Has pensado en una situación futura de su empresa | | | | | |
| 4 | Identificas el propósito de tu negocio | | | | | |
| 5 | Identificas el área geográfica donde compite su empresa | | | | | |
| 6 | Sabes cuales son los productos o servicios que vende su empresa | | | | | |
| 7 | Identificas a sus principales clientes | | | | | |
| 8 | Analizas las fuerzas económicas que pueden afectar a su empresa | | | | | |
| 9 | Analizas las fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales que afecten a su empresa | | | | | |
| 10 | Analizas las fuerzas políticas, gubernamentales y legales que afecten a su empresa | | | | | |
| 11 | Analizas las fuerzas tecnológicas que pueden afectar su empresa | | | | | |
| 12 | Analizas la presencia de competidores y nuevos competidores | | | | | |
| 13 | Estas en la capacidad de atender grandes pedidos a clientes | | | | | |
| 14 | Existe buen ambiente de trabajo en su empresa | | | | | |
| 15 | Evalúas y analizas las necesidades de los clientes | | | | | |
| 16 | Has planteado objetivos anuales para tu empresa | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|-------|------------|---------|--------------|---------|
| 17 | Se cumplen los objetivos de la empresa | | | | | |
| 18 | Los objetivos que se plantea son cuantitativos | | | | | |
| Dimensión 2: Implementación de estrategias | | Nunca | Casi Nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 19 | Planteas estrategias de bajo costo | | | | | |
| 20 | Planteas estrategias para diferenciarse de sus competidores | | | | | |
| 21 | Planteas estrategias de enfoque (se dirige a un nicho de mercado) | | | | | |
| 22 | Has segmentado el mercado al que dirige su producto | | | | | |
| 23 | Su producto está posicionado en el mercado. | | | | | |
| 24 | Cuentas con redes de interacción social con sus clientes | | | | | |
| 25 | Fijas sus precios en relación a sus competidores. | | | | | |
| 26 | Algunas operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse. | | | | | |
| 27 | Proyectos incrementar tu producción. | | | | | |
| 28 | Las remuneraciones se pagan de acuerdo a ley. | | | | | |
| 29 | El personal está capacitado para resolver los problemas que se presentan en su empresa. | | | | | |
| 30 | Fomentas un trato apropiado y amable en la empresa | | | | | |
| 31 | La empresa cuenta con suficiente capital de trabajo | | | | | |
| 32 | Es óptima la situación de endeudamiento de la empresa | | | | | |
| Dimensión 3: | | Nunca | Casi Nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 33 | Realizas evaluaciones mensuales sobre las operaciones de la empresa. | | | | | |

Ficha técnica del instrumento que mide el nivel de competitividad empresarial

Año: 2021

Finalidad: El instrumento tiene la finalidad de conocer los niveles de competitividad de su empresa.

Dimensiones:

- ✓ Innovación
- ✓ Acceso a mercados
- ✓ Articulación productiva
- ✓ Financiamiento

Los ítems presentaran alternativas de opinión con las siguientes opciones

- Nunca
- A veces
- Siempre

Cuestionario para conocer el nivel de competitividad empresarial

Datos generales:

Sexo: Masculino () Femenino () Edad: ... años

Constitución: Persona Natural () Persona Jurídica ()

Cuantos años tiene su negocio: 0 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () 16 a 25 () 26 a más ()

Sector de su negocio: textil () comercio () restaurante () otros ()

Instrucciones:

Estimado empresario el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información relevante para conocer los niveles competitividad de su empresa. Lea detenidamente cada una de las preguntas y marca dentro de los recuadros sólo un aspa (X). Estas respuestas son anónimas, y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta.

| Nº | Ítems | 1 | 2 | 3 |
|----|---|-------|---------|---------|
| | Dimensión 1: Innovación | Nunca | A veces | Siempre |
| 1 | Ha recibido capacitación en nuevas tecnologías y nuevas técnicas de trabajo en su sector. | | | |

| | | | | |
|---|---|-------|---------|---------|
| 2 | Desarrolla marca propia para su empresa. | | | |
| 3 | Realiza diversidad de presentaciones en productos o servicios | | | |
| 4 | Ha incorporado nuevos productos a su negocio. | | | |
| 5 | Considera la innovación de sus productos importante para captar más clientes. | | | |
| 6 | En el último año su empresa ha implementado algún proceso de innovación en el proceso productivo o de servicio. | | | |
| 7 | Su negocio ha alcanzado la productividad de requiere.. | | | |
| 8 | Realiza mejoras en los procesos para reducir costos. | | | |
| 9 | En los últimos meses ha incrementado la demanda de su producto o servicio. | | | |
| 10 | En los últimos meses ha recibido algún tipo de reclamo respecto a los productos o servicios. | | | |
| 11 | Cuenta con elementos técnicos que intervienen en el proceso de elaboración y diseño del producto. | | | |
| 12 | Cuenta con equipos tecnológicos para la interacción con sus clientes. | | | |
| 13 | Existe alineación de la estrategia principal con la innovación. | | | |
| 14 | Su empresa tiene el enfoque de la calidad en sus productos, servicios y procesos. | | | |
| Dimensión 2: Acceso a mercados | | Nunca | A veces | Siempre |
| 15 | Conoce los mercados externos e internos que adquieren sus productos. | | | |
| 16 | Conoce a sus competidores directos y de productos sustitutos. | | | |
| 17 | Ha recibido asistencia técnica en comercio electrónico, comercio exterior, marketing para enfrentar a su competidor. | | | |
| 18 | Buscas nuevos mercados para ofrecer sus productos y servicios. | | | |
| 19 | Tienes la capacidad de atender una alta demanda local. | | | |
| 20 | Tienes la capacidad de atender una alta demanda nacional. | | | |
| 21 | Tiene conocimiento de fuentes de apoyo técnico y de políticas públicas. | | | |
| 22 | Consideras que se requieren proyectos gubernamentales para promocionar, mejorar e impulsar el crecimiento de las mypes. | | | |
| Dimensión 3: Articulación productiva | | Nunca | A veces | Siempre |
| 23 | Has recibido capacitación grupal en aspectos técnico-productivos (diseño, calidad, procesos). | | | |

| | | | | |
|------------------------------------|---|-------|---------|---------|
| 24 | Consideras que existe apoyo de las autoridades locales, regionales y nacionales para la integración de actividades. | | | |
| 25 | Tienes conocimiento de políticas públicas que favorecen a su sector. | | | |
| 26 | Ha logrado establecer nuevos contactos empresariales y comerciales a través del programa. | | | |
| 27 | Participas en redes empresariales (clúster, asociaciones. Foros). | | | |
| 28 | Estas encuentra asociado con empresarios de su mismo sector o rubro. | | | |
| Dimensión 4: Financiamiento | | Nunca | A veces | Siempre |
| 29 | Consideras que el acceso al crédito financiero es suficiente para realizar las inversiones en nuevas tecnologías e insumos. | | | |
| 30 | Has obtenido un crédito como mypes a una tasa de interés inferior a la del mercado financiero. | | | |
| 31 | Consideras que el gobierno ofrece garantías de respaldo para créditos MYPE. | | | |

Ficha técnica del instrumento que mide el nivel de rentabilidad financiera de la micro y pequeña empresa

Autor: Romi Rubí Zúñiga Abregú

Año: 2021

Finalidad: El instrumento tiene la finalidad de conocer la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas.

Dimensiones:

- ✓ Margen Neto
- ✓ Rotación de Activos
- ✓ Apalancamiento financiero

Los ítems presentaran alternativas de opinión con las siguientes opciones

- Nnunca
- A veces
- Siempre

Cuestionario para conocer la rentabilidad financiera de su empresa

Datos generales:

Sexo: Masculino () Femenino () Edad: ... años Grado y sección:.....

Constitución: Persona Natural () Persona Jurídica ()

Cuantos años tiene su negocio: 0 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () 16 a 25 () 26 a más ()

Sector de su negocio: textil () comercio () restaurante () otros ()

Instrucciones:

Estimado empresario el presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información relevante para conocer qué tan rentable puede ser su empresa. Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque dentro de los recuadros sólo un aspa (X). Estas respuestas son anónimas, y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta.

Donde:

- (1) Si
- (2) No
- (3) A veces

| N° | Ítems | 1 | 2 | 3 |
|---|--|-------|---------|---------|
| Dimensión 1: Margen neto | | Nunca | A veces | Siempre |
| 1 | En los últimos meses su utilidad ha sido positiva. | | | |
| 2 | En los últimos meses su utilidad ha sido negativa. | | | |
| 3 | Reinviertes sus utilidades de la empresa | | | |
| 4 | Realizas el análisis del rendimiento sobre el capital cuando sus clientes realizan pedidos de sus productos mediante créditos. | | | |
| 5 | En el último trimestre el cálculo de la rentabilidad financiera ha aumentado. | | | |
| 6 | Conoces cuál es el porcentaje de margen de utilidad de su empresa. | | | |
| 7 | En los últimos meses las ventas han disminuido. | | | |
| 8 | En los últimos meses las ventas han aumentado. | | | |
| Dimensión 2: Rotación de activos | | Nunca | A veces | Siempre |
| 9 | El patrimonio de la empresa se perjudica por el pago de pasivos | | | |
| 10 | Evidencias que las estrategias que planteas favorecen al capital de la empresa. | | | |
| 11 | Hay meses en que la empresa no logra su margen de ventas. | | | |
| 12 | Su empresa invierte en activos. | | | |
| 13 | Tienes suficiente stock en mercadería para atender sus productos o servicios con regularidad | | | |
| 14 | Le ha faltado mercaderías para atender la demanda con regularidad | | | |
| 15 | Tienes suficiente stock en mercadería, pero las ventas son bajas. | | | |
| Dimensión 3: Apalancamiento financiero | | Nunca | A veces | Siempre |
| 16 | Mensualmente realizas cálculos financieros. | | | |
| 17 | Ha adquirido activos a través de préstamos bancarios. | | | |
| 18 | Los prestamos financieros incrementan la rentabilidad de su empresa. | | | |
| 19 | El endeudamiento financiero mejora la liquidez de la empresa. | | | |
| 20 | Cuentas con liquidez para pagar y asumir sus compromisos económicos y financieros con terceros. | | | |
| 21 | El endeudamiento financiero ha permitido mejorar sus procesos productivos. | | | |
| 22 | El endeudamiento financiero ha permitido incrementar las ventas | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 23 | El último año ha recurrido de financiamiento bancario. | | | |
| 24 | El capital que dio inicio a su actividad empresarial fue a través de endeudamiento financiero | | | |

Anexo 04: Tamaño de la muestra

Población y muestra

Población: La población estuvo conformada por 125 micro y pequeños empresarios del casco urbano del centro de la ciudad de Chimbote

Muestra: A efectos de calcular la muestra, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

En dónde:

$z = 1.96$ (Nivel de confianza = 95%)

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$e = 0.05$ (5% de error muestral)

$N = 125$

$n = 94$

La muestra estuvo constituida por 94 micro y pequeños empresarios, así mismo, dado la naturaleza de la población se determinó por estratos, mediante una fracción constante (Fh). El cálculo se visualiza en la siguiente tabla:

Tabla 12

Muestra estratificada

| Número | Tamaño | Población | Fh | Muestra estratificada |
|--------|-----------------|-----------|-------|-----------------------|
| 1 | Micro empresa | 85 | 0.752 | 64 |
| 2 | Pequeña empresa | 40 | 0.752 | 30 |
| Total | | | | 94 |

Nota: Elaboración propia

Anexo 05: Validez y confiabilidad de instrumentos

Validez de juicio de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: FORMULACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 1 | Consideras importante establecer la visión de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 2 | Has pensado en una situación futura de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Identificas cual es el propósito de su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Identificas a sus principales clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | Analizas los factores externos que pueden afectar a su empresa (económica, política y social) | X | | X | | X | | |
| 6 | Analizas la presencia de competidores y nuevos competidores. | X | | X | | X | | |
| 7 | Estas en la capacidad de atender grandes pedidos a clientes. | X | | X | | X | | |
| 8 | Evalúas y analizas las necesidades de los clientes. | X | | X | | X | | |
| 9 | Se cumplen los objetivos de la empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 10 | Planteas estrategias de bajo costo. | X | | X | | X | | |
| 11 | Planteas estrategias para diferenciarse de sus competidores. | X | | X | | X | | |
| 12 | Planteas estrategias de enfoque (se dirige a un nicho de mercado). | X | | X | | X | | |
| 13 | Has segmentado el mercado al que dirige su producto. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 14 | Cuentas con redes de interacción social con sus clientes. | X | | X | | X | | |
| 15 | Fijas sus precios en relación a sus competidores. | X | | X | | X | | |
| 16 | Algunas operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse. | X | | X | | X | | |
| 17 | Proyectas incrementar tu producción. | X | | X | | X | | |
| 18 | El personal está capacitado para resolver los problemas que se presentan en su empresa. | X | | X | | X | | |
| 19 | Fomentas un trato apropiado y amable en la empresa. | X | | X | | X | | |
| 20 | Conoces cual es la realidad financiera de su Empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3: EVALUACION DE ESTRATEGIAS | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 21 | Realizas evaluaciones mensuales sobre las operaciones de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 22 | Se cuenta con un área de control interno | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): **Dora Lourdes Ponce Yactayo** **DNI: 09747014**

Especialidad del validador: **Administración de la educación**

16 de setiembre 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: INNOVACIÓN | | | | | | | |
| 1 | Has recibido capacitación en nuevas tecnologías y nuevas técnicas de trabajo en su sector. | X | | X | | X | | |
| 2 | Desarrollas marca propia para su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Has incorporado nuevos productos a su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Consideras la innovación de sus productos importante para captar más clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | En los últimos meses ha incrementado la demanda de su producto o servicio. | X | | X | | X | | |
| 6 | Cuentas con elementos técnicos que intervienen en el proceso de elaboración y diseño del producto. | X | | X | | X | | |
| 7 | Has obtenido beneficios en la productividad que su negocio al mejorar los procesos de producción. | X | | X | | X | | |
| 8 | Realizas mejoras en los procesos para reducir costos. | X | | X | | X | | |
| 9 | Existe alineación de la estrategia principal de su negocio con la innovación. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ACCESO A MERCADOS | | | | | | | |
| 10 | Conoces los mercados externos e internos que adquieren sus productos. | X | | X | | X | | |
| 11 | Conoces a sus competidores directos y de productos sustitutos. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 12 | Buscas nuevos mercados para ofrecer sus productos y servicios. | X | | X | | X | | |
| 13 | Tienes la capacidad de atender una alta demanda local. | X | | X | | X | | |
| 14 | Tienes conocimiento de fuentes de apoyo técnico y de políticas públicas para promocionar, mejorar e impulsar el crecimiento de las mypes. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: ARTICULACION PRODUCTIVA | | | | | | | | |
| 15 | Has recibido capacitación grupal en aspectos técnico-productivos (diseño, calidad, procesos). | X | | X | | X | | |
| 16 | Consideras que existe apoyo de las autoridades locales, regionales y nacionales para la integración de actividades. | X | | X | | X | | |
| 17 | Has logrado establecer nuevos contactos empresariales y comerciales a través de alguna cooperación. | X | | X | | X | | |
| 18 | Participas en redes empresariales (clúster, asociaciones, foros). | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 4: FINANCIAMIENTO | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 19 | Consideras que el acceso al crédito financiero es suficiente para realizar las inversiones en nuevas tecnologías e insumos. | X | | X | | X | | |
| 20 | Has obtenido un crédito como mypes a una tasa de interés inferior a la del mercado. | X | | X | | X | | |
| 21 | Consideras que el gobierno ofrece garantías de respaldo para créditos MYPE. | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr: **Dora Lourdes Ponce Yactayo** **DNI:** 09747014

Especialidad del validador: **Administración de la educación**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de setiembre 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: MARGEN NETO | | | | | | | |
| 1 | Su empresa genera utilidades | X | | X | | X | | |
| 2 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido positiva. | X | | X | | X | | |
| 3 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido negativa. | X | | X | | X | | |
| 4 | Reinvierte sus utilidades. | X | | X | | X | | |
| 5 | Conoce cuál es el porcentaje de margen de utilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 6 | Su empresa cumple con la meta de ventas. | X | | X | | X | | |
| 7 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han aumentado. | X | | X | | X | | |
| 8 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han disminuido. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ROTACION DE ACTIVOS | | | | | | | |
| 9 | Le ha faltado mercaderías para atender la demanda con regularidad. | X | | X | | X | | |
| 10 | Tiene suficiente stock en mercadería para satisfacer a sus clientes. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|----|----|----|----|----|----|--|
| 11 | Su empresa mantiene un inventario actualizado de activos fijos. | X | | X | | X | | |
| 12 | El patrimonio de la empresa se perjudica por el pago de pasivos. | X | | X | | X | | |
| 13 | Su empresa invierte en activos. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: ENDEUDAMIENTO FINANCIERO | | | | | | | | |
| 14 | Ha adquirido activos a través de préstamos bancarios. | X | | X | | X | | |
| 15 | El capital que dio inicio a su actividad empresarial fue a través de crédito financiero. | X | | X | | X | | |
| 16 | Lleva el control de sus créditos financieros. | X | | X | | X | | |
| 17 | Los préstamos financieros incrementan la rentabilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 18 | Cuenta con liquidez para pagar sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | | |
| 19 | El endeudamiento le ha permitido mejorar sus procesos productivos. | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 20 | El endeudamiento le ha permitido incrementar sus ventas. | X | | X | | X | | |
| 21 | Paga puntualmente sus préstamos bancarios. | X | | X | | X | | |
| 22 | El endeudamiento financiero le genera liquidez para la compra de activos. | X | | X | | X | | |
| 23 | Cuenta con liquidez para pagar asumir sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 24 | El endeudamiento financiero le ha permitido incrementar su patrimonio. | X | | X | | X | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr: **Dora Lourdes Ponce Yactayo** **DNI: 09747014**

Especialidad del validador: Administración de la educación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de setiembre 2021

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: FORMULACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 1 | Consideras importante establecer la visión de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 2 | Has pensado en una situación futura de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Identificas cual es el propósito de su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Identificas a sus principales clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | Analizas los factores externos que pueden afectar a su empresa (económica, política y social) | X | | X | | X | | |
| 6 | Analizas la presencia de competidores y nuevos competidores. | X | | X | | X | | |
| 7 | Estas en la capacidad de atender grandes pedidos a clientes. | X | | X | | X | | |
| 8 | Evalúas y analizas las necesidades de los clientes. | X | | X | | X | | |
| 9 | Se cumplen los objetivos de la empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 10 | Planteas estrategias de bajo costo. | X | | X | | X | | |
| 11 | Planteas estrategias para diferenciarse de sus competidores. | X | | X | | X | | |
| 12 | Planteas estrategias de enfoque (se dirige a un nicho de mercado). | X | | X | | X | | |
| 13 | Has segmentado el mercado al que dirige su producto. | X | | X | | X | | |
| 14 | Cuentas con redes de interacción social con sus clientes. | X | | X | | X | | |
| 15 | Fijas sus precios en relación a sus competidores. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 16 | Algunas operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse. | X | | X | | X | | |
| 17 | Proyectas incrementar tu producción. | X | | X | | X | | |
| 18 | El personal está capacitado para resolver los problemas que se presentan en su empresa. | X | | X | | X | | |
| 19 | Fomentas un trato apropiado y amable en la empresa. | X | | X | | X | | |
| 20 | Conoces cual es la realidad financiera de su Empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3: EVALUACION DE ESTRATEGIAS | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 21 | Realizas evaluaciones mensuales sobre las operaciones de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 22 | Se cuenta con un área de control interno | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): Danitza Dominguez Escudero **DNI: 70554739**

Especialidad del validador: Administración

16 de setiembre 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: INNOVACIÓN | | | | | | | |
| 1 | Has recibido capacitación en nuevas tecnologías y nuevas técnicas de trabajo en su sector. | X | | X | | X | | |
| 2 | Desarrollas marca propia para su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Has incorporado nuevos productos a su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Consideras la innovación de sus productos importante para captar más clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | En los últimos meses ha incrementado la demanda de su producto o servicio. | X | | X | | X | | |
| 6 | Cuentas con elementos técnicos que intervienen en el proceso de elaboración y diseño del producto. | X | | X | | X | | |
| 7 | Has obtenido beneficios en la productividad que su negocio al mejorar los procesos de producción. | X | | X | | X | | |
| 8 | Realizas mejoras en los procesos para reducir costos. | X | | X | | X | | |
| 9 | Existe alineación de la estrategia principal de su negocio con la innovación. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ACCESO A MERCADOS | | | | | | | |
| 10 | Conoces los mercados externos e internos que adquieren sus productos. | X | | X | | X | | |
| 11 | Conoces a sus competidores directos y de productos sustitutos. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 12 | Buscas nuevos mercados para ofrecer sus productos y servicios. | X | | X | | X | | |
| 13 | Tienes la capacidad de atender una alta demanda local. | X | | X | | X | | |
| 14 | Tienes conocimiento de fuentes de apoyo técnico y de políticas públicas para promocionar, mejorar e impulsar el crecimiento de las mypes. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: ARTICULACION PRODUCTIVA | | | | | | | | |
| 15 | Has recibido capacitación grupal en aspectos técnico-productivos (diseño, calidad, procesos). | X | | X | | X | | |
| 16 | Consideras que existe apoyo de las autoridades locales, regionales y nacionales para la integración de actividades. | X | | X | | X | | |
| 17 | Has logrado establecer nuevos contactos empresariales y comerciales a través de alguna cooperación. | X | | X | | X | | |
| 18 | Participas en redes empresariales (clúster, asociaciones, foros). | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 4: FINANCIAMIENTO | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 19 | Consideras que el acceso al crédito financiero es suficiente para realizar las inversiones en nuevas tecnologías e insumos. | X | | X | | X | | |
| 20 | Has obtenido un crédito como mypes a una tasa de interés inferior a la del mercado. | X | | X | | X | | |
| 21 | Consideras que el gobierno ofrece garantías de respaldo para créditos MYPE. | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): Danitza Dominguez Escudero DNI: 70554739

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de setiembre 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: MARGEN NETO | | | | | | | |
| 1 | Su empresa genera utilidades | X | | X | | X | | |
| 2 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido positiva. | X | | X | | X | | |
| 3 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido negativa. | X | | X | | X | | |
| 4 | Reinvierte sus utilidades. | X | | X | | X | | |
| 5 | Conoce cuál es el porcentaje de margen de utilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 6 | Su empresa cumple con la meta de ventas. | X | | X | | X | | |
| 7 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han aumentado. | X | | X | | X | | |
| 8 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han disminuido. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ROTACION DE ACTIVOS | | | | | | | |
| 9 | Le ha faltado mercaderías para atender la demanda con regularidad. | X | | X | | X | | |
| 10 | Tiene suficiente stock en mercadería para satisfacer a sus clientes. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | |
|----|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 11 | Su empresa mantiene un inventario actualizado de activos fijos. | X | | X | | X | |
| 12 | El patrimonio de la empresa se perjudica por el pago de pasivos. | X | | X | | X | |
| 13 | Su empresa invierte en activos. | X | | X | | X | |
| | DIMENSIÓN 3: ENDEUDAMIENTO FINANCIERO | Si | No | Si | No | Si | No |
| 14 | Ha adquirido activos a través de préstamos bancarios. | X | | X | | X | |
| 15 | El capital que dio inicio a su actividad empresarial fue a través de crédito financiero. | X | | X | | X | |
| 16 | Lleva el control de sus créditos financieros. | X | | X | | X | |
| 17 | Los préstamos financieros incrementan la rentabilidad de su empresa. | X | | X | | X | |
| 18 | Cuenta con liquidez para pagar sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | |
| 19 | El endeudamiento le ha permitido mejorar sus procesos productivos. | X | | X | | X | |
| 20 | El endeudamiento le ha permitido incrementar sus ventas. | X | | X | | X | |
| 21 | Paga puntualmente sus préstamos bancarios. | X | | X | | X | |
| 22 | El endeudamiento financiero le genera liquidez para la compra de activos. | X | | X | | X | |
| 23 | Cuenta con liquidez para pagar asumir sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | |

| | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 24 | El endeudamiento financiero le ha permitido incrementar su patrimonio. | X | | X | | X | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr: Danitza Dominuez Escudero DNI: 70554739

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de setiembre 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: FORMULACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 1 | Consideras importante establecer la visión de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 2 | Has pensado en una situación futura de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Identificas cual es el propósito de su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Identificas a sus principales clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | Analizas los factores externos que pueden afectar a su empresa (económica, política y social) | X | | X | | X | | |
| 6 | Analizas la presencia de competidores y nuevos competidores. | X | | X | | X | | |
| 7 | Estas en la capacidad de atender grandes pedidos a clientes. | X | | X | | X | | |
| 8 | Evalúas y analizas las necesidades de los clientes. | X | | X | | X | | |
| 9 | Se cumplen los objetivos de la empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 10 | Planteas estrategias de bajo costo. | X | | X | | X | | |
| 11 | Planteas estrategias para diferenciarse de sus competidores. | X | | X | | X | | |
| 12 | Planteas estrategias de enfoque (se dirige a un nicho de mercado). | X | | X | | X | | |
| 13 | Has segmentado el mercado al que dirige su producto. | X | | X | | X | | |
| 14 | Cuentas con redes de interacción social con sus clientes. | X | | X | | X | | |
| 15 | Fijas sus precios en relación a sus competidores. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 16 | Algunas operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse. | X | | X | | X | | |
| 17 | Proyectas incrementar tu producción. | X | | X | | X | | |
| 18 | El personal está capacitado para resolver los problemas que se presentan en su empresa. | X | | X | | X | | |
| 19 | Fomentas un trato apropiado y amable en la empresa. | X | | X | | X | | |
| 20 | Conoces cual es la realidad financiera de su Empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3: EVALUACION DE ESTRATEGIAS | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 21 | Realizas evaluaciones mensuales sobre las operaciones de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 22 | Se cuenta con un área de control interno | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): Elias Manuel Guarniz Vásquez

DNI: 32960193

Especialidad del validador: Administración

16 de setiembre 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: INNOVACIÓN | | | | | | | |
| 1 | Has recibido capacitación en nuevas tecnologías y nuevas técnicas de trabajo en su sector. | X | | X | | X | | |
| 2 | Desarrollas marca propia para su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Has incorporado nuevos productos a su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Consideras la innovación de sus productos importante para captar más clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | En los últimos meses ha incrementado la demanda de su producto o servicio. | X | | X | | X | | |
| 6 | Cuentas con elementos técnicos que intervienen en el proceso de elaboración y diseño del producto. | X | | X | | X | | |
| 7 | Has obtenido beneficios en la productividad que su negocio al mejorar los procesos de producción. | X | | X | | X | | |
| 8 | Realizas mejoras en los procesos para reducir costos. | X | | X | | X | | |
| 9 | Existe alineación de la estrategia principal de su negocio con la innovación. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ACCESO A MERCADOS | | | | | | | |
| 10 | Conoces los mercados externos e internos que adquieren sus productos. | X | | X | | X | | |
| 11 | Conoces a sus competidores directos y de productos sustitutos. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 12 | Buscas nuevos mercados para ofrecer sus productos y servicios. | X | | X | | X | | |
| 13 | Tienes la capacidad de atender una alta demanda local. | X | | X | | X | | |
| 14 | Tienes conocimiento de fuentes de apoyo técnico y de políticas públicas para promocionar, mejorar e impulsar el crecimiento de las mypes. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3: ARTICULACION PRODUCTIVA | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 15 | Has recibido capacitación grupal en aspectos técnico-productivos (diseño, calidad, procesos). | X | | X | | X | | |
| 16 | Consideras que existe apoyo de las autoridades locales, regionales y nacionales para la integración de actividades. | X | | X | | X | | |
| 17 | Has logrado establecer nuevos contactos empresariales y comerciales a través de alguna cooperación. | X | | X | | X | | |
| 18 | Participas en redes empresariales (clúster, asociaciones, foros). | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 4: FINANCIAMIENTO | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 19 | Consideras que el acceso al crédito financiero es suficiente para realizar las inversiones en nuevas tecnologías e insumos. | X | | X | | X | | |
| 20 | Has obtenido un crédito como mypes a una tasa de interés inferior a la del mercado. | X | | X | | X | | |
| 21 | Consideras que el gobierno ofrece garantías de respaldo para créditos MYPE. | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): Elias Manuel Guarniz Vásquez **DNI:** 32960193

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de setiembre 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: MARGEN NETO | | | | | | | |
| 1 | Su empresa genera utilidades | X | | X | | X | | |
| 2 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido positiva. | X | | X | | X | | |
| 3 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido negativa. | X | | X | | X | | |
| 4 | Reinvierte sus utilidades. | X | | X | | X | | |
| 5 | Conoce cuál es el porcentaje de margen de utilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 6 | Su empresa cumple con la meta de ventas. | X | | X | | X | | |
| 7 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han aumentado. | X | | X | | X | | |
| 8 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han disminuido. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ROTACION DE ACTIVOS | | | | | | | |
| 9 | Le ha faltado mercaderías para atender la demanda con regularidad. | X | | X | | X | | |
| 10 | Tiene suficiente stock en mercadería para satisfacer a sus clientes. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 11 | Su empresa mantiene un inventario actualizado de activos fijos. | X | | X | | X | | |
| 12 | El patrimonio de la empresa se perjudica por el pago de pasivos. | X | | X | | X | | |
| 13 | Su empresa invierte en activos. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3: ENDEUDAMIENTO FINANCIERO | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 14 | Ha adquirido activos a través de préstamos bancarios. | X | | X | | X | | |
| 15 | El capital que dio inicio a su actividad empresarial fue a través de crédito financiero. | X | | X | | X | | |
| 16 | Lleva el control de sus créditos financieros. | X | | X | | X | | |
| 17 | Los préstamos financieros incrementan la rentabilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 18 | Cuenta con liquidez para pagar sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | | |
| 19 | El endeudamiento le ha permitido mejorar sus procesos productivos. | X | | X | | X | | |
| 20 | El endeudamiento le ha permitido incrementar sus ventas. | X | | X | | X | | |
| 21 | Paga puntualmente sus préstamos bancarios. | X | | X | | X | | |
| 22 | El endeudamiento financiero le genera liquidez para la compra de activos. | X | | X | | X | | |
| 23 | Cuenta con liquidez para pagar asumir sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 24 | El endeudamiento financiero le ha permitido incrementar su patrimonio. | X | | X | | X | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): Elias Manuel Guarniz Vásquez

DNI: 32960193

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de setiembre 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: FORMULACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 1 | Consideras importante establecer la visión de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 2 | Has pensado en una situación futura de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Identificas cual es el propósito de su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Identificas a sus principales clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | Analizas los factores externos que pueden afectar a su empresa (económica, política y social) | X | | X | | X | | |
| 6 | Analizas la presencia de competidores y nuevos competidores. | X | | X | | X | | |
| 7 | Estas en la capacidad de atender grandes pedidos a clientes. | X | | X | | X | | |
| 8 | Evalúas y analizas las necesidades de los clientes. | X | | X | | X | | |
| 9 | Se cumplen los objetivos de la empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 10 | Planteas estrategias de bajo costo. | X | | X | | X | | |
| 11 | Planteas estrategias para diferenciarse de sus competidores. | X | | X | | X | | |
| 12 | Planteas estrategias de enfoque (se dirige a un nicho de mercado). | X | | X | | X | | |
| 13 | Has segmentado el mercado al que dirige su producto. | X | | X | | X | | |
| 14 | Cuentas con redes de interacción social con sus clientes. | X | | X | | X | | |
| 15 | Fijas sus precios en relación a sus competidores. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 16 | Algunas operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse. | X | | X | | X | | |
| 17 | Proyectas incrementar tu producción. | X | | X | | X | | |
| 18 | El personal está capacitado para resolver los problemas que se presentan en su empresa. | X | | X | | X | | |
| 19 | Fomentas un trato apropiado y amable en la empresa. | X | | X | | X | | |
| 20 | Conoces cual es la realidad financiera de su Empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3: EVALUACION DE ESTRATEGIAS | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 21 | Realizas evaluaciones mensuales sobre las operaciones de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 22 | Se cuenta con un área de control interno | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): Alejandro López Morillas

DNI:

Especialidad del validador: Administración

16 de setiembre 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: INNOVACIÓN | | | | | | | |
| 1 | Has recibido capacitación en nuevas tecnologías y nuevas técnicas de trabajo en su sector. | X | | X | | X | | |
| 2 | Desarrollas marca propia para su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Has incorporado nuevos productos a su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Consideras la innovación de sus productos importante para captar más clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | En los últimos meses ha incrementado la demanda de su producto o servicio. | X | | X | | X | | |
| 6 | Cuentas con elementos técnicos que intervienen en el proceso de elaboración y diseño del producto. | X | | X | | X | | |
| 7 | Has obtenido beneficios en la productividad que su negocio al mejorar los procesos de producción. | X | | X | | X | | |
| 8 | Realizas mejoras en los procesos para reducir costos. | X | | X | | X | | |
| 9 | Existe alineación de la estrategia principal de su negocio con la innovación. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ACCESO A MERCADOS | | | | | | | |
| 10 | Conoces los mercados externos e internos que adquieren sus productos. | X | | X | | X | | |
| 11 | Conoces a sus competidores directos y de productos sustitutos. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 12 | Buscas nuevos mercados para ofrecer sus productos y servicios. | X | | X | | X | | |
| 13 | Tienes la capacidad de atender una alta demanda local. | X | | X | | X | | |
| 14 | Tienes conocimiento de fuentes de apoyo técnico y de políticas públicas para promocionar, mejorar e impulsar el crecimiento de las mypes. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: ARTICULACION PRODUCTIVA | | | | | | | | |
| 15 | Has recibido capacitación grupal en aspectos técnico-productivos (diseño, calidad, procesos). | X | | X | | X | | |
| 16 | Consideras que existe apoyo de las autoridades locales, regionales y nacionales para la integración de actividades. | X | | X | | X | | |
| 17 | Has logrado establecer nuevos contactos empresariales y comerciales a través de alguna cooperación. | X | | X | | X | | |
| 18 | Participas en redes empresariales (clúster, asociaciones, foros). | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 4: FINANCIAMIENTO | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 19 | Consideras que el acceso al crédito financiero es suficiente para realizar las inversiones en nuevas tecnologías e insumos. | X | | X | | X | | |
| 20 | Has obtenido un crédito como mypes a una tasa de interés inferior a la del mercado. | X | | X | | X | | |
| 21 | Consideras que el gobierno ofrece garantías de respaldo para créditos MYPE. | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): Alejandro López Morillas **DNI:**

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de setiembre 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: MARGEN NETO | | | | | | | |
| 1 | Su empresa genera utilidades | X | | X | | X | | |
| 2 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido positiva. | X | | X | | X | | |
| 3 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido negativa. | X | | X | | X | | |
| 4 | Reinvierte sus utilidades. | X | | X | | X | | |
| 5 | Conoce cuál es el porcentaje de margen de utilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 6 | Su empresa cumple con la meta de ventas. | X | | X | | X | | |
| 7 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han aumentado. | X | | X | | X | | |
| 8 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han disminuido. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ROTACION DE ACTIVOS | | | | | | | |
| 9 | Le ha faltado mercaderías para atender la demanda con regularidad. | X | | X | | X | | |
| 10 | Tiene suficiente stock en mercadería para satisfacer a sus clientes. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 11 | Su empresa mantiene un inventario actualizado de activos fijos. | X | | X | | X | | |
| 12 | El patrimonio de la empresa se perjudica por el pago de pasivos. | X | | X | | X | | |
| 13 | Su empresa invierte en activos. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3: ENDEUDAMIENTO FINANCIERO | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 14 | Ha adquirido activos a través de préstamos bancarios. | X | | X | | X | | |
| 15 | El capital que dio inicio a su actividad empresarial fue a través de crédito financiero. | X | | X | | X | | |
| 16 | Lleva el control de sus créditos financieros. | X | | X | | X | | |
| 17 | Los préstamos financieros incrementan la rentabilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 18 | Cuenta con liquidez para pagar sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | | |
| 19 | El endeudamiento le ha permitido mejorar sus procesos productivos. | X | | X | | X | | |
| 20 | El endeudamiento le ha permitido incrementar sus ventas. | X | | X | | X | | |
| 21 | Paga puntualmente sus préstamos bancarios. | X | | X | | X | | |
| 22 | El endeudamiento financiero le genera liquidez para la compra de activos. | X | | X | | X | | |
| 23 | Cuenta con liquidez para pagar asumir sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 24 | El endeudamiento financiero le ha permitido incrementar su patrimonio. | X | | X | | X | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): Alejandro López Morillas **DNI:**

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de setiembre 2021

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: FORMULACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 1 | Consideras importante establecer la visión de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 2 | Has pensado en una situación futura de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Identificas cual es el propósito de su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Identificas a sus principales clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | Analizas los factores externos que pueden afectar a su empresa (económica, política y social) | X | | X | | X | | |
| 6 | Analizas la presencia de competidores y nuevos competidores. | X | | X | | X | | |
| 7 | Estas en la capacidad de atender grandes pedidos a clientes. | X | | X | | X | | |
| 8 | Evalúas y analizas las necesidades de los clientes. | X | | X | | X | | |
| 9 | Se cumplen los objetivos de la empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS | | | | | | | |
| 10 | Planteas estrategias de bajo costo. | X | | X | | X | | |
| 11 | Planteas estrategias para diferenciarse de sus competidores. | X | | X | | X | | |
| 12 | Planteas estrategias de enfoque (se dirige a un nicho de mercado). | X | | X | | X | | |
| 13 | Has segmentado el mercado al que dirige su producto. | X | | X | | X | | |
| 14 | Cuentas con redes de interacción social con sus clientes. | X | | X | | X | | |
| 15 | Fijas sus precios en relación a sus competidores. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 16 | Algunas operaciones que se realizan en la empresa podrían mejorarse. | X | | X | | X | | |
| 17 | Proyectas incrementar tu producción. | X | | X | | X | | |
| 18 | El personal está capacitado para resolver los problemas que se presentan en su empresa. | X | | X | | X | | |
| 19 | Fomentas un trato apropiado y amable en la empresa. | X | | X | | X | | |
| 20 | Conoces cual es la realidad financiera de su Empresa. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 3: EVALUACION DE ESTRATEGIAS | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 21 | Realizas evaluaciones mensuales sobre las operaciones de la empresa. | X | | X | | X | | |
| 22 | Se cuenta con un área de control interno | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr (a): María Elena Chauca Quiñones

DNI:32967420

Especialidad del validador: Administración

16 de noviembre 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: INNOVACIÓN | | | | | | | |
| 1 | Has recibido capacitación en nuevas tecnologías y nuevas técnicas de trabajo en su sector. | X | | X | | X | | |
| 2 | Desarrollas marca propia para su empresa. | X | | X | | X | | |
| 3 | Has incorporado nuevos productos a su negocio. | X | | X | | X | | |
| 4 | Consideras la innovación de sus productos importante para captar más clientes. | X | | X | | X | | |
| 5 | En los últimos meses ha incrementado la demanda de su producto o servicio. | X | | X | | X | | |
| 6 | Cuentas con elementos técnicos que intervienen en el proceso de elaboración y diseño del producto. | X | | X | | X | | |
| 7 | Has obtenido beneficios en la productividad que su negocio al mejorar los procesos de producción. | X | | X | | X | | |
| 8 | Realizas mejoras en los procesos para reducir costos. | X | | X | | X | | |
| 9 | Existe alineación de la estrategia principal de su negocio con la innovación. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ACCESO A MERCADOS | | | | | | | |
| 10 | Conoces los mercados externos e internos que adquieren sus productos. | X | | X | | X | | |
| 11 | Conoces a sus competidores directos y de productos sustitutos. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 12 | Buscas nuevos mercados para ofrecer sus productos y servicios. | X | | X | | X | | |
| 13 | Tienes la capacidad de atender una alta demanda local. | X | | X | | X | | |
| 14 | Tienes conocimiento de fuentes de apoyo técnico y de políticas públicas para promocionar, mejorar e impulsar el crecimiento de las mypes. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: ARTICULACION PRODUCTIVA | | | | | | | | |
| 15 | Has recibido capacitación grupal en aspectos técnico-productivos (diseño, calidad, procesos). | X | | X | | X | | |
| 16 | Consideras que existe apoyo de las autoridades locales, regionales y nacionales para la integración de actividades. | X | | X | | X | | |
| 17 | Has logrado establecer nuevos contactos empresariales y comerciales a través de alguna cooperación. | X | | X | | X | | |
| 18 | Participas en redes empresariales (clúster, asociaciones, foros). | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 4: FINANCIAMIENTO | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 19 | Consideras que el acceso al crédito financiero es suficiente para realizar las inversiones en nuevas tecnologías e insumos. | X | | X | | X | | |
| 20 | Has obtenido un crédito como mypes a una tasa de interés inferior a la del mercado. | X | | X | | X | | |
| 21 | Consideras que el gobierno ofrece garantías de respaldo para créditos MYPE. | X | | X | | X | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Dr (a): María Elena Chauca Quiñones

DNI:32967420

Especialidad del validador:

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de noviembre 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | DIMENSIÓN 1: MARGEN NETO | | | | | | | |
| 1 | Su empresa genera utilidades | X | | X | | X | | |
| 2 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido positiva. | X | | X | | X | | |
| 3 | En el último ejercicio económico (año 2020) su utilidad ha sido negativa. | X | | X | | X | | |
| 4 | Reinvierte sus utilidades. | X | | X | | X | | |
| 5 | Conoce cuál es el porcentaje de margen de utilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 6 | Su empresa cumple con la meta de ventas. | X | | X | | X | | |
| 7 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han aumentado. | X | | X | | X | | |
| 8 | En el último ejercicio económico (año 2020) las ventas han disminuido. | X | | X | | X | | |
| | DIMENSIÓN 2: ROTACION DE ACTIVOS | | | | | | | |
| 9 | Le ha faltado mercaderías para atender la demanda con regularidad. | X | | X | | X | | |
| 10 | Tiene suficiente stock en mercadería para satisfacer a sus clientes. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|----|----|----|----|----|----|--|
| 11 | Su empresa mantiene un inventario actualizado de activos fijos. | X | | X | | X | | |
| 12 | El patrimonio de la empresa se perjudica por el pago de pasivos. | X | | X | | X | | |
| 13 | Su empresa invierte en activos. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: ENDEUDAMIENTO FINANCIERO | | | | | | | | |
| 14 | Ha adquirido activos a través de préstamos bancarios. | X | | X | | X | | |
| 15 | El capital que dio inicio a su actividad empresarial fue a través de crédito financiero. | X | | X | | X | | |
| 16 | Lleva el control de sus créditos financieros. | X | | X | | X | | |
| 17 | Los préstamos financieros incrementan la rentabilidad de su empresa. | X | | X | | X | | |
| 18 | Cuenta con liquidez para pagar sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | | |
| 19 | El endeudamiento le ha permitido mejorar sus procesos productivos. | Si | No | Si | No | Si | No | |
| 20 | El endeudamiento le ha permitido incrementar sus ventas. | X | | X | | X | | |
| 21 | Paga puntualmente sus préstamos bancarios. | X | | X | | X | | |
| 22 | El endeudamiento financiero le genera liquidez para la compra de activos. | X | | X | | X | | |
| 23 | Cuenta con liquidez para pagar asumir sus compromisos económicos y financieros con terceros. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 24 | El endeudamiento financiero le ha permitido incrementar su patrimonio. | X | | X | | X | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|--|

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Dr (a): María Elena Chauca Quiñones **DNI:32967420**

Especialidad del validador:


¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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

16 de noviembre 2021



Firma del Experto Informante.

Anexo 06: Acuerdos y desacuerdos de los jueces para la validación del cuestionario que mide el uso del Planeamiento Estratégico mediante el coeficiente de validez de Aiken

| Ítems | Jueces | | | | | Total | | V |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|----|------|
| | Juez 1 | Juez 2 | Juez 3 | Juez 4 | Juez 5 | Si | No | |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 14 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 16 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 20 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |

Coeficiente de validez de Aien (V):
$$V = \frac{S}{(n(c-1))} = \frac{5}{5(2-1)} = 1.00$$

Criterios: Si (1) y No (0)

Los jueces que evaluaron el cuestionario fueron: La Dra. Danitza Dominguez Escudero, el Dr. Elías Manuel Guarniz Vásquez, Dr. Alejandro López Morillas, el Dr. Jorge Luján Torres, la Dra. Dora Lourdes Ponce Yactayo; los cuales revisaron la pertinencia, la relevancia y la claridad de los ítems mediante 2 criterios: “Si” para los cuales serán Acuerdos y “No” para los cuales serán los Desacuerdos.

Anexo 07: Acuerdos y desacuerdos de los jueces para la validación del cuestionario que mide el nivel de Competitividad Empresarial mediante el coeficiente de validez de Aiken

| Ítems | Jueces | | | | | Total | | V |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|----|------|
| | Juez 1 | Juez 2 | Juez 3 | Juez 4 | Juez 5 | Si | No | |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 14 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 16 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 20 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |

Coeficiente de validez de Aien (V):
$$v = \frac{S}{(n(c-1))} = \frac{5}{5(2-1)} = 1.00$$

Criterios: Si (1) y No (0)

Los jueces que evaluaron el cuestionario fueron: La Dra. Danitza Dominguez Escudero, el Dr. Elías Manuel Guarniz Vásquez, Dr. Alejandro López Morillas, el Dr. Jorge Luján Torres, la Dra. Dora Lourdes Ponce Yactayo; los cuales revisaron la pertinencia, la relevancia y la claridad de los ítems mediante 2 criterios: “Si” para los cuales serán Acuerdos y “No” para los cuales serán los Desacuerdos.

Anexo 08: Acuerdos y desacuerdos de los jueces para la validación del cuestionario que mide el nivel de Rentabilidad Empresarial mediante el coeficiente de validez de Aiken

| Ítems | Jueces | | | | | Total | | V |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|----|------|
| | Juez 1 | Juez 2 | Juez 3 | Juez 4 | Juez 5 | Si | No | |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 14 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 16 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 17 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 20 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 21 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |
| 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 1.00 |

Coeficiente de validez de Aien (V):
$$v = \frac{S}{(n(c-1))} = \frac{5}{5(2-1)} = 1.00$$

Criterios: Si (1) y No (0)

Los jueces que evaluaron el cuestionario fueron: La Dra. Danitza Dominguez Escudero, el Dr. Elías Manuel Guarniz Vásquez, Dr. Alejandro López Morillas, el Dr. Jorge Luján Torres, la Dra. Dora Lourdes Ponce Yactayo; los cuales revisaron la pertinencia, la relevancia y la claridad de los ítems mediante 2 criterios: “Si” para los cuales serán Acuerdos y “No” para los cuales serán los Desacuerdos.

Anexo 09: Confiabilidad de instrumentos

| CÁLCULO DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO MEDIANTE EL MÉTODO DE ALFA DE CRONBACH | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|
| SUJETOS | PREGUNTAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | |
| 1 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | |
| 7 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | |
| 10 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | |
| 16 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | |
| 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 22 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | |
| 24 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 3 | 1 | |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | |
| 26 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 | |
| 27 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | |

Resumen del procesamiento de los casos

| | N | % |
|------------------------|----|-------|
| Casos Válidos | 27 | 100.0 |
| Excluidos ^a | 0 | 0.0 |
| Total | 27 | 100.0 |

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

| Cronbach | elementos |
|----------|-----------|
| .917 | 22 |

Interpretación: Se encontró que el instrumento es confiable con un coeficiente de 0.917, que a decir de Palella y Martins (2012), un instrumento de medición que presenta una magnitud muy alta cuando se encuentra en un rango de 0.81 a 1.

| CÁLCULO DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL MEDIANTE EL MÉTODO DE ALFA DE CRONBACH | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| SUJETOS | PREGUNTAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | C1 | C2 | C3 | C4 | C5 | C6 | C7 | C8 | C9 | C10 | C11 | C12 | C13 | C14 | C15 | C16 | C17 | C18 | C19 | C20 | C21 |
| 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 |
| 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 |
| 6 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| 7 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 8 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 5 |
| 9 | 4 | 1 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 |
| 10 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 |
| 11 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 12 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 5 | 4 | 1 | 3 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 16 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 17 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 18 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 |
| 19 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 22 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 23 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 |
| 24 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 |
| 25 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 26 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 27 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 |

Resumen del procesamiento de los casos

| | N | % |
|------------------------------|----|-------|
| Válidos | 27 | 100,0 |
| Casos Excluidos ^a | 0 | ,0 |
| Total | 27 | 100,0 |

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| .924 | 21 |

Interpretación: Se encontró que el instrumento es confiable con un coeficiente de 0.924, que a decir de Palella y Martins (2012), un instrumento de medición que presenta una magnitud muy alta cuando se encuentra en un rango de 0.81 a 1.

CÁLCULO DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RENTABILIDAD FINANCIERA MEDIANTE EL MÉTODO DE ALFA DE CRONBACH

| SUJETOS | PREGUNTAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | R9 | R10 | R11 | R12 | R13 | R14 | R15 | R16 | R17 | R18 | R19 | R20 | R21 | R22 | R23 | R24 |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 5 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 6 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 7 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 8 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 9 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 10 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 12 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 13 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| 14 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 16 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 |
| 17 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 |
| 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 20 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 21 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 22 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 23 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 24 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 25 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 26 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 27 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |

Resumen del procesamiento de los casos

| | | N | % |
|-------|------------------------|----|-------|
| Casos | Válidos | 27 | 100.0 |
| | Excluidos ^a | 0 | 0.0 |
| | Total | 27 | 100.0 |

Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| .825 | 24 |

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Interpretación: Se encontró que el instrumento es confiable con un coeficiente de 0.825, que a decir de Palella y Martins (2012), un instrumento de medición que presenta una magnitud muy alta cuando se encuentra en un rango de 0.81 a 1.

Escala de interpretación de coeficiente de confiabilidad

| Rangos | Magnitud |
|-------------|----------|
| 0,81 a 1,00 | Muy alta |
| 0,61 a 0,80 | Alta |
| 0,41 a 0,60 | Media |
| 0,21 a 0,40 | Baja |
| 0,01 a 0,20 | Muy baja |

Nota: Tomado de Palella y Martins (2012, p.169).
Metodología de la investigación cuantitativa.

Anexo 10: Autorización de la institución en donde se aplicó la investigación



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Nuevo Chimbote, 15 de setiembre de 2020

Señor(a):
Edilberto Rufino Robles
Gerente General de empresarios de Bahía Plaza Center
Chimbote

Asunto: Carta de Presentación

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar al (la) Sr(a). ROMI RUBÍ ZÚÑIGA ABREGÚ identificado con DNI No 42462927y código de matrícula No 5000091184, estudiante del Programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

Planeamiento Estratégico y Competitividad Empresarial en la Rentabilidad Financiera de las micro y pequeñas empresas, Chimbote 2021

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar encuestas en las áreas correspondientes, así como facilitarle la información pertinente para el respectivo análisis documental que están relacionados al estudio de investigación.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para reiterar el testimonio de mi especial consideración, quedo de usted.

Atentamente,

Dra. Rosa María Salas Sánchez
JEFA DE LA ESCUELA DE POSGRADO
UCV CHIMBOTE

Anexo 11: Base de datos

| BASE DE DATOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------------------|----|-----|-------|-----|----|
| N° | FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS | | | | | | | | | | IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS | | | | | | | | | | EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS | | | TOTAL | | |
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | D1 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | D2 | P21 | | P22 | D3 |
| 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 38 | 1 | 1 | 2 | 64 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 33 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 | 3 | 1 | 4 | 80 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 | 2 | 2 | 4 | 59 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 6 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 38 | 3 | 1 | 4 | 73 |
| 7 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 8 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 34 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 2 | 2 | 4 | 77 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 34 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 38 | 4 | 2 | 6 | 78 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 12 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 |
| 13 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 14 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 37 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 38 | 2 | 2 | 4 | 79 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 16 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 43 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 49 | 3 | 1 | 4 | 96 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 18 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 3 | 1 | 4 | 61 |
| 19 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 |
| 20 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 39 | 2 | 2 | 4 | 71 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 34 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 39 | 3 | 1 | 4 | 77 |
| 22 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 | 3 | 1 | 4 | 64 |
| 23 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 3 | 1 | 4 | 61 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 43 | 3 | 3 | 6 | 88 |
| 25 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 |
| 26 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 27 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 |
| 28 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 29 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 4 | 2 | 6 | 69 |
| 30 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 | 3 | 1 | 4 | 64 |
| 31 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 36 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 3 | 2 | 5 | 80 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 4 | 2 | 6 | 69 |
| 33 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 29 | 3 | 1 | 4 | 57 |
| 34 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 33 | 2 | 2 | 4 | 61 |
| 35 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 4 | 2 | 6 | 69 |
| 36 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 4 | 2 | 6 | 69 |
| 37 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 29 | 3 | 1 | 4 | 57 |
| 38 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 3 | 1 | 4 | 61 |
| 39 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 40 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 38 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 3 | 3 | 6 | 83 |
| 41 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 42 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 36 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 41 | 3 | 2 | 5 | 82 |
| 43 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 44 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 3 | 1 | 4 | 61 |
| 45 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 | 3 | 1 | 4 | 64 |
| 46 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 41 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 37 | 4 | 4 | 8 | 86 |
| 48 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 | 3 | 1 | 4 | 64 |
| 50 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 |

| BASE DE DATOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------------------|----|-----|-------|-----|----|----|
| N° | FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS | | | | | | | | | | IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS | | | | | | | | | | EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS | | | TOTAL | | | |
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | D1 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | D2 | P21 | | P22 | D3 | |
| 51 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 3 | 1 | 4 | 61 | |
| 52 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 53 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 37 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 37 | 2 | 2 | 4 | 78 | |
| 54 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 55 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 29 | 2 | 2 | 4 | 57 | |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 37 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 37 | 3 | 2 | 5 | 79 |
| 57 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 58 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 59 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 37 | 4 | 2 | 6 | 71 | |
| 60 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 61 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 2 | 2 | 4 | 61 | |
| 62 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 63 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 64 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 27 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 3 | 1 | 4 | 64 | |
| 65 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 66 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 2 | 2 | 4 | 61 | |
| 67 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 68 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 37 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 42 | 3 | 3 | 6 | 85 | |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 29 | 3 | 1 | 4 | 57 |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 36 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 41 | 3 | 2 | 5 | 82 | |
| 71 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 72 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 | |
| 73 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 | 3 | 1 | 4 | 63 | |
| 74 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 75 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 | |
| 76 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 29 | 3 | 1 | 4 | 57 | |
| 77 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 | |
| 78 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 79 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 2 | 2 | 4 | 81 | | |
| 80 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 81 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 | |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 | 5 | 3 | 8 | 83 | |
| 83 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 84 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 85 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 | |
| 86 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 29 | 3 | 1 | 4 | 57 | |
| 87 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 | |
| 88 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 89 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 38 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 43 | 3 | 3 | 6 | 87 | |
| 90 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 46 | 2 | 5 | 7 | 94 | |
| 91 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 92 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 46 | |
| 93 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 1 | 1 | 2 | 47 | |
| 94 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 36 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 33 | 3 | 2 | 5 | 74 | |

| BASE DE DATOS COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------------------|-----|-----|-----|-----|-------------------------|-----|-----|-----|-----|----------------|-----|-----|-----|-------|----|
| N° | INNOVACIÓN | | | | | | | | | | ACCESO A MERCADOS | | | | | ARTICULACION PRODUCTIVA | | | | | FINANCIAMIENTO | | | | TOTAL | |
| | C1 | C2 | C3 | C4 | C5 | C6 | C7 | C8 | C9 | D1 | C10 | C11 | C12 | C13 | C14 | D2 | C15 | C16 | C17 | C18 | D3 | C19 | C20 | C21 | | D4 |
| 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 4 | 28 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 15 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 3 | 2 | 4 | 9 | 61 |
| 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 46 |
| 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 | 1 | 1 | 3 | 5 | 43 |
| 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 6 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 | 3 | 3 | 2 | 8 | 51 |
| 7 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 47 |
| 8 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 9 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 45 |
| 10 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 11 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 12 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 2 | 3 | 6 | 45 |
| 13 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 3 | 9 | 60 |
| 14 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 2 | 3 | 6 | 45 |
| 15 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 16 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 17 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 18 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 36 |
| 19 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 45 |
| 20 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 21 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 22 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 23 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 2 | 3 | 6 | 45 |
| 24 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 31 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 2 | 1 | 1 | 4 | 60 |
| 25 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 26 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 27 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 36 |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 3 | 2 | 3 | 8 | 64 |
| 29 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 47 |
| 30 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 47 |
| 31 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 32 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 2 | 3 | 6 | 45 |
| 33 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 36 |
| 34 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 35 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 2 | 2 | 1 | 9 | 2 | 1 | 2 | 5 | 64 |
| 36 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 1 | 1 | 5 | 73 |
| 37 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 38 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 47 |
| 39 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 25 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 17 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 | 1 | 4 | 51 |
| 40 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 18 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 41 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 2 | 3 | 6 | 45 |
| 42 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 47 |
| 43 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 44 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 45 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 48 |
| 46 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 3 | 6 | 54 |
| 47 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 48 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 49 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 48 |
| 50 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |

| BASE DE DATOS COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------------------|-----|-----|-----|-----|-------------------------|-----|-----|-----|----------------|----|-----|-----|-------|-----|----|
| N° | INNOVACIÓN | | | | | | | | | | ACCESO A MERCADOS | | | | | ARTICULACION PRODUCTIVA | | | | FINANCIAMIENTO | | | | TOTAL | | |
| | C1 | C2 | C3 | C4 | C5 | C6 | C7 | C8 | C9 | D1 | C10 | C11 | C12 | C13 | C14 | D2 | C15 | C16 | C17 | C18 | D3 | C19 | C20 | | C21 | D4 |
| 51 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 36 |
| 52 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 53 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 48 |
| 54 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 55 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 3 | 2 | 3 | 8 | 64 |
| 56 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 29 | 3 | 1 | 4 | 36 |
| 58 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 2 | 3 | 6 | 45 |
| 59 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 60 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 47 |
| 61 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 36 |
| 62 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 2 | 2 | 1 | 9 | 2 | 1 | 2 | 5 | 64 |
| 63 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 64 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 65 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 36 |
| 66 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 25 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 17 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 | 1 | 4 | 51 |
| 67 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 18 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 3 | 3 | 1 | 7 | 55 |
| 68 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 69 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 | 2 | 2 | 3 | 3 | 10 | 3 | 2 | 2 | 7 | 58 |
| 70 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 2 | 1 | 3 | 6 | 47 |
| 71 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 72 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 1 | 1 | 5 | 73 |
| 73 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 3 | 6 | 54 |
| 74 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 75 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 76 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 19 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 36 |
| 77 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 78 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 31 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 2 | 1 | 1 | 4 | 60 |
| 79 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 80 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 48 |
| 81 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 82 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 3 | 2 | 3 | 8 | 64 |
| 83 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 84 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 85 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 27 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 48 | 4 | 4 | 8 | 44 |
| 86 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 87 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 88 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 48 |
| 89 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 2 | 2 | 1 | 9 | 2 | 1 | 2 | 5 | 64 |
| 90 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 3 | 6 | 48 |
| 91 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |
| 92 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 45 |
| 93 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 25 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 17 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 | 1 | 4 | 51 |
| 94 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 3 | 5 | 44 |

| BASE DE DATOS RENTABILIDAD FINANCIERA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------|----|----|----|----|----|----|----|----|---------------------|-----|-----|-----|-----|----|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|----|----|
| N° | MARGEN NETO | | | | | | | | | ROTACION DE ACTIVOS | | | | | | ENDEUDAMIENTO FINANCIERO | | | | | | | | | TOTAL | | | | |
| | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | D1 | R9 | R10 | R11 | R12 | R13 | D2 | R14 | R15 | R16 | R17 | R18 | R19 | R20 | R21 | R22 | | R23 | R24 | D3 | |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 38 | |
| 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 18 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 12 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 28 | 58 | |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 6 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 7 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 8 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 9 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 10 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 20 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 17 | 45 | |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 13 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 72 |
| 17 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 21 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 11 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 54 |
| 18 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 19 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 20 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 21 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 22 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 21 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 13 | 44 | |
| 23 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 24 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 25 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 26 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 27 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 28 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 29 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 20 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 10 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 23 | 53 | |
| 30 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 21 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 20 | 52 | |
| 32 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 33 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 34 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 35 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 36 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 20 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 9 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 23 | 52 | |
| 37 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 38 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 11 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 29 | 59 | |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 40 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 41 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 42 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 17 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 | 53 | |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 72 | |
| 44 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 45 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 46 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 47 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 48 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 12 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 18 | 46 | |
| 49 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 50 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |

| BASE DE DATOS RENTABILIDAD FINANCIERA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---------------------|-----|-----|-----|----|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|----|----|
| N° | MARGEN NETO | | | | | | | | | | ROTACION DE ACTIVOS | | | | | ENDEUDAMIENTO FINANCIERO | | | | | | | | | | TOTAL | | | |
| | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | D1 | R9 | R10 | R11 | R12 | R13 | D2 | R14 | R15 | R16 | R17 | R18 | R19 | R20 | R21 | R22 | R23 | | R24 | D3 | |
| 51 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 52 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 53 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 54 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 21 | 51 | |
| 55 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 56 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 57 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 21 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 20 | 52 | |
| 59 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 17 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 25 | 53 | |
| 60 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 61 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 62 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 17 | 38 |
| 63 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 64 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 17 | 37 | |
| 65 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 66 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 17 | 38 | |
| 67 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 68 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 |
| 69 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 72 |
| 71 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 72 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 73 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 74 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 |
| 75 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 16 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 12 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 18 | 46 |
| 76 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 77 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 78 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 21 | 47 |
| 79 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 19 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 | 63 |
| 80 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 20 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 10 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 17 | 47 | |
| 81 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 82 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 17 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 | 49 |
| 83 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 20 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 10 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 23 | 53 | |
| 84 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 85 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 86 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 17 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 25 | 53 | |
| 87 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 88 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 89 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 90 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 20 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 9 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 23 | 52 | |
| 91 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 92 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |
| 93 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 16 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 16 | 43 | |
| 94 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 18 | 39 | |