



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**PRINCIPALES FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE LA
RENTABILIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES UBICADAS EN
EL CERCADO DE LIMA Y ACREDITADAS EN EL REMYPE EN
EL AÑO 2017**

**PRESENTADA POR
CAROLINA ROXANA RAYGAL OLIVARES**

YOSELIN MIRELLA GARCIA TELLO

ASESOR

ELARD EDUARDO CHACOLLA

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TESIS

**PRINCIPALES FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE LA
RENTABILIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES UBICADAS EN EL
CERCADO DE LIMA Y ACREDITADAS EN EL REMYPE EN EL AÑO
2017**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
CAROLINA ROXANA RAYGAL OLIVARES
YOSELIN MIRELLA GARCIA TELLO**

**ASESOR:
MG. ELARD EDUARDO CHACOLLA**

**LIMA, PERÚ
2019**

DEDICATORIA

A Dios, por habernos dado la oportunidad de cumplir uno de nuestros objetivos propuestos, guiar cada paso que damos y darnos fuerzas para seguir adelante.

A nuestros padres: Giovanna Mercedes Tello Peña; y, Walter Olivares Gonzáles, quienes fueron nuestra principal inspiración, mostraron ser nuestros héroes de vida y sobretodo nos dejaron como lección “su fortaleza”, por lo que valoramos y compartimos su ejemplo de lucha ante las adversidades. Volverlos a ver en la eternidad es la más dulce esperanza que guarda nuestra alma.

*Yoselin Mirella Garcia Tello
Carolina Roxana Raygal Olivares*

AGRADECIMIENTOS

Nuestro sincero agradecimiento a nuestras familias por su apoyo incondicional, consejos, comprensión, amor y a nuestros amigos, por sus ánimos otorgados durante el desarrollo de nuestra tesis.

A nuestro asesor, Mg. Elard Eduardo Chacolla, quien nos ha instruido con paciencia y dedicación, a fin de culminar con éxito el presente trabajo de investigación.

A los gerentes de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima, quienes mostraron disposición e interés y proporcionaron información relevante durante la realización del trabajo de campo.

Con mucho cariño.

*Yoselin Mirella García Tello
Carolina Roxana Raygal Olivares*

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
TABLA DE CONTENIDO.....	iv
INDICE DE TABLAS.....	vi
INDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes de la investigación.....	1
1.2 Bases teóricas.....	6
1.2.1 Las Micro y Pequeñas empresas (MYPE).....	6
1.2.2 Rentabilidad.....	10
1.2.3 Sistema Financiero Peruano.....	13
1.2.4 Formación técnica.....	16
1.2.5 Plan de ventas.....	17
1.3 Definición de términos básicos.....	18
CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	20
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas.....	20
2.2 Variables y definición operacional.....	21

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	24
3.1. Diseño metodológico	24
3.2. Diseño muestral	25
3.3. Técnicas de recolección de datos	28
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	36
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	39
4.1. Resultados descriptivos	39
4.2. Contratación de hipótesis	48
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	59
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	63
FUENTES DE INFORMACIÓN	64
ANEXO 1: Matriz de consistencia	72
ANEXO 2: Población: MYPE Acreditadas en el año 2017	74
ANEXO 3: Validación del Cuestionario estructurado	96
ANEXO 4: Cuestionario – Escala de Likert	126

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de las Micro y Pequeñas Empresas. -----	7
Tabla 2: Perú: empresas comerciales, según segmento empresarial, 2016-2017 ----	8
Tabla 3: Perú: MYPE comerciales, según segmento empresarial, 2017 -----	8
Tabla 4: MYPE comerciales, según región, 2017-----	9
Tabla 5: Empresas de operaciones múltiples -----	14
Tabla 6: Acceso al financiamiento según estrato, 2017-----	15
Tabla 7: Evolución anual de la inclusión financiera de MIPYME (%)-----	15
Tabla 8: Matriz de operacionalización de las variables 1 y 2: -----	21
Tabla 9: Ficha técnica instrumental - cuestionario de variable principales factores influyentes-----	28
Tabla 10: Baremación de la variable principales factores influyentes -----	29
Tabla 11: Ficha técnica instrumental - cuestionario de variable rentabilidad-----	30
Tabla 12: Baremación de la variable rentabilidad-----	31
Tabla 13: Validez del instrumento-----	32
Tabla 14: Interpretación de la magnitud del coeficiente de confiabilidad del instrumento -----	33
Tabla 15: Estadística de fiabilidad del alfa de cronbach del instrumento de la variable principales factores influyentes-----	33
Tabla 16: Estadísticas de la totalidad de elemento-----	33
Tabla 17: Estadística de fiabilidad del alfa de cronbach del instrumento de la variable rentabilidad. -----	35
Tabla 18: Estadísticas de la totalidad de elemento-----	36

Tabla 19: El coeficiente de pearson de correlación -----	38
Tabla 20: Niveles de la variable de principales factores influyentes en la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 -----	39
Tabla 21: Niveles de la dimensión acceso al financiamiento de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017-----	40
Tabla 22: Niveles de la dimensión formación técnica de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017-----	41
Tabla 23: Niveles de la dimensión plan de ventas de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017-----	42
Tabla 24: Niveles de la variable rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 -----	43
Tabla 25: Niveles de la dimensión proceso de compras de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017-----	44
Tabla 26: Niveles de la dimensión tipo de productos de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017-----	45
Tabla 27: Niveles de la dimensión ventas de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 -----	46
Tabla 28: Prueba de normalidad de las variables y dimensiones para definir el uso del proceso estadístico. -----	47
Tabla 29: Correlación de r de pearson entre acceso al financiamiento y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 -----	49

Tabla 30: Correlación de r de pearson entre plan de ventas y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 -----54

Tabla 31: Correlación de r de pearson entre los principales factores influyentes y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 -----57

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diseño de investigación.....	25
Figura 2: Principales factores influyentes en la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017	39
Figura 3: Acceso al financiamiento de las mype comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017	40
Figura 4: Formación técnica de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.....	41
Figura 5: Nivel de ventas de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.....	42
Figura 6: Rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017	43
Figura 7: Proceso de compras de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.....	44
Figura 8: Tipo de productos de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.....	45
Figura 9: Ventas de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017	46
Figura 10: Dispersión simple entre acceso al financiamiento y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017	50

Figura 11: Dispersión simple entre formación técnica y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 53

Figura 12: Dispersión simple entre plan de ventas y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 55

Figura 13: Dispersión simple entre los principales factores influyentes y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 58

RESUMEN

La presente investigación identificó los principales factores que influyen en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

El proceso empleado para la elaboración de la presente tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo con un nivel de investigación de alcance descriptivo, el diseño de la misma es el descriptivo correlacional. La población sujeta a estudio estuvo conformada por todas las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima inscritas en el REMYPE durante el año 2017, donde se utilizó un muestreo probabilístico de tipo simple, con un tamaño de muestra de 190 MYPE, y se empleó a modo de instrumento un cuestionario, cuyo nivel de significancia de Alfa de Cronbach asciende a 0.920 y 0.790 para las variables: principales factores influyentes y rentabilidad, respectivamente, los cuales son valores confiables y aceptables.

En efecto, los resultados más sustanciales recogidos con la prueba de Pearson realizada a las variables, se determinó que hay relación entre los principales factores influyentes y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, con una correlación positiva de $r = 0.946$ cuyo nivel de significancia es igual a 0.000, lo cual representa un nivel menor al esperado ($p < 0.05$), descartándose la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna.

Palabras clave: Principales factores influyentes y Rentabilidad.

ABSTRACT

This research identified the main factors that influence the level of profitability of commercial MYPE located in the Cercado de Lima and accredited in REMYPE in 2017.

The process used for the preparation of this thesis was related to the quantitative approach with a level of research of descriptive scope, its design is the correlational descriptive. The population under study was made up of all commercial MYPE located in the Cercado de Lima registered in REMYPE during 2017, where a simple-type probabilistic sampling was used, with a sample size of 190 MYPE, and was used to Instrument mode a questionnaire, whose level of significance of Cronbach's Alpha amounts to 0.920 and 0.790 for the variables: main influencing factors and profitability, respectively, which are reliable and acceptable values.

In fact, the most substantial results collected with the Pearson test performed on the variables, it was determined that there is a relationship between the main influencing factors and the profitability of the commercial MYPE located in the Cercado de Lima and accredited in the REMYPE in 2017 , with a positive correlation of $r = 0.946$ whose level of significance is equal to 0.000, which represents a lower level than expected ($p < 0.05$), discarding the null hypothesis, accepting the alternate hypothesis.

Keywords: Main influencing factors and Profitability.

INTRODUCCIÓN

El rol que desempeñan las Micro y Pequeñas empresas (MYPE) es significativamente relevante, de acuerdo a Zevallos, 2003, citado en Ponce, 2017: *“Constituyen un creciente sector en la economía, llegando a representar en algunos países hasta el 90% de todas las unidades económicas. Tienen un gran potencial para los países en desarrollo, fundamentalmente por su contribución al PBI, la generación de empleo y la reducción de las desigualdades regionales, así como por su potencial de desarrollo innovador”* (P.48)

Según cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho, 2017): *“Las microempresas representan un 95.8% del total de empresas en el país, mientras que las pequeñas empresas, un 0.1%. Asimismo, el 90.7% de estas se ubican en áreas urbanas y el 32.4% se encuentra en Lima Metropolitana”*.

Determinadas MYPE se abastecen mediante la importación de proveedores de China para su posterior comercialización, esto se debe a su industria tecnológica y crecimiento manufacturero; asimismo, el precio, la calidad y el servicio lo han convertido en un mercado ideal para fabricar productos que se requieran, mientras que la otra cantidad de MYPE ha optado solo a comercializar y se abastecen mediante grandes proveedores nacionales.

El principal problema en la productividad de las MYPE estaría relacionado con la dificultad de optimizar su producción a menor costo (economías de escala), acceder a un crédito, la ausencia de formalidad en pactar contratos con clientes o abastecedores y por último la falta de un personal capacitado y especializado. (Diario El Peruano, 2018).

La investigación se enfocó exclusivamente en las MYPE comerciales registradas en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) en el 2017 y situadas en el Cercado de Lima. Se verificó la falta de estudios relacionados a los factores influyentes en el nivel de rentabilidad de las MYPE comerciales acreditadas en el REMYPE en el año 2017, ya que en las diferentes universidades consultadas sólo se pudo encontrar información acerca de los factores que influyen en el crecimiento de una MYPE en el sector textil e industrial, colocaciones de créditos a microempresas en el Perú, entre otros.

Por consiguiente, el problema principal de esta investigación es: ¿Cuáles son los principales factores que influyen en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017?

El objetivo principal de la presente investigación consiste en identificar los principales factores que influyen en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

La hipótesis principal que responde al problema y objetivo principal de la investigación es la siguiente: Acceder a un financiamiento, contar con una formación y/o asesoría técnica por parte de los emprendedores, así como un plan de ventas en las MYPE, resultan ser principales factores que influyen en el nivel rentable de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

La importancia de realizar ésta investigación consiste en reflejar como los factores nombrados en el párrafo anterior inciden en el nivel rentable de las MYPE comerciales, lo cual beneficiará a las MYPE peruanas que comercializan diferentes artículos en el Cercado de Lima, a los nuevos emprendedores que deseen desarrollarse en este rubro ya que les ayudará a identificar los riesgos y convertirlos en posibles oportunidades a fin de tener un crecimiento rentable. La principal motivación de la investigación es generar fuentes de trabajo, que permitan disminuir de alguna manera el desempleo y la pobreza en nuestro país.

Con relación a las limitaciones de estudio, se precisa que no se ha encontrado información actualizada que refleje la realidad nacional de las MYPE comerciales localizadas en el Cercado de Lima acreditadas en el REMYPE en el año 2017, por tanto, a fin de obtener información relevante y necesaria, se tuvo que recurrir a encuestar a 190 gerentes de las MYPE, conforme a la muestra calculada en función a la población reconocida (375 MYPE) para alcanzar el nivel de confianza aceptable.

La presente investigación presenta el enfoque cuantitativo con un nivel de investigación de alcance descriptivo, el diseño que se aplicará será el descriptivo correlacional. Respecto a la población, está conformada por todas las MYPE comercializadoras ubicadas en el Cercado de Lima inscritas en el REMYPE durante el año 2017 que ascienden a la cantidad de 375 y se tuvo una muestra de 190 MYPE que formarán parte de la presente investigación.

La investigación consta de los cinco capítulos siguientes:

En el capítulo I, se justifica la investigación, se elaboran los antecedentes nacionales e internacionales, se desarrollan las bases teóricas que contienen una mayor amplitud de las definiciones de MYPE comerciales, rentabilidad, financiamiento, la importancia de contar con una formación técnica por parte del emprendedor, el plan de ventas, así como también se definen los términos básicos.

En el capítulo II, se plantea la hipótesis principal y las derivadas, así como la matriz de operacionalización de variables.

En el capítulo III, se desarrolla el diseño metodológico, se determina la población y el procedimiento muestral, se menciona el instrumento utilizado, la técnica de recolección de datos y estadísticas para el procesamiento de información.

En el capítulo IV, se presentan los resultados alcanzados.

Finalmente, en el capítulo V, se comparan e interpretan los resultados conseguidos durante el trabajo de campo, y se puntualiza las conclusiones junto a las recomendaciones del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Antecedentes Nacionales

Ramaycuna (2017), realizó la tesis titulada *“Factores que limitan el desarrollo financiero de las MYPE en el distrito de Catacaos – Piura, 2017*, donde se tuvo como propósito conocer las limitaciones financieras de las MYPE ubicadas en el departamento de Piura, distrito de Catacaos. El tipo de estudio planteado fue no experimental, con diseño descriptivo de tipo transversal correlacional, se tuvo una muestra conformada por 21 MYPE, donde se les aplicó una encuesta a los dueños. Llegando a la conclusión que el 14.3 % son informales y el 85.7% son formales, más del 50% cerraron sus negocios porque no contaban con los recursos (económicos y gestión) suficientes; asimismo, la totalidad de las personas encuestadas no cuentan con buen historial de crédito, lo que genera que no puedan acceder a algún tipo de financiación.

Kong & Moreno (2014), realizó la tesis titulada *“Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPE del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012”*, donde se determinó el vínculo existente entre las siguientes variables: fuentes de financiamiento y el desarrollo de las MYPE, este estudio contó con 130 encargados de las MYPE como muestra , además fue necesario incluir a 4 representantes de las entidades financieras seleccionadas, con mayor participación en el mercado del distrito, la recolección de resultados fueron obtenidos por medio de encuestas y entrevistas. Del análisis efectuado a la situación del sector

microempresarial, el sector comercial es el de mayor concentración, en este caso las MYPE estudiadas han recibido con mayor facilidad el financiamiento solicitado a las entidades financieras, por otro lado, también se han financiado por medio de un ahorro personal. Sin embargo, aún no se ha concientizado sobre la importancia de contar con una cultura crediticia. El reto de los emprendedores para lograr reducir los costos empresariales e incrementar la rentabilidad requiere de invertir en nuevas tecnologías y priorizar asesoramientos comerciales.

Barbarán, Arteaga, Caballero, Rodríguez & Neciosup (2018), mediante su informe de investigación *“Limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de MYPE: distritos de Coishco, Chimbote, Nuevo Chimbote y Santa – 2017”*, determinaron las limitaciones que obstruyen el desarrollo empresarial, utilizaron un estudio descriptivo propositivo y aplicaron el diseño no experimental, las encuestas y entrevistas fueron realizadas a una muestra conformada por 380 dueños de las MYPE, además de instituciones y actores de promoción y apoyo. Llegando a la conclusión que el principal problema que impide su desarrollo es el sistema tributario, seguido por el apoyo del Estado y entidades financieras.

El Ministerio de la Producción (PRODUCE), reveló en un estudio que en el Perú hay cerca de 2 millones de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), las cuales representan el 99,5% del tejido empresarial nacional, de acuerdo al reporte 2019 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el Perú se ubica en la quinta posición de 48 economías de los países con mayor cantidad de emprendimientos en fase temprana, con una tasa del 22,4%. Cabe señalar que muy pocas MIPYME reciben ayuda

financiera de las entidades bancarias, lo que puede perjudicar su producción a futuro, en la práctica solo el 6% cuenta con acceso al sistema financiero. (Diario Publimetro, 2019).

Ponce & Zevallos (2019), mediante su artículo titulado “*La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible sino accesible*” hacen mención que no es fundamental realizar una fuerte inversión ni contar con tecnología avanzada para innovar, ya que esto no contribuirá en su totalidad a incrementar la productividad y competitividad. Sino que, por el contrario, se deben enfocar en mejorar los hábitos, competencias y replantear las estrategias, los cuales permitirán contribuir a la mejora de los procesos de gestión en función a las innovaciones y garantizar la sostenibilidad en el tiempo.

Antecedentes Internacionales

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2017), en su documento “*Inclusión financiera de las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú*”, señala que las micro, pequeñas y medianas empresas se ha financiado por muchos años por el sector financiero privado regulado por la SBS. Cabe señalar que existen una variedad de canales de financiamiento informales (familiares, amigos, asociaciones ahorro y crédito, proveedores, comerciantes mayoristas, prestamistas informales, entre otros), este tipo de financiamiento usualmente lo realizan aquellas empresas que no generan tantos ingresos por lo que si lo realizan de manera formal les generaría altos costos de transacción.

Yance, Solis, Burgos & Hermida (2017), mediante su artículo titulado "*La importancia de las PYMES en el Ecuador*" señalaron que las PYMES ubicadas en América Latina no superan el 36% en productividad en comparación con las grandes empresas, por el contrario, en Europa la productividad es muy superior (73% - 75%). Respecto a las medianas empresas de América Latina su productividad es menor al 50% con relación a las grandes empresas en Europa y Latinoamérica. Se resalta que debido a los cambios ambientales las PYMES deben plantearse nuevas estrategias asociadas a la responsabilidad social para lograr ser eficientes y competitivos.

Nicola (2015), realizó la tesis titulada "*Análisis Sectorial de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme) de la provincia del Guayas, periodo 2011 – 2013*", donde se buscó analizar la participación de la MIPYME en los procesos de producción y generación de empleo y su vinculación en el sector financiero de la economía, periodo 2011 – 2013, se utilizaron las técnicas de estadística descriptiva. Llegando a la conclusión que las ventas nacionales con relación al PIB, significaron el 198,27% y las ventas de las MIPYME de la provincia del Guayas el 8,86% frente al PIB, siendo que las ventas de las MIPYME del Guayas representaron el 4,47% del total de las ventas del año 2013. Para el año 2011 la PEA era de 6.581.621 personas, las MIPYME fueron 681.390 personas y significaron el 10,35% del total de la PEA, para el año 2012 representaron las MIPYME el 11,21% y para el año 2013 el 11,41% de la PEA. El total de crédito otorgado por el Sistema Financiero Nacional a las MIPYME, fue por un monto de 404.326.000 dólares en el año 2012 y para el año 2013 llegó a 1.141.649.000 dólares, que representa un incremento del 182,36%.

Luna (2012), realizó la tesis titulada *“Influencia del capital humano para la competitividad de las Pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato”*, cuyo objetivo principal consistió en constatar que la competitividad de todas las empresas se debe a sus recursos humanos. Tuvo una muestra conformada por 300 empresas del sector Pyme, donde se les aplicó una encuesta a los dueños. Llegando a la conclusión que, los conocimientos que posee el personal generan una mayor innovación, competitividad, de lo contrario se reflejara una baja producción debido a la escasa experiencia laboral del recurso humano.

Domínguez (2016), presidente de Confecámaras, señaló que: *“En Colombia se crean muchas empresas cada año, pero la tasa de supervivencia de los nuevos emprendimientos es baja, 29,7%, lo cual es explicado principalmente por el comportamiento de las empresas matriculadas como personas naturales (76% del total) que registran porcentajes de supervivencia del 25,2%, 1,7 veces por debajo de la tasa registrada por las sociedades, que es del 42,8%”*.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Las Micro y Pequeñas empresas (MYPE)

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria – SUNAT (2019) *“La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Las micro y pequeñas empresas se inscriben en un registro que se denomina REMYPE.”*

Las MYPE son consideradas en el país como el estrato empresarial más importante de las últimas décadas debido a su crecimiento constante, está conformada por una persona natural o una persona jurídica cuyo fin es realizar actividades, que pueden ser: extraer, producir, transformar y comercializar bienes o prestar algún tipo de servicio. (Sunat, 2019).

Las MYPE generan empleo en el país aproximadamente en un 85% y contribuye al PBI en un 24%. (Ministerio de producción, 2018).

El perfil de negocio de las MYPE ha nacido con un fuerte respaldo familiar. Muchas se mantienen organizadas como empresas familiares, por lo que presentan una fuerte vinculación entre la actividad productiva o comercial y la familia. Mientras más pequeña la unidad empresarial más difícil es separar los roles de la familia y empresa. (Universidad San Martín de Porres, 1999, pág. 37).

Perfil del microempresario: El empresario que dirige una micro o pequeña empresa, es un hombre que realiza diversas actividades, y tiene una capacidad reducida de almacenamiento y procesamiento de información, también un rol dominante para tomar decisiones y, cuando los niveles de educación no son tan altos se generan limitaciones para el análisis de dicha información. (Universidad San Martín de Porres, 1999, pág. 39).

De acuerdo a la Ley N° 30056 (Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial), la MYPE debe encontrarse dentro de las siguientes categorías empresariales, cuyo valor se establece de acuerdo a las ventas anuales. Al respecto, se pueden apreciar las características de las MYPE en la tabla siguiente:

Tabla 1: Características de las Micro y Pequeñas Empresas.

Tamaño	Ventas Anuales	UIT	Monto Máximo (Soles)
Micro	$VA \leq 150 \text{ UIT}$	4200.00	630 000,00
Pequeña	$150 \text{ UIT} < VA \leq 1700 \text{ UIT}$	(D.S. N° 298-2018-EF)	7 140 000,00

Fuente: Ley N° 30056.
Elaboración Propia

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en su documento Perú: Estructura Empresarial, 2017, elaborado con información proveniente del Directorio Central de Empresas y Establecimientos (DCEE) registró 1 033 326 MYPE que desarrollaron actividades del sector comercial en el territorio nacional.

Del total de las unidades comerciales en el año 2017, el 95,8% se clasificaron como microempresas y como pequeñas empresas el 3,7%, tal como se detalla en la tabla siguiente:

Tabla 2: Perú: Empresas Comerciales, Según segmento empresarial, 2016-2017

Segmento empresarial	2016	2017		Var% 2017/2016
		Absoluto	Porcentaje	
Microempresa	921,044	994,525	95,8	8,0
Pequeña empresa	36,006	38,801	3,7	7,8
Total	957,050	1,033,326	99.5,0	8,0

Fuente: INEI
Elaboración Propia

El registro muestra a 1 033 326 MYPE que se dedicaron al comercio, con un incremento de 8,0% respecto al año 2016. En el país existen mayor número de microempresas (994 525) en comparación con las pequeñas empresas (38 801).

Tabla 3: Perú: MYPE Comerciales, Según segmento empresarial, 2017

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Microempresa 2017		Pequeña empresa 2017		MYPE 2017	
	Absoluto	Porcentaje	Absoluto	Porcentaje	Absoluto	Porcentaje
TOTAL	994 525	100%	38 801	100%	1 033 326	100%
Venta y reparación de vehículos automotores	59 691	6%	3498	9%	63 189	6.1%
Comercio al por mayor	185 218	18.6%	20 118	51.9%	205 336	19.9%
Comercio al por menor	749 616	75.4%	15 185	39.1%	764 801	74.0%

Fuente: INEI
Elaboración Propia

En todo el Perú el 74% de las MYPE realizan actividades de comercio al por menor y el 19,9% realizan actividades al por mayor.

MYPE comerciales por cada región

En la tabla 4 se determinarán las cantidades y valores porcentuales de las MYPE comerciales que se encuentran en cada región del país, a fin de contar con la cantidad exacta de MYPE que realizan actividades en la provincia de Lima.

Tabla 4: MYPE Comerciales, Según Región, 2017

REGIÓN	Microempresas	Pequeñas empresas	MYPE	
	Absoluto	Absoluto	Absoluto	Porcentaje
Nacional	994,525	38,801	1,033,326	100%
Amazonas	3,964	205	4,169	0.4%
Áncash	29,012	867	29,879	2.9%
Apurímac	7,719	303	8,022	0.8%
Arequipa	56,201	1,996	58,197	5.6%
Ayacucho	11,522	488	12,010	1.2%
Cajamarca	20,314	678	20,992	2.0%
Prov. Const. Callao	32,163	892	33,055	3.2%
Cusco	41,185	994	42,179	4.1%
Huancavelica	4,555	83	4,638	0.4%
Huánuco	15,158	564	15,722	1.5%
Ica	29,141	806	29,947	2.9%
Junín	38,699	1,109	39,808	3.9%
La Libertad	55,445	1,719	57,164	5.5%
Lambayeque	32,196	940	33,136	3.2%
Lima Provincias	27,866	618	28,484	2.8%
Prov. de Lima	422,348	20,589	442,937	42.9%
Loreto	18,797	953	19,750	1.9%
Madre de Dios	6,552	357	6,909	0.7%
Moquegua	5,936	181	6,117	0.6%
Pasco	5,952	169	6,121	0.6%
Piura	45,218	1,060	46,278	4.5%
Puno	21,727	841	22,568	2.2%

San Martín	20,169	877	21,046	2.0%
Tacna	18,409	615	19,024	1.8%
Tumbes	8,751	227	8,978	0.9%
Ucayali	15,526	670	16,196	1.6%

Fuente: INEI
Elaboración Propia

Cabe señalar que la presente investigación se enfocará específicamente en el distrito de Cercado de Lima, por lo que el primer objetivo es identificar las MYPE comerciales en la Provincia de Lima, la cual cuenta con un total 442 937 y representa un 42,9% del total.

1.2.2 Rentabilidad

Antes de entender la rentabilidad económica, debemos tener en claro que la rentabilidad es uno de los conceptos más importantes y más utilizados de las empresas modernas, una empresa no es buena gracias a sus ventas o ganancias, sino, es buena cuando es rentable, por lo que se definirá la rentabilidad desde diferentes perspectivas. Así pues, se define la rentabilidad como:

Lo que buscan los inversionistas al invertir sus ahorros en la empresa y es lo que buscan los gerentes con sus decisiones directivas, la rentabilidad mide la capacidad con la que una empresa utiliza sus recursos, siendo eficiente al administrar sus recursos correctamente sin desperdiciarlos. (Barrero, 2013).

Según Ccaccya (2015) “La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el

fin de obtener ciertos resultados. Bajo esta perspectiva, la rentabilidad de una empresa puede evaluarse comparando el resultado final y el valor de los medios empleados para generar dichos beneficio” (P.3).

La rentabilidad económica se da en un tiempo determinado y es una medida de la productividad de los activos de la empresa cuya finalidad es generar valor independientemente a la financiación de los mismos, el comportamiento de los activos determina si la empresa es rentable o no en el aspecto económico, la rentabilidad económica permite medir la eficiencia de la gestión que se realiza (Sánchez, 2002, citado en Martínez, 2015).

Para entender mejor lo que significa la rentabilidad económica:

Caraballo, T; Amondarain, J & Zubiaur (2013), afirman que “Se trata de evaluar la capacidad efectiva de la empresa, del negocio para obtener rendimientos a partir de los capitales invertidos y recursos disponibles. Desechando los aspectos financieros y centrando la cuestión en los económicos, se mide la eficacia de los aspectos financieros y centrando la cuestión en los económicos, se mide la eficacia de los gestores de la empresa, en cuanto a la propiedad de la empresa pone en manos de los administradores de la misma unas inversiones, unos recursos, para que éstos, a partir de la gestión de los mismos, consigan generar beneficios. La herramienta fundamental a utilizar es el ratio de rentabilidad económica, conocido como Return on Investment (ROI) o Return on Assets (ROA)” (P. 2).

Cálculo de la rentabilidad económica:

$$RE = \frac{BE \text{ (Beneficio económico)}}{AT \text{ (Activo total)}}$$

También se utilizan términos como ROA y ROI para referirse a rentabilidad económica.

El beneficio económico antes de intereses e impuestos se halla restando los costos no financieros a los ingresos de la empresa. No se debe restar los intereses de la deuda, otros costes financieros y los impuestos.

Ventajas de las microempresas en el desarrollo económico:

Según la investigación realizada por el Instituto de Investigación de la Facultad de Relaciones Industriales de la Universidad de San Martín de Porres las ventajas son:

- ✓ Es la única fuente de empleo para un alto porcentaje de la fuerza de trabajo, en especial para las mujeres.
- ✓ Constituye una de las principales fuentes de adquisición de destreza ocupacionales y de entrenamiento empresarial para los pobres.
- ✓ Provee, a bajo costo la mayor parte de los bienes y servicios esenciales que utilizan los sectores empobrecidos.
- ✓ Se interrelacionan continuamente con el sector formal adquiriendo materias primas, proveyendo servicios, etc.

- ✓ Contribuyen a incorporar mujeres a la fuerza laboral, darles su flexibilidad con el equipo de trabajo lo que permiten combinar la laborar domestica no remunerada con actividades productivas pagadas.
- ✓ Tiene probada capacidad de crear y fijar empleo a muy bajo costo unitario.

1.2.3 Sistema Financiero Peruano

En el 2017 operaron aproximadamente 1, 908,000 empresas formales, el 96.2% fueron conformadas por microempresas y el 3.3 % por pequeñas empresas, a pesar de que las MYPE representan el universo empresarial solo un pequeño porcentaje accedió al sistema financiero (6%). El progreso para acceder al sistema financiero es deprimente principalmente para las MYPE que en el 2013 tuvieron una cobertura del 5.6%, pasando a 4,6% en 2017. A enero del presente año, se concedieron créditos por S/ 196 996 000 de las cuales fueron destinados para las MYPE un 20%. (Ministerio de la Producción, citado por, La Cámara, 2019).

Al primer semestre del año 2018, el Sistema Financiero Peruano se conformó por Bancos (16 unds.), instituciones micro financieras como cajas municipales, cajas rurales y Ed pymes (27 unds.), empresas financieras (11 unds.), empresa de arrendamiento financiero (1 und.) y estatales (2 unds.), además el crédito MYPE del sistema financiero alcanzó los S/ 37 749 000, creciendo aproximadamente un 6,8% en los últimos cuatro años. La banca múltiple en un 48.1%, centraliza la mayor parte de crédito empresarial mientras que las cajas municipales en un 32.8%; sin embargo, en los últimos años la banca múltiple está enfocando sus créditos a grandes empresas

mientras que los créditos que ofrecen a las MYPE vienen disminuyendo. Las cajas contribuyen en más del 80% de sus préstamos a las MYPE. El sector comercio capta el 25.4% del crédito empresarial del sector financiero. (Peñaranda, 2018)

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP - SBS (2019) “El Sistema Financiero está compuesto por 54 empresas que realizan operaciones múltiples y poseen activos por casi S/ 454 mil millones” (P.5).

Tabla 5: Empresas de operaciones múltiples

Empresas de Operaciones Múltiples	Activos a Mayo 2019		
	Número de Empresas	Monto (S/ Millones)	Participación (%)
Banca Múltiple	15	404 544	89,18
Empresas financieras	11	15 600	3,44
Cajas municipales (CM)	12	27 988	6,17
Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)	7	2 890	0,64
Entidades de desarrollo de la pequeña y microempresa (Edpyme)	9	2 592	0,57
TOTAL	54	453 615	100

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP - SBS

Elaboración: SBS

En la tabla 6 se refleja la participación de la microempresa en el Sistema Financiero en un 4.6%, mientras que la pequeña empresa representa un 46.3%.

Tabla 6: Acceso al financiamiento según estrato, 2017

	Número de empresas registradas en Sunat	Número de empresas registradas en el SF Diciembre 2017	% Participación en el SF
Microempresa	1,836,848	83,839	4.6%
Pequeña	60,702	28,116	46.3%
Mediana	2,034	1,269	62.4%
Mipyme	1,899,584	113,224	6.0%
Gran	9,245	5,292	57.2%
Total	1,908,829	118,516	6.2%

Fuente: SBS RCC 2017 - Sunat 2017**Elaboración:** Produce OEE

En la tabla 7 se ve reflejado la evolución de la inclusión financiera de las MYPE, respecto a la microempresa al transcurrir los años, en el caso de la microempresa ha ido disminuyendo pasando del 5% en el año 2016 a un 4.6% en el año 2017, en lo que respecta a la pequeña empresa fue mejorando, lo cual resulta más alentador, ya que en el año 2016 representó un 42.8% y en el año 2017 un 46.3%.

Tabla 7: Evolución anual de la inclusión financiera de MIPYME (%)

Rango empresarial	2013	2014	2015	2016	2017
Microempresa	5.6%	5.4%	5.1%	5.0%	4.6%
Pequeña	44.0%	43.9%	43.2%	42.8%	46.3%
Mediana	62.9%	65.0%	62.1%	60.6%	62.4%
MIPYME	7.5%	7.2%	6.8%	6.7%	6.0%
	71.1%	72.1%	70.7%	69.1%	57.2%

Fuente: SBS RCC 2017 - Sunat 2017**Elaboración:** Produce OEE

1.2.4 Formación técnica

El Banco de Desarrollo de América Latina – CAF (2015), reveló en su documento titulado “*Educación técnica y formación profesional en Perú*”, que el gran desafío para nuestra nación consiste en edificar un personal capacitado que desarrolle competencias esenciales para enfrentar y solucionar los problemas venideros que les impida complicarse en la adaptación rápida a las nuevas tecnologías. Los pactos entre instituciones públicas y empresas privadas generan incentivos en la colaboración del sector privado. La ETFP abarca la educación secundaria y técnica, cuyo propósito de la educación regular básica es desarrollar las capacidades laborales generales, las competencias empresariales y el conocimiento, la educación técnica se ofrece en los institutos superiores pedagógicos, los institutos superiores técnicos e institutos de educación superior.

La educación técnica y formación profesional tiene una significativa influencia en el desarrollo de nuestro país, ya que apunta a incrementar y fortificar las habilidades y competencias especiales en el ímpetu laboral, que estén alineadas con el pedido de las empresas y los sectores productivos.

Roca, Mesones & Avolio (2011), identificaron cinco factores limitantes en la consolidación y el crecimiento de los empresarios de las MYPE: administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales. La mayoría de MYPE son de tipo familiar, lo que genera que los representantes de los dueños, en muchas ocasiones no cuente con una preparación e instrucción adecuada. Además, señalan que la carencia

de una educación en la gestión de los negocios limita las posibilidades de desarrollo de las MYPE, ya que los empresarios consideran solo su experiencia previa y no buscan acrecentar sus conocimientos para adquirir una mayor expansión en sus negocios.

1.2.5 Plan de ventas

Es cierto que las MYPE representan un papel importante en la economía del país; sin embargo, se observan bajos índices de supervivencia que evita su consolidación empresarial, para ello es importante planificar el proceso de ventas y conocer su importancia.

La planificación de ventas es una actividad diseñada para que el vendedor logre sus objetivos. La planificación de ventas es importante porque el vendedor está implicado en muchas actividades como administrar su tiempo, reservar citas, vender a los clientes, hacer presentaciones y negociaciones, todas estas actividades necesitan una preparación cuidadosa si se quiere lograr el éxito. El principal problema que tiene la mayoría de los vendedores que realizan una venta directa con el cliente es que pasan un montón de tiempo por su cuenta debido a que no hay una supervisión directa y tampoco un jefe cerca que verifique si lo está haciendo de manera correcta, por esta razón para lograr el éxito en este proceso se necesita disciplina y la habilidad de planear y priorizar el tiempo. (Atkinson, 2010).

El ciclo de la planificación de ventas se describe como el establecer objetivos, identificar recursos, producir un plan, implementar el plan, revisar los resultados y modificar el plan. Los objetivos a corto, medio y largo plazo deben estar relacionados al negocio en general; los recursos refieren a todo con lo que cuenta la empresa ya sea personas o presupuestos; análisis de mercado como revisión del mercado que incluye el análisis de la actividad de la competencia; la gama de productos o servicios disponibles para la venta, nuevos productos que se introducirá, la proporción probable de volúmenes de cada producto que se espera vender. (Sales Training Consultancy, 2011).

1.3 Definición de términos básicos

Con la finalidad de establecer un conjunto de conceptos básicos que pueden servir y ayudar al mejor entendimiento y aplicación adecuada de esta investigación, se presenta lo siguiente:

a. Formación técnica:

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2019). Define la formación técnica: “Como parte de la educación que se ocupa de impartir conocimientos y destrezas o capacidades para el mundo del trabajo”.

b. MYPE:

La MYPE cuyas siglas significa Micro y Pequeña Empresa está conformada por una persona natural o una persona jurídica cuyo fin es realizar actividades, que pueden

ser: extraer, producir, transformar y comercializar bienes o prestar algún tipo de servicio. (Sunat, 2019).

c. REMYPE

De acuerdo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2015) “El Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa - REMYPE, es un registro que cuenta con un procedimiento de inscripción en web, donde se inscriben las Micro y Pequeñas Empresas, cuya administración se encuentra a cargo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo”.

CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

- **Hipótesis principal:**

Acceder a un financiamiento, contar con una formación y/o asesoría técnica por parte de los emprendedores, así como un plan de ventas en las MYPE, resultan ser principales factores que influyen en el nivel rentable de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

- **Hipótesis derivadas:**

1. Acceder a un financiamiento influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.
2. La formación técnica en los emprendedores influye en el nivel de rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.
3. Contar con un plan de ventas influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

2.2 Variables y definición operacional

Tabla 8: Matriz de operacionalización de las variables 1 y 2:

Variable (Definición)	Dimensiones (Factores)	Indicadores (Definición operacional)	Ítems del instrumento (Cuestionario)	Escala	Niveles o rangos
V1 Rentabilidad: Es cuando se obtiene ganancias a causa de una inversión.	Proceso de compra	% de ejecución de los ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué porcentaje de los ingresos destina para compras? 	Muy frecuente (5) Frecuente (4) Periódicamente (3) Poco Frecuente (2) Nunca (1)	Malo Regular Bueno
		Evaluación y selección del proveedor	<ul style="list-style-type: none"> ¿Con qué tipo de proveedor trabaja Ud.? ¿Cuál de los siguientes criterios utiliza Ud. para la selección de su proveedor? ¿Qué facilidad le brinda su proveedor para cumplir con sus obligaciones? 		
		Inventario	<ul style="list-style-type: none"> ¿Con qué frecuencia se realiza el inventario a su almacén? 		
	Tipo de producto	Calidad y precio	<ul style="list-style-type: none"> ¿La calidad de sus productos cumplen con los deseos de sus consumidores? ¿El precio de sus productos cumplen con los deseos de sus consumidores? 		
		Detalle del producto	<ul style="list-style-type: none"> ¿Son todos sus productos individualmente rentables? ¿Recibe información de manera regular sobre la rentabilidad de los diferentes productos vendidos? 		
		Existencias de mercadería	<ul style="list-style-type: none"> ¿Tiene un plan de previsión de compras de sus productos? 		
	Ventas	Volumen de ventas	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué nivel de rentabilidad ha tenido su empresa en el último año? ¿En cuánto ha incrementado el volumen de sus ventas en el último año? 		
		Captación de clientes	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo se encuentra el número de clientes de su empresa? 		

		Tiempo promedio de entrega del producto	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuánto tarda en vender los productos en stock? • ¿Tiene un plan de previsión de ventas? 		
V2 Principales factores influyentes: Financiamiento: Cuando alguna entidad financiera otorga o aporta un crédito a una persona natural o jurídica para que realice un proyecto.	Acceso al Financiamiento	Entidades Financieras	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Dispone Ud. de recursos para autofinanciar su empresa? • ¿En algún momento Ud. ha solicitado un crédito a alguna entidad financiera? • ¿Fue aceptado su crédito? • Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuál fue el plazo al que le entregaron el crédito financiero? • Si su respuesta anterior fue negativa, ¿Cuál fue el motivo por el que no le otorgaron el crédito? • ¿Con cuántas entidades financieras trabaja la empresa que usted dirige? • ¿Con que entidad financiera trabaja la empresa que usted dirige? • ¿Con que frecuencia Ud. durante el año solicita créditos? • ¿Es suficiente el crédito que le otorgan? • ¿En que invierte el crédito solicitado? 	Muy frecuente (5) Frecuente (4) Periódicamente (3) Poco Frecuente (2) Nunca (1)	Malo Regular Bueno
		Capacidad de endeudamiento	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Actualmente Ud. tiene créditos a nombre de su empresa? • Respecto a la pregunta anterior: ¿Su empresa tiene dificultades para pagar el crédito que le otorgaron? • ¿Está al día en el pago de sus cuotas? • ¿Qué porcentaje de los ingresos destina como capacidad de endeudamiento? • Considera Ud. ¿Que no acceder a un crédito financiero es una limitación para incrementar la rentabilidad de su empresa? 		
	Formación técnica	Nivel de estudios	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado? 		

<p>Formación técnica: como competencia principal donde se adquieran conocimientos y aptitudes.</p>	Formación técnica	Capacitación técnica	<ul style="list-style-type: none"> • ¿En qué área considera usted que se debe tener algún curso y/o asesoría técnica para lograr el incremento de la rentabilidad de su empresa? • ¿Cuántos cursos de capacitación tuvo Ud. en los últimos dos años? • La iniciativa de realizar un curso de formación es: • ¿Cuál es el nivel de capacitación de su personal de trabajo? <p>Considera Ud. ¿Qué no contar con una formación especializada es una limitación para incrementar la rentabilidad de su empresa?</p>	<p>Muy frecuente (5) Frecuente (4) Periódicamente (3) Poco Frecuente (2) Nunca (1)</p>	<p>Malo Regular Bueno</p>
	Plan de ventas	Estrategias y Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué canales de ventas utiliza Ud.? • ¿Qué ventajas considera Ud. que proporciona la página web o red social? • ¿Cuál es su meta respecto al incremento del volumen de ventas? 		
		Cliente objetivo	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Tiene definido a su cliente objetivo? • Para proyectar sus ventas, sus clientes se ubican en: • Las compras que realizan sus clientes, en su mayoría, ¿Son al menor o por mayor? • ¿Qué es lo que busca su cliente? • ¿Debe ofrecer descuentos para atraer clientes? 		
		Condiciones del mercado	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Conoce Ud. a sus principales competidores? • ¿Utiliza Ud. a sus competidores de referencia para establecer sus precios? • ¿Los clientes de su competencia son clientes a los que podrías abordar en un futuro? • ¿Conoce Ud. lo que le hace ser diferente de la competencia para ganar más clientes? • Considera Ud. ¿Que contar con un plan de ventas influye en el incremento de la rentabilidad de su empresa? 		

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

La presente investigación presenta el enfoque cuantitativo, debido a que el estudio se realiza a partir del análisis de cantidades que se relaciona a fundamentos estadísticos.

El presente estudio es de alcance descriptivo donde se evalúa cómo se comporta la rentabilidad en función a los principales factores influyentes, tales como: financiamiento, formación técnica y plan de ventas.

El diseño que se aplica es el descriptivo correlacional, pues permite investigar el grado de relación que existe entre las variables dependiente e independiente identificadas en la presente investigación.

De acuerdo al proceso de investigación, lo que se mide es la relación entre la variable independiente 1: Principales factores influyentes (financiamiento, formación técnica y plan de ventas) y la Variable dependiente 2: Rentabilidad, con la finalidad de determinar si la variable 1 incide significativamente en la variable 2, ya sea de forma positiva o negativa de acuerdo a los resultados de correlación r de Pearson de acuerdo al proceso estadístico.

Diagrama de diseño de investigación:

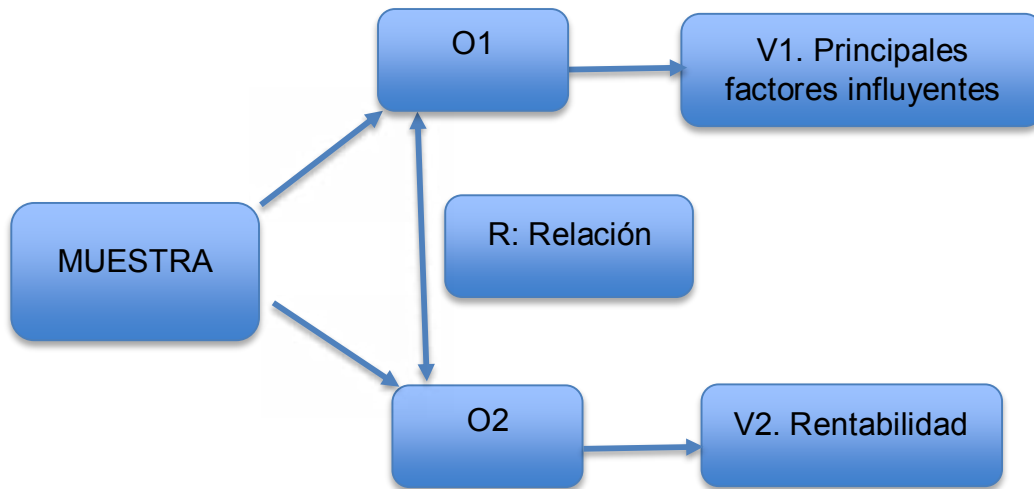


Figura 1: Diseño de investigación.
Fuente: Flores, R

Dónde:

M: Muestra

V1: Principales factores influyentes

V2: Rentabilidad

O1: Determinación de principales factores influyentes

O2: Determinación de rentabilidad

R: Posible relación entre las variables 1 y 2

3.2. Diseño muestral

Para recolectar la información primaria que permita cumplir con los objetivos principales de la investigación se debe reconocer a la población.

Población objetivo: Todas las MYPE del sector comercial ubicadas en el Cercado de Lima e inscritas en el REMYPE en el año 2017, las cuales ascienden a la cantidad de 375.

Los criterios de inclusión son:

- Afiliadas al REMYPE en el año 2017.
- MYPE jurídicas.
- Rubro comercial.
- Localizadas en el Cercado de Lima.
- MYPE en estado activo.

Los criterios de exclusión son:

- MYPE como personas naturales.
- MYPE en estado baja de oficio.
- MYPE en suspensión temporal.

Marco muestral: Lista de MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 ofrecido por la Dirección General de Promoción del Empleo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (Ver detalle en el anexo 2).

Tipo de muestreo: Probabilístico simple, la cual se hallará mediante fórmulas estadísticas.

Tamaño de muestra:

El tamaño de muestra se calculó de acuerdo con lo siguiente:

n: tamaño de muestra

z: nivel de confianza = (95%) = (equivale z = **1.96**)

p y q: proporción (50%) = (**0.5**)

N: tamaño de la población= (375)

e: error máximo admisible (5%) = (**0.05**)

Se empleó la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 375}{0.05^2 \times (375-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 190 \text{ MYPE}$$

De acuerdo a la fórmula aplicada, se determinó que el número de MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima acreditadas en el REMYPE en el año 2017 que forma parte de ésta investigación asciende a la cantidad de 190.

Ejecución: Contactamos con las MYPE vía telefónica o mediante correo electrónico con la finalidad de informar a los gerentes sobre el trabajo de investigación que se está llevando a cabo, y lograr de ese modo, recopilar información suficiente y confiable.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Es muy importante determinar el instrumento correcto que permita obtener la información pertinente, por ello, para la recopilación de datos se usó un cuestionario estructurado conformado por preguntas sobre aspectos relevantes de la investigación, a fin de medir cuantitativamente cada dimensión e indicador. Este instrumento sirvió para medir/registrar los aspectos que inciden en la rentabilidad. Estuvo dirigido a 190 gerentes de las MYPE comerciales que se inscribieron en el REMYPE en el año 2017.

Tabla 9: Ficha técnica instrumental - Cuestionario de variable principales factores influyentes

Aspectos Clave	Detalles
Instrumento	Se utilizó un cuestionario estructurado, cuyo objetivo es analizar la influencia de los principales factores en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017. La elaboración de este instrumento es de fuente propia.
Autores	Carolina Roxana Raygal Olivares Yoselin Mirella García Tello
Contenido	La variable que mide el cuestionario estructurado es la siguiente: <ul style="list-style-type: none">• Principales factores influyentes: (financiamiento, formación técnica y plan de ventas).
Tipo de Instrumento	Instrumento cuantitativo Tipo: Cuestionario
Tiempo	10 minutos
Lugar	Cercado de Lima
Administración	Individual
Niveles	1: Bajo 2: Medio 3: Alto
Dimensiones	# de dimensiones: 3 Dimensión 1 = 22 preguntas

Dimensión 2 = 8 preguntas
 Dimensión 3 = 14 preguntas

Escala
 5 = Muy frecuente
 4 = Frecuente
 3 = Periódicamente
 2 = Poco frecuente
 1 = Nunca

Descripción
 Software SPSS:
 Para las respuestas altas: valor de la escala * total de preguntas 44 x 5 = 220.
 Para las respuestas bajas: valor de la escala * total de preguntas = 44 x 1 = 44.
 Rango = (valor máx.- valor mín.) + 1 = (220 - 44) + 1 = 177
 La constante = Rango entre número de niveles = 177/3 = 59

Baremación*
 Alto <162 - 220>
 Medio <103 - 161>
 Bajo <44 - 102>

Muestra de aplicación 190 MYPE

*Baremo: Son escalas de valores que permiten clasificar los niveles y rangos.

Fuente: Aristides Vara
 Elaboración Propia

Tabla 10: Baremación de la variable principales factores influyentes

	No. Preguntas	Escala		Ptj. Min	Ptj. Max	Rango	Intervalo	Nivel					
		Min	Max					Bajo		Medio		Alto	
v1	44	1	5	44	220	177	59.00	44	102.00	103.00	161.00	162.00	220.00
d1	22	1	5	22	110	89	29.67	22	50.67	51.67	80.33	81.33	110.00
d2	8	1	5	8	40	33	11.00	8	18.00	19.00	29.00	30.00	40.00
d3	14	1	5	14	70	57	19.00	14	32.00	33.00	51.00	52.00	70.00
v2	15	1	5	15	75	61	20.33	15	34.33	35.33	54.67	55.67	75.00
d1	5	1	5	5	25	21	7.00	5	11.00	12.00	18.00	19.00	25.00
d2	5	1	5	5	25	21	7.00	5	11.00	12.00	18.00	19.00	25.00
d3	5	1	5	5	25	21	7.00	5	11.00	12.00	18.00	19.00	25.00

*Baremo: Son escalas de valores que permiten clasificar los niveles y rangos.
 Elaboración Propia

Tabla 11: Ficha técnica instrumental - Cuestionario de variable rentabilidad

Aspectos Clave	Detalles
Instrumento	Se utilizó un cuestionario estructurado, su objetivo es analizar la influencia de los principales factores en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017. La elaboración de este instrumento es de fuente propia.
Autores	Carolina Roxana Raygal Olivares Yoselin Mirella García Tello
Contenido	Las variables que mide el cuestionario estructurado es la siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad
Tipo de Instrumento	Instrumento cuantitativo Tipo: Cuestionario
Tiempo	10 minutos
Lugar	Cercado de Lima
Administración	Individual
Niveles	1: Bajo 2: Medio 3: Alto
Dimensiones	# de dimensiones: 3 Dimensión 1 = 5 preguntas Dimensión 2 = 5 preguntas Dimensión 3 = 5 preguntas
Escala	5 = Muy frecuente 4 = Frecuente 3 = Periódicamente 2 = Poco frecuente 1 = Nunca
Descripción	Software SPSS: Para respuestas altas: valor de la escala * total de preguntas 15 x 5 = 75 Para respuestas bajas: valor de la escala * total de preguntas = 15 x 1 = 15 Rango = (valor máx. – valor mín.) + 1= (75 – 15) + 1 = 61 La constante = Rango entre número de niveles = 177/3 = 20.33
Baremación*	Alto <55.67 - 75> Medio <35.33 – 54.67> Bajo <15- 34.33>

Muestra de aplicación

190 MYPE

*Baremo: Son escalas de valores que permiten clasificar los niveles y rangos.

Fuente: Arístides Vara

Elaboración Propia

Tabla 12: Baremación de la variable Rentabilidad

	No. Preguntas	ESCALA				Rango	Intervalo	NIVEL					
		Min	Max	Ptj. Min	Ptj. Max			Bajo		Medio		Alto	
v2	15	1	5	15	75	61	20.33	15	34.33	35.33	54.67	55.67	75.00
d1	5	1	5	5	25	21	7.00	5	11.00	12.00	18.00	19.00	25.00
d2	5	1	5	5	25	21	7.00	5	11.00	12.00	18.00	19.00	25.00
d3	5	1	5	5	25	21	7.00	5	11.00	12.00	18.00	19.00	25.00

*Baremo: Son escalas de valores que permiten clasificar los niveles y rangos.

Elaboración Propia

Validez de contenido:

El cuestionario fue analizado a través del enfoque complementario de contenido, es decir que, el cuestionario fue sometido a la valoración de 3 expertos en el ámbito de emprendimientos y MYPE de la Facultad de Ciencias Administrativas y RR.HH de la Universidad de San Martín de Porres, quienes cumplen la función de valorar la coherencia de este instrumento en base a los objetivos, variables, dimensiones e indicadores de la presente investigación.

El cuestionario fue evaluado por jueces expertos respecto al tema a estudiar. Los expertos seleccionados fueron:

Tabla 13: Validez del instrumento

Expertos	Cargo	Experiencia
José Enrique Laos López	Administrador	29 años
Cesar Augusto Osos Miranda	Economista	20 años
Edwar Soto Polo	Economista	20 años

Elaboración Propia

Emitida la validez del instrumento por los expertos seleccionados de la Universidad de San Martín de Porres, el jurado consultado consideró que las preguntas respectivas del cuestionario fueron pertinentes al objetivo, dimensiones e indicadores de la investigación, mostrando coherencia y claridad. (Ver detalle en el anexo 3).

Fiabilidad:

Se utilizó el proceso estadístico de Alfa de Cronbach, a fin de medir la fiabilidad y precisión de la escala de medida, el cual se aplicó para ambas variables (Principales factores influyentes y Rentabilidad) de manera independiente.

Corral, Y. (2009) menciona que, “Para evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems es común emplear el coeficiente Alfa de Cronbach cuando se trata de alternativas de respuestas policotómicas, como las escalas tipo Likert; la cual puede tomar valores entre 0 y 1, donde: 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total” (P. 241).

Tabla 14: Interpretación de la magnitud del Coeficiente de Confiabilidad del instrumento

Magnitud	Rangos
Muy Alta	Del 0,81 al 1,00
Alta	Del 0,61 al 0,80
Moderada	Del 0,41 al 0,60
Baja	Del 0,21 al 0,40
Muy Baja	Del 0,01 al 0,20

Fuente: Corral, Y.
Elaboración Propia

Tabla 15: Estadística de fiabilidad del Alfa de Cronbach del instrumento de la variable principales factores influyentes

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach en base a elementos estandarizados	N° de elementos
0,920	0,919	44

Elaboración Propia a partir del SPSS

Tabla 16: Estadísticas de la totalidad de elemento

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento fue suprimido	Varianza de escala si el elemento fue suprimido	Correlación total de elementos corregidos	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento fue suprimido
Item 1	128,0737	483,190	0,053	.	0,922
Item 2	128,2053	465,222	0,425	.	0,918
Item 3	128,1263	468,640	0,394	.	0,918
Item 4	128,2053	465,222	0,425	.	0,918
Item 5	128,1789	463,820	0,495	.	0,917
Item 6	128,1263	449,286	0,684	.	0,915
Item 7	128,1474	457,248	0,651	.	0,916

Item 8	128,1158	475,500	0,329	.	0,919
Item 9	128,0211	465,629	0,448	.	0,918
Item 10	128,1789	463,820	0,495	.	0,917
Item 11	128,1263	449,286	0,684	.	0,915
Item 12	128,1789	463,820	0,495	.	0,917
Item 13	128,1263	449,286	0,684	.	0,915
Item 14	128,1632	456,338	0,668	.	0,915
Item 15	128,2368	480,298	0,159	.	0,920
Item 16	128,1263	467,984	0,344	.	0,919
Item 17	128,2053	465,222	0,425	.	0,918
Item 18	128,1263	468,640	0,394	.	0,918
Item 19	128,2053	465,222	0,425	.	0,918
Item 20	128,3526	482,716	0,069	.	0,922
Item 21	128,0368	461,655	0,549	.	0,917
Item 22	128,0632	476,483	0,323	.	0,919
Item 23	128,0737	483,190	0,053	.	0,922
Item 24	128,1158	475,500	0,329	.	0,919
Item 25	128,0211	465,629	0,448	.	0,918
Item 26	128,1158	473,373	0,409	.	0,918
Item 27	128,1474	457,248	0,651	.	0,916
Item 28	128,0105	465,566	0,457	.	0,918
Item 29	128,0789	475,290	0,347	.	0,919
Item 30	128,0632	457,795	0,548	.	0,917
Item 31	128,1211	482,562	0,081	.	0,921
Item 32	128,1947	470,073	0,292	.	0,920
Item 33	128,1789	463,820	0,495	.	0,917
Item 34	128,1263	449,286	0,684	.	0,915

Item 35	128,1474	457,248	0,651	.	0,916
Item 36	128,2421	473,084	0,349	.	0,919
Item 37	128,0632	476,483	0,323	.	0,919
Item 38	128,1211	467,758	0,354	.	0,919
Item 39	128,1368	452,098	0,624	.	0,916
Item 40	128,1895	462,863	0,404	.	0,918
Item 41	128,1474	457,248	0,651	.	0,916
Item 42	128,0053	465,963	0,452	.	0,918
Item 43	128,0632	476,483	0,323	.	0,919
Item 44	128,0632	457,795	0,548	.	0,917

Elaboración Propia a partir del SPSS

Tabla 17: Estadística de fiabilidad del Alfa de Cronbach del instrumento de la variable rentabilidad.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach en base a elementos estandarizados	N° de elementos
0,790	0,784	15

Elaboración Propia a partir del SPSS

Tabla 18: Estadísticas de la totalidad de elemento

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento fue suprimido	Varianza de escala si el elemento fue suprimido	Correlación total de elementos corregidos	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento fue suprimido
Item 1	41,2368	62,552	0,272	.	0,789
Item 2	41,3158	60,355	0,427	.	0,776
Item 3	41,2368	61,092	0,434	.	0,776
Item 4	41,3158	60,355	0,427	.	0,776
Item 5	41,4526	67,371	0,033	.	0,805
Item 6	41,3053	60,880	0,349	.	0,783
Item 7	41,2895	61,773	0,380	.	0,780
Item 8	41,2368	55,684	0,633	.	0,756
Item 9	41,2579	58,182	0,623	.	0,761
Item 10	41,3526	64,028	0,306	.	0,785
Item 11	41,2474	56,843	0,561	.	0,763
Item 12	41,3000	58,296	0,459	.	0,773
Item 13	41,2579	58,182	0,623	.	0,761
Item 14	41,1158	63,838	0,254	.	0,789
Item 15	41,1737	67,065	0,128	.	0,794

Elaboración Propia a partir del SPSS

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

La Codificación:

Por medio de esta herramienta se podrá codificar las respuestas en un rango de 1 a 5 a cada alternativa de la encuesta Likert.

La Tabulación:

Se podrá realizar la matriz de tabulación de datos, los cuales se registran una vez realizada la encuesta a la muestra determinada, de tal manera que facilite su visualización, agrupación y procesamiento para obtener los resultados deseados.

Escalas de medición:

Se usará la escala ordinal, ya que se podrá ordenar los datos, es decir, considera las relaciones de mayor y menor, aunque no se plantea una distancia entre unas medidas y otras. Las siguientes escalas: muy frecuente, frecuente, periódicamente, poco frecuente y nunca son ordinales porque establecen un orden entre los valores, de modo que cada valor es inferior al que le sigue.

Gráfico de barras:

Los gráficos toman como base las alternativas de cada ítem, la frecuencia observada y el porcentaje respectivo para visualizar de manera clara los resultados.

El análisis e interpretación de los datos:

Se procederá a analizar los datos mediante el software estadístico SPSS versión 24.0 en español, por lo que previamente debemos contar con los datos tabulados del instrumento y a la vez validado con el Alfa de Cronbach, luego se procede con la elaboración de las tablas y gráficos, otorgando respuesta a los objetivos formulados. Igualmente, se empleó la Correlación r de Pearson, el cual es un índice que servirá para medir el grado de variación entre la variable dependiente e independiente de la presente investigación y determinar si ambas variables están correlacionadas.

Tabla 19: El coeficiente de Pearson de correlación

Valor del Coeficiente de Pearson	Grado de Correlación entre las Variables 1 y 2
$r = 0$	Ninguna correlación
$r = 1$	Correlación positiva perfecta
$0 < r < 1$	Correlación positiva
$r = -1$	Correlación negativa perfecta
$-1 < r < 0$	Correlación negativa

Fuente: Tecnológico de Monterrey.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Descripción de las variables y dimensiones de principales factores influyentes.

Tabla 20: Niveles de la variable de principales factores influyentes en la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Malo	21	11,1	11,1
	Regular	149	78,4	89,5
	Bueno	20	10,5	100,0
	Total	190	100,0	100,0

Elaboración Propia a partir del SPSS

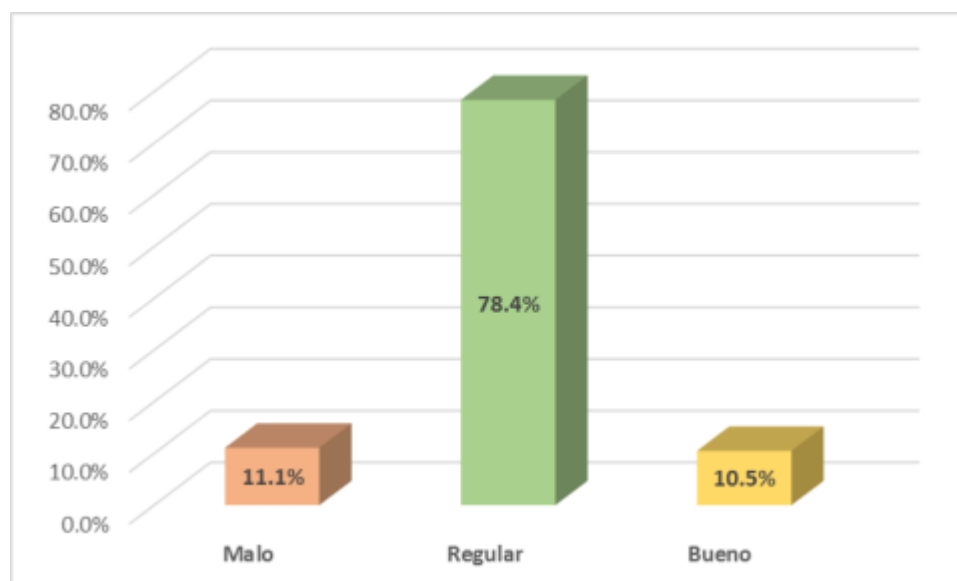


Figura 2: Principales factores influyentes en la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

Elaboración Propia

En la tabla 20, se muestra que el 11.1% de los gerentes de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017,

considera que no acceder a un financiamiento, no tener una formación técnica ni contar con un plan de ventas, no influye en el nivel de la rentabilidad, el 78.4% considera que estos principales factores influyen de manera regular y el 10.5% los considera como una limitación para incrementar la rentabilidad de sus empresas.

Tabla 21: Niveles de la dimensión acceso al financiamiento de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Malo	26	13,7	13,7	13,7
	Regular	144	75,8	75,8	89,5
	Bueno	20	10,5	10,5	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Elaboración Propia a partir del SPSS

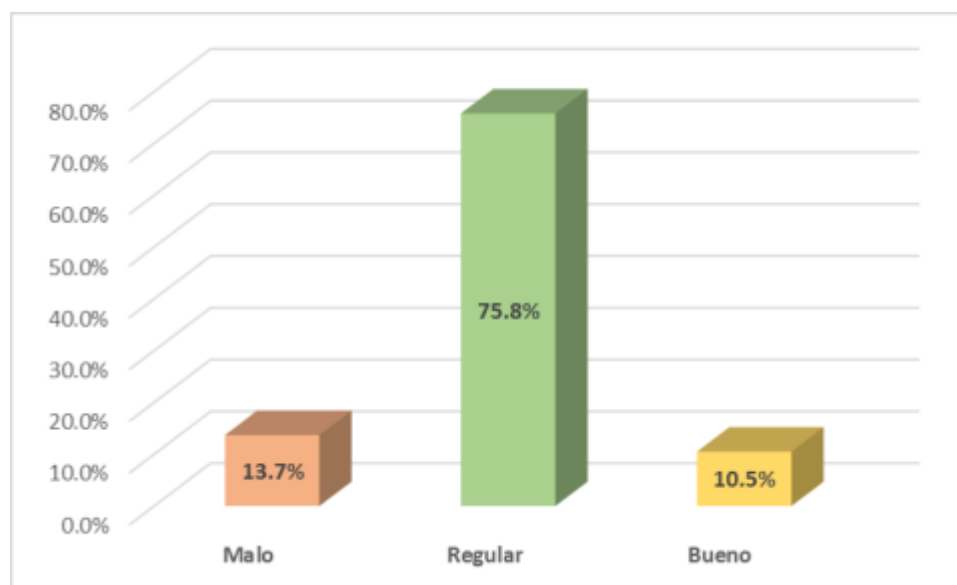


Figura 3: Acceso al financiamiento de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

Elaboración Propia

En la tabla 21, se verifica que el 13.7% de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, no acceden a un financiamiento debido a que los gerentes no están interesados o porque no cuentan

con los requisitos requeridos por las entidades financieras, el 75,8% accede a un financiamiento en algunas oportunidades y el 10.5% accede a un financiamiento frecuentemente para incrementar la rentabilidad de sus empresas.

Tabla 22: Niveles de la dimensión formación técnica de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Malo	20	10,5	10,5	10,5
	Regular	144	75,8	75,8	86,3
	Bueno	26	13,7	13,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Elaboración Propia a partir del SPSS

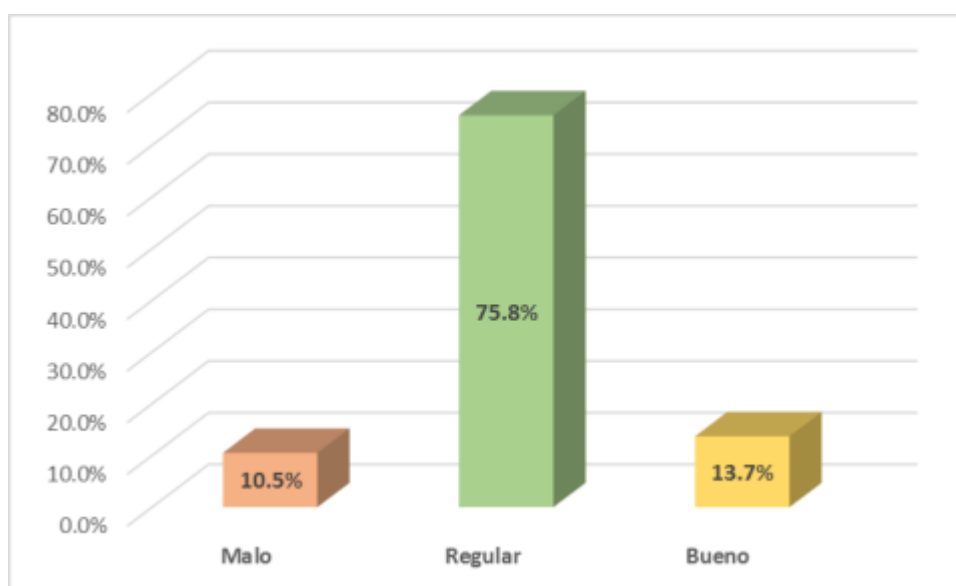


Figura 4: Formación técnica de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

Elaboración Propia

En la tabla 22, se muestra que el 10.5% de los gerentes de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, no cuenta con una preparación y/o formación técnica especializada, el 75,8% de las MYPE cuenta con personal medianamente capacitados y para el 13.7% de los

gerentes de las MYPE contar con un personal capacitado es sumamente importante para incrementar la rentabilidad de sus empresas.

Tabla 23: Niveles de la dimensión plan de ventas de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Malo	32	16,8	16,8	16,8
	Regular	132	69,5	69,5	86,3
	Bueno	26	13,7	13,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Elaboración Propia a partir del SPSS

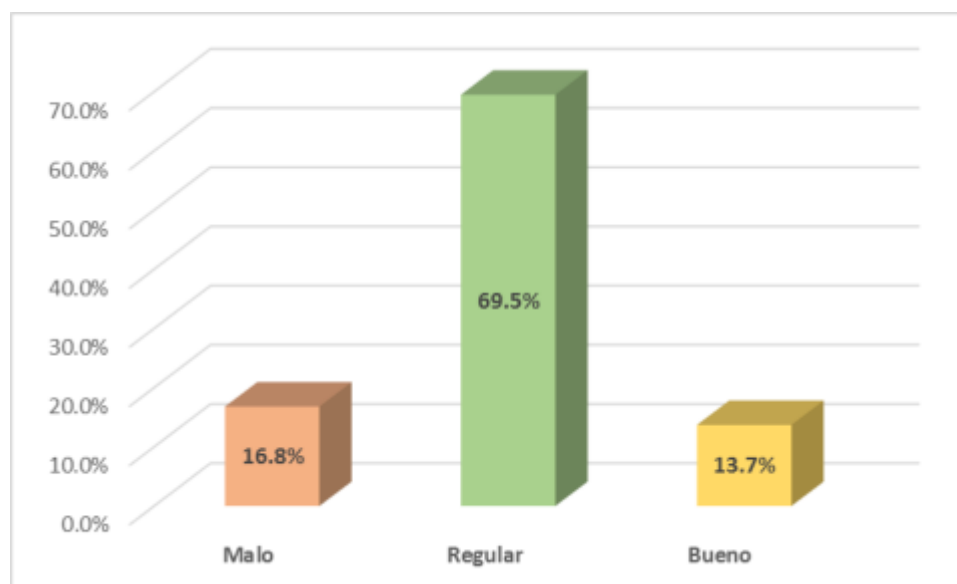


Figura 5: Nivel de ventas de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

Elaboración Propia

En la tabla 23, se verifica que el 16.8% de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, no cuenta con un plan de ventas, el 69.5% de las MYPE maneja su plan de ventas de manera regular y con

ciertos errores y el 13.7% tiene claro la importancia de tener un plan de ventas para incrementar la rentabilidad de sus empresas.

Descripción de las variables y dimensiones de Rentabilidad

Tabla 24: Niveles de la variable rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Malo	24	12,6	12,6	12,6
	Regular	144	75,8	75,8	88,4
	Bueno	22	11,6	11,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Elaboración Propia a partir del SPSS

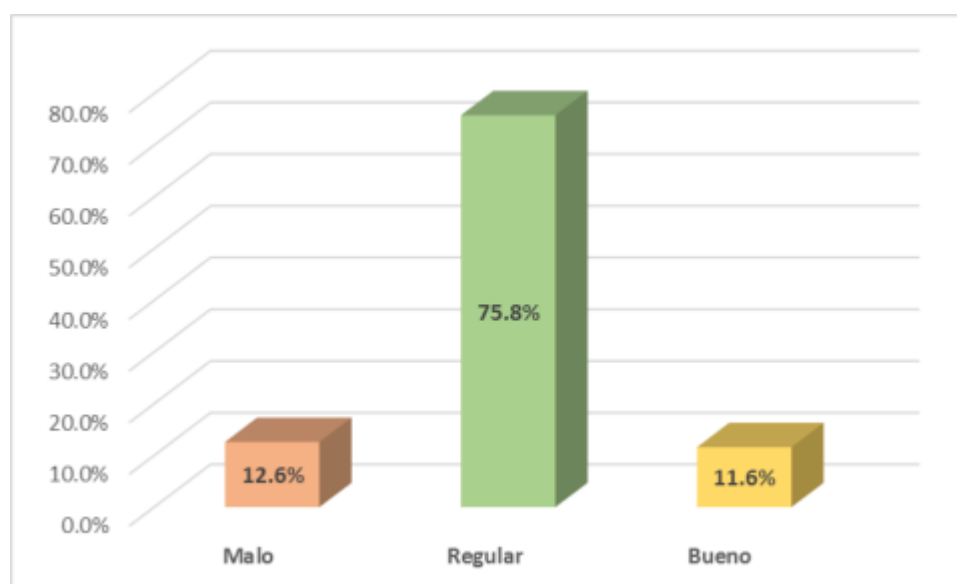


Figura 6: Rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

Elaboración Propia

En la tabla 24, se demuestra que el 12.6% de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, cuenta con un nivel de

rentabilidad bajo, el 75.8% cuenta con un nivel de rentabilidad regular y el 11.6% cuenta con un nivel de rentabilidad bueno.

Tabla 25: Niveles de la dimensión proceso de compras de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Malo	54	28,4	28,4	28,4
	Regular	103	54,2	54,2	82,6
	Bueno	33	17,4	17,4	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Elaboración Propia a partir del SPSS

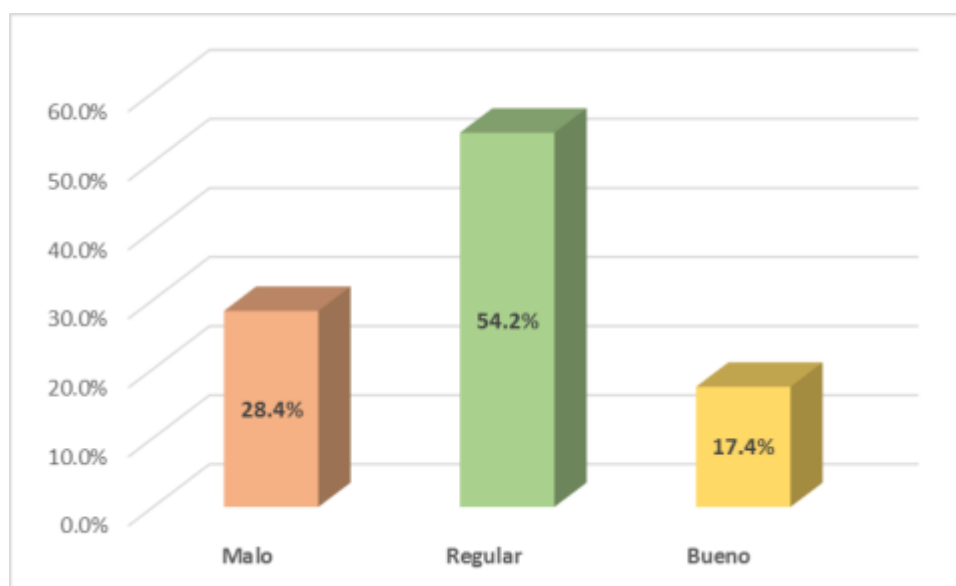


Figura 7: Proceso de compras de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017
Elaboración Propia

En la tabla 25, se verifica que el 28,4% de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, maneja inadecuadamente los procesos de compra, el 54.2% maneja su proceso de compras

de manera regular y con algunos errores, mientras que el 17.4% tiene claro la importancia del manejo adecuado del proceso de compras para acrecentar la rentabilidad de sus empresas.

Tabla 26: Niveles de la dimensión tipo de productos de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Malo	44	23,2	23,2	23,2
	Regular	115	60,5	60,5	83,7
	Bueno	31	16,3	16,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Elaboración Propia a partir del SPSS

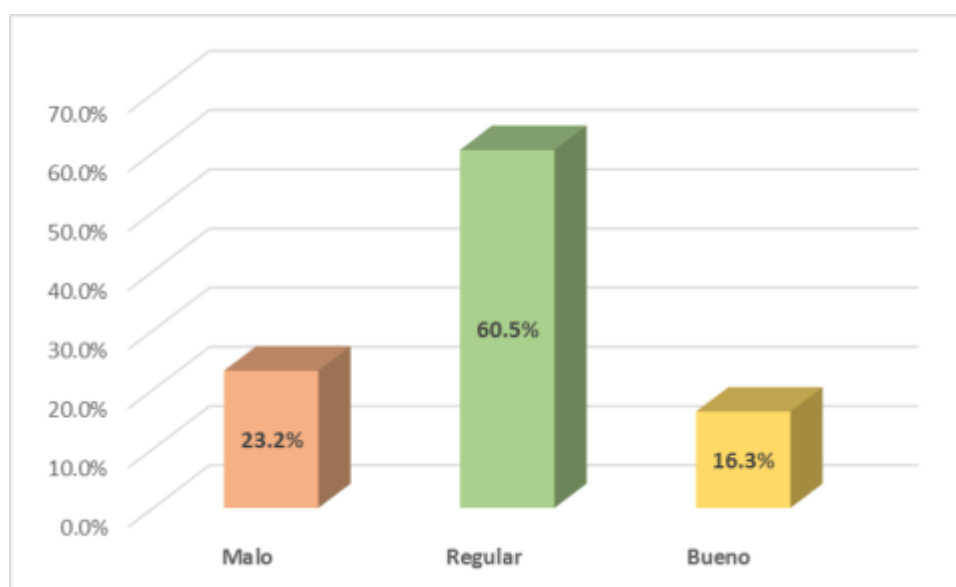


Figura 8: Tipo de productos de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017
Elaboración Propia

En la tabla 26, se muestra que el 23,2% de los gerentes de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, no conocen el tipo de producto a profundidad, el 60.5% maneja un producto de acuerdo

a la competencia, mientras que el 16.3% ofrece un producto novedoso y acorde a las expectativas del cliente para aumentar la rentabilidad de sus micro y pequeñas empresas.

Tabla 27: Niveles de la dimensión ventas de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Malo	34	17,9	17,9	17,9
	Regular	125	65,8	65,8	83,7
	Bueno	31	16,3	16,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Elaboración Propia a partir del SPSS

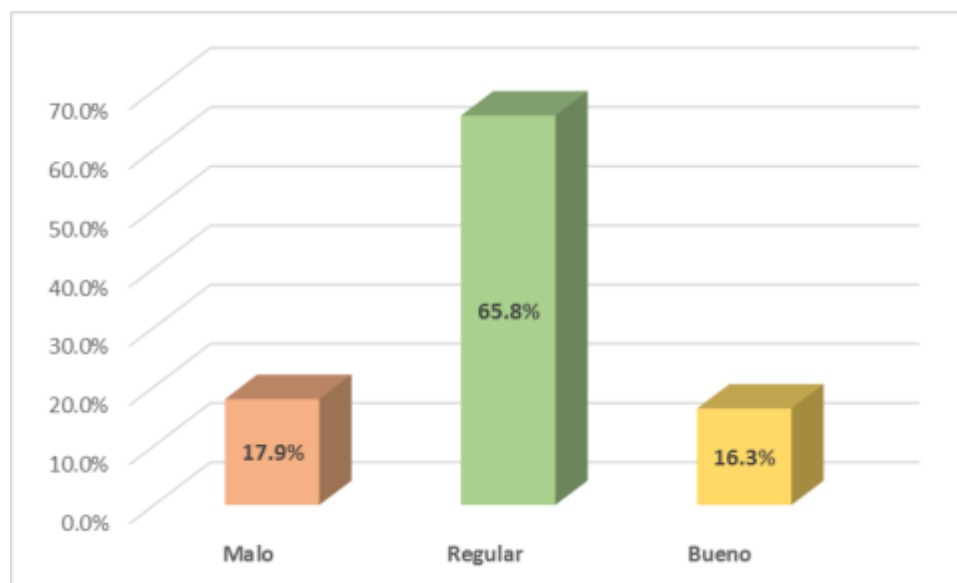


Figura 9: Ventas de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

Elaboración Propia

En la tabla 27, se refleja que el 17.9% de las MYPE comerciales situadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, maneja inadecuadamente el

proceso de ventas, el 65.8% maneja su proceso de ventas de manera regular y con algunos errores, mientras que el 16.3% tiene claro la importancia del manejo adecuado del proceso de ventas para incrementar la rentabilidad de sus empresas.

Prueba de normalidad

Se procedió a efectuar la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov para la demostración de la hipótesis, que consiste en una prueba de significación para constatar si los datos de la muestra ($n > 190$) provienen de una distribución normal, se aplica para variables cuantitativas cuando la muestra es superior a 50, donde la hipótesis nula se representa como (H_0) y la hipótesis alternativa se representa como (H_a), por tanto, para aceptar el H_0 el valor de la significación estadística (valor de p) deberá ser mayor a 0,05.

Tabla 28: Prueba de normalidad de las variables y dimensiones para definir el uso del proceso estadístico.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl.	Sig.	Estadístico	gl.	Sig.
Acceso al financiamiento de las MYPE	0,071	190	0,021	0,976	190	0,003
Formación técnica de las MYPE	0,129	190	0,000	0,966	190	0,000
Plan de ventas de las MYPE	0,068	190	0,035	0,981	190	0,013
Principales factores influyentes en las MYPE	0,042	190	,0200*	0,989	190	0,160
Proceso de compras de las MYPE	0,147	190	0,000	0,946	190	0,000

Tipo de productos de las MYPE	0,129	190	0,000	0,946	190	0,000
Ventas de las MYPE	0,085	190	0,002	0,980	190	0,009
Rentabilidad de las MYPE comerciales	0,058	190	0,200*	0,988	190	0,101

*. Representa un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración Propia a partir del SPSS

Según la prueba de Kolmogorov –Smirnov (K-S), se concluye que $p > 0.05$, lo cual se aproxima a una distribución normal resultando estadísticamente un estudio paramétrico (Pearson).

4.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis derivada 1:

a. Prueba de Hipótesis:

Ho (Hipótesis nula): Acceder a un financiamiento no influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

Ha (Hipótesis alterna): Acceder a un financiamiento influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

b. Regla de decisión:

Sig. > 0.05; No se rechaza la hipótesis nula

Sig. < 0.05; Se rechaza la hipótesis nula

c. Estadísticos:

Aplicación del coeficiente de correlación r de Pearson con procesador SPSS versión 24.0 en español, puesto que las variables presentan normalidad en los datos.

d. Cálculos:

Tabla 29: Correlación de r de Pearson entre acceso al financiamiento y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Acceso al financiamiento de las MYPE	Rentabilidad de las MYPE comerciales
Acceso al financiamiento de las MYPE	Correlación de Pearson	1	0,936**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	190	190
Rentabilidad de las MYPE comerciales	Correlación de Pearson	0,936**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	190	190

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

Elaboración Propia a partir del SPSS

Según los datos reflejados en la tabla 29, el valor de sig.= 0,000. Se cumple que cuando Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula, obteniendo una correlación positiva

de $r = 0,936$, por lo que se concluye que acceder a un financiamiento si influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

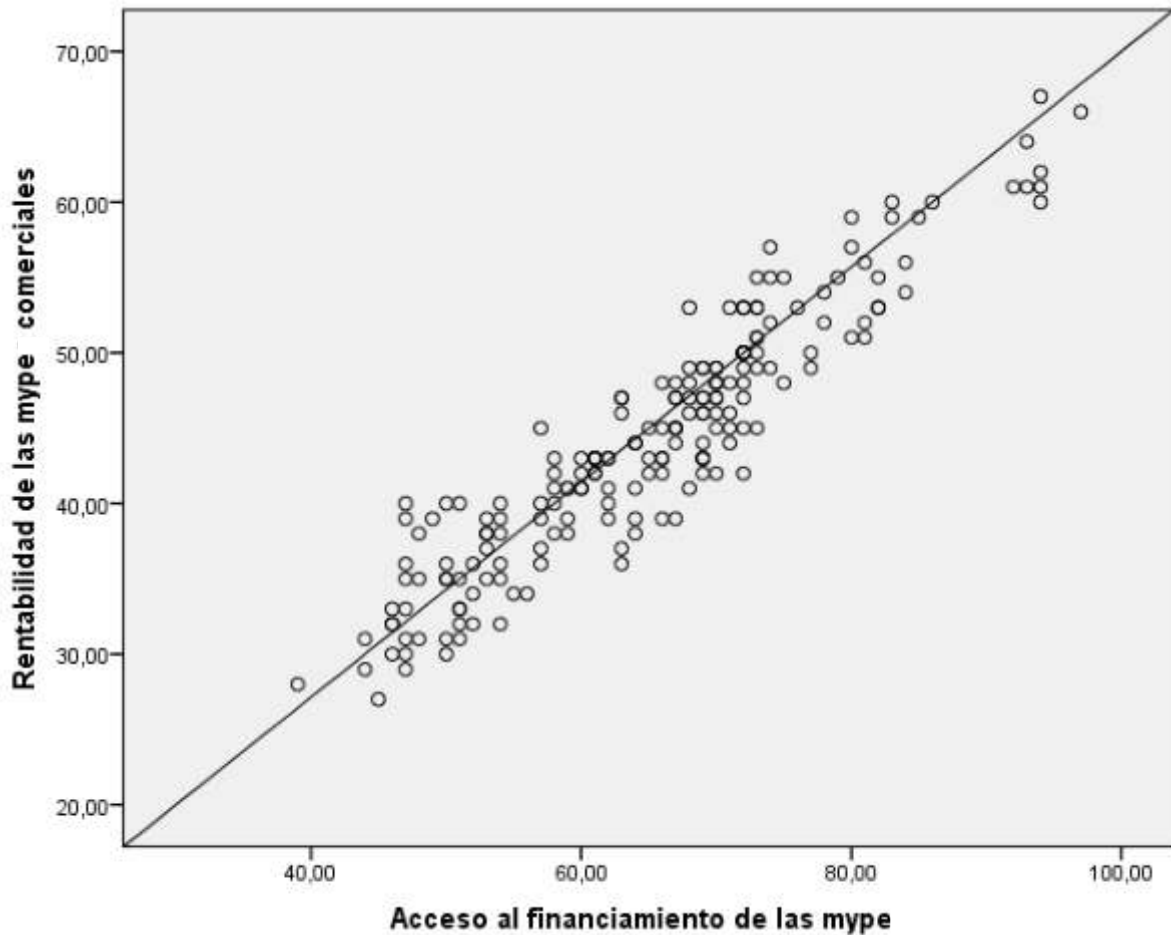


Figura 10: Dispersión simple entre acceso al financiamiento y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017
Elaboración Propia a partir del Programa Estadístico SPSS

Hipótesis derivada 2:

a. Prueba de Hipótesis:

Ho (Hipótesis nula): La formación técnica en los emprendedores no influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

Ha (Hipótesis alterna): La formación técnica en los emprendedores influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

b. Regla de decisión:

Sig. > 0.05; No se rechaza la hipótesis nula.

Sig. < 0.05; Se rechaza la hipótesis nula.

c. Estadísticos:

Aplicación del coeficiente correlación r de Pearson con procesador SPSS versión 24.0 en español, debido a que las variables presentan normalidad en los datos.

d. Cálculos:

Tabla 30: Correlación de r de Pearson entre formación técnica y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Formación técnica de las MYPE	Rentabilidad de las MYPE comerciales
Formación técnica de las MYPE	Correlación de Pearson	1	0,579**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	190	190
Rentabilidad de las MYPE comerciales	Correlación de Pearson	0,579**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	190	190

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

Elaboración Propia a partir del SPSS

Conforme a los datos reflejados en la tabla 30, el valor de sig.= 0,000. Se cumple que cuando Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula, obteniendo una correlación positiva de $r = 0,579$ por lo que se concluye que la formación técnica en los emprendedores si influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

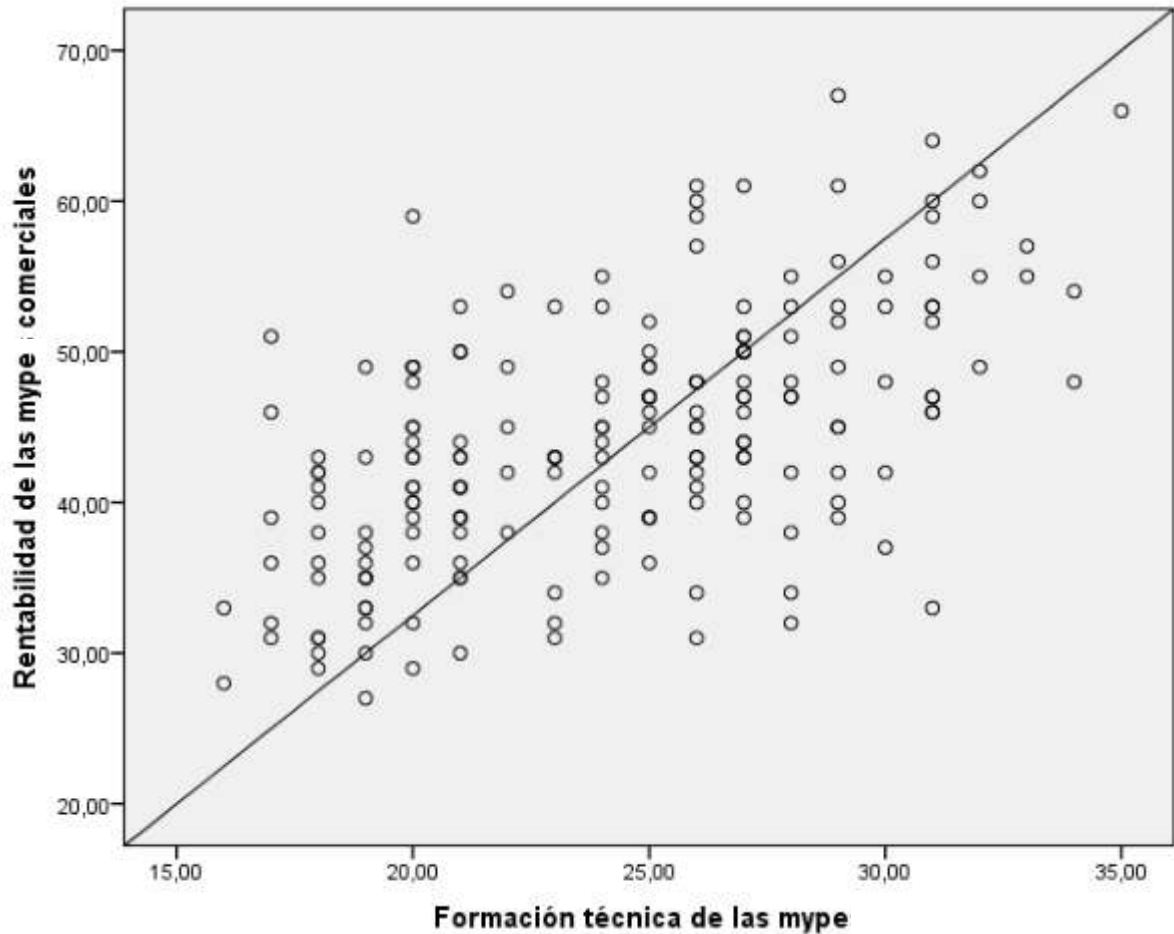


Figura 11: Dispersión simple entre formación técnica y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

Elaboración Propia a partir del Programa Estadístico SPSS

Hipótesis derivada 3:

a. Prueba de Hipótesis:

Ho (Hipótesis nula): Contar con un plan de ventas no influye en el nivel de la rentabilidad en las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

Ha (Hipótesis alterna): Contar con un plan de ventas influye en el nivel de la rentabilidad en las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

b. Regla de decisión:

Sig. > 0.05; No se rechaza la hipótesis nula.

Sig. < 0.05; Se rechaza la hipótesis nula.

c. Estadísticos:

Aplicación del coeficiente de correlación de Pearson con procesador SPSS versión 24.0 en español, puesto que las variables presentan normalidad en los datos.

d. Cálculos:

Tabla 30: Correlación de r de Pearson entre plan de ventas y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Plan de ventas de las MYPE	Rentabilidad de las MYPE comerciales
Plan de ventas de las MYPE	Correlación de Pearson	1	0,879**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	190	190
Rentabilidad de las MYPE comerciales	Correlación de Pearson	0,879**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	190	190

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

Elaboración Propia a partir del SPSS

Según los datos observados en la tabla 31, el valor de sig.= 0,000. Se cumple que cuando Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula, obteniendo una correlación positiva de r = 0.879 por lo que se concluye que contar con un plan de ventas si influye en el

nivel de la rentabilidad en las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

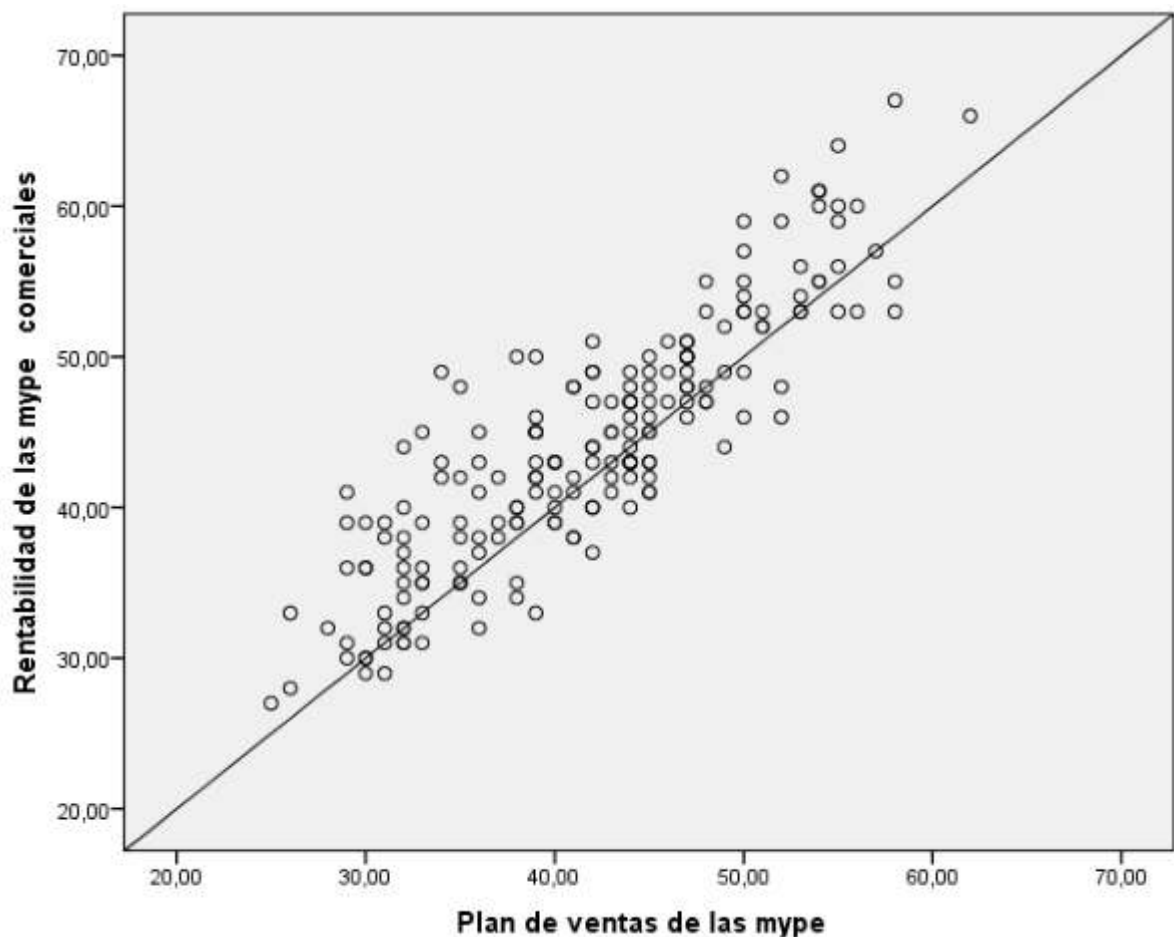


Figura 102: Dispersión simple entre plan de ventas y rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017
Elaboración Propia a partir del Programa Estadístico SPSS

Hipótesis principal:

a. Prueba de Hipótesis:

Ho (Hipótesis nula): Acceder a un financiamiento, contar con una formación y/o asesoría técnica y un plan de ventas no influyen en el nivel

rentable de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

Ha (Hipótesis alterna): Acceder a un financiamiento, contar con una formación y/o asesoría técnica y un plan de ventas influyen en el nivel rentable de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

b. Regla de decisión:

Sig. > 0.05; No se rechaza la hipótesis nula.

Sig. < 0.05; Se rechaza la hipótesis nula.

c. Estadísticos:

Aplicación del coeficiente de correlación de Pearson con procesador SPSS versión 24.0 en español, debido a que las variables presentan normalidad en los datos.

d. Cálculos:

Tabla 31: Correlación de r de Pearson entre los principales factores influyentes y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017

		Principales factores influyentes	Rentabilidad de las MYPE comerciales
Principales factores influyentes	Correlación de Pearson	1	,946**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	190	190
Rentabilidad de las MYPE comerciales	Correlación de Pearson	,946**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	190	190

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

Elaboración Propia a partir del Programa Estadístico SPSS

Conforme a los datos señalados en la tabla 31, el valor de sig.= 0,000. Se cumple que cuando Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula, obteniendo una correlación positiva de r = 0.946 por lo que se concluye que la acceder a un financiamiento, contar con formación técnica y un plan de ventas influyen en el nivel rentable de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

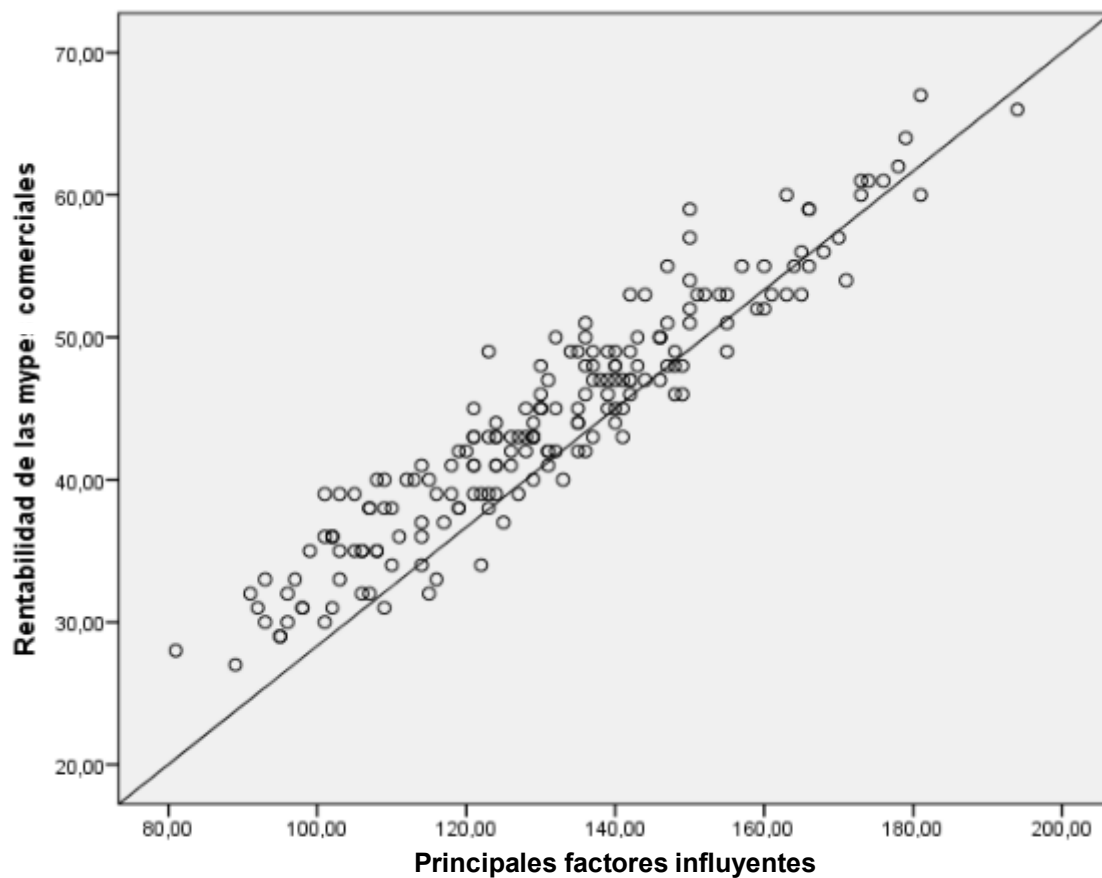


Figura 113: Dispersión simple entre los principales factores influyentes y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017
Elaboración Propia a partir del SPSS

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas a los gerentes de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, quedando registro de las actividades realizadas mediante fotografías y cuestionarios llenados.

En efecto, los resultados obtenidos corresponden al estudio en mención; sin embargo, se puede aplicar también el sector servicio, ya que pueden tomar como referencia la presente investigación y así conocer cómo influye acceder a un financiamiento en el nivel de la rentabilidad, respecto al plan de ventas podrían tener en claro su público objetivo, así como las estrategias que deberían formular para llegar a una mayor cantidad de consumidores.

Cabe señalar que no se puede afirmar en su totalidad que los resultados presentados se puedan aplicar a medianas o grandes empresas debido a la cantidad de trabajadores, la diferencia en la facturación anual y en los procesos de gestión que son diferenciados en comparación a una MYPE. Se podría generalizar la metodología utilizada en la tesis puesto que la herramienta y el instrumento aplicado cumple con la tarea de indagar minuciosamente y compilar información verdadera referente al acceso al financiamiento de las MYPE, la formación técnica del gerente y de sus trabajadores y las facilidades que ofrece tener un plan de ventas.

Dentro de los resultados obtenidos, es importante resaltar que éstos son similares a investigaciones realizadas anteriormente con respecto a que aún se mantiene la ausencia de una cultura crediticia, una falta de gestión administrativa y escasos medios económicos, tal como se reflejó en las MYPE del distrito de San José, Lambayeque. Para el caso de la investigación correspondiente a los factores limitativos en el progreso financiero de las MYPE en el distrito de Catacaos en el departamento de Piura, se verificó que la totalidad de la muestra no contaba con un buen antecedente crediticio ya que anteriormente no habían acudido a alguna entidad financiera

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados, respecto al objetivo general, se verificó un valor de sig. igual a 0,000 por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, hay una correlación positiva de los principales factores influyentes (acceso al financiamiento, formación técnica y plan de ventas) con la rentabilidad, siendo $r = 0.946$, concluyendo que existe relación significativa entre los principales factores influyentes y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, es decir los gerentes de las MYPE consideran importante acceder a un crédito empresarial a una entidad financiera ya sea de empresas bancarias, cajas municipales, empresas financieras, Edpymes, entre otros, para adquirir mayor cantidad de productos o apostar por la diversificación de los mismos, contribuir en las mejoras organizacionales y/o priorizar la opción de invertir.

Asimismo, consideran que la formación técnica, así como llevar cursos de capacitación en el manejo básico de programas contables, gestión financiera, utilizar el internet para

el desarrollo de sus actividades comerciales, entre otros, es primordial para incrementar significativamente la rentabilidad de la MYPE, también es fundamental disponer de un capital humano capacitado con la intención de desempeñarse correctamente en diferentes áreas de la empresa, a fin que sean productivas y sostenibles en el tiempo.

Por último, consideran que el plan de ventas les permite definir su mercado objetivo, conocer a su competencia obteniendo una ventaja competitiva notable, a fin que puedan tomar medidas correctivas y minimizar riesgos; asimismo, les permite optimizar sus recursos de la manera más eficiente posible, identificar estrategias de ventas, por lo que se convierte en una guía esencial para alcanzar el éxito.

CONCLUSIONES

Conforme a los resultados estadísticos alcanzados se pueden considerar las conclusiones siguientes:

1. Se concretó la relación existente entre el acceso al financiamiento y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, con una correlación positiva de $r = 0.936$, con un valor de significancia = $0.000 < \alpha = 0.05$, se niega la H_0 .
2. Se concretó la relación existente entre la formación técnica y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, con una correlación positiva de $r = 0.579$, con un valor de significancia = $0.000 < \alpha = 0.05$, se niega la H_0 .
3. Se concretó la relación existente entre el plan de ventas y la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017, con una correlación positiva de $r = 0.879$, con un valor de significancia = $0.000 < \alpha = 0.05$, se niega la H_0 .

RECOMENDACIONES

Al concluir el presente trabajo se arriban a las siguientes recomendaciones:

1. Las MYPE comerciales deben realizar evaluaciones periódicamente sobre la capacidad de endeudamiento que poseen y que no se vean perjudicadas por el hecho de cumplir con sus obligaciones de los financiamientos adquiridos afectando los ingresos de la empresa. Deben acoger políticas crediticias adecuadas, de inversión y financieras, lo cual les permitirá aproximarse a un financiamiento por medio de las diferentes fuentes de financiamiento, por lo que se les sugiere efectuar un estudio del costo de las tasas de interés planteadas por las entidades financieras, de tal modo que les permita evaluar la oferta crediticia que mejor les convenga.
2. Las MYPE deben tener conocimiento de la información oportuna sobre el mercado, capacitación y orientación actualizada, emprender programas de capacitación empresarial, así como para su personal en temas pertinentes, tales como: atención al cliente, calidad, seguridad en el trabajo, abastecimiento y distribución, entre otros, a fin de cooperar con el desarrollo sobresaliente de sus negocios.
3. Elaborar un buen plan de ventas con el propósito de establecer las metas y al cliente objetivo, permitirá incrementar el número de clientes, y lograr expandirse dentro del mercado en la comercialización y repartición de sus artículos. De tal manera que se pueda alcanzar un potencial crecimiento en el volumen de las ventas, en los clientes y en la rentabilidad de la micro y pequeña empresa.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Arellano Marketing. (2017). *Propuesta de estudio del comercio electrónico*. Recuperado de <http://www.arellanomarketing.com/inicio/campana-escolar-2017/> Acceso el 15 de junio de 2019.

Atkinson, F. *Sales planning*. (2010). Recuperado de <http://kianaco.net/download/technical/sales-planning.pdf> Acceso el 17 de junio de 2019.

Avolio, B., Mesones, A. & Roca, E. (2011). *Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPE)*. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/viewFile/4126/4094> Acceso el 17 de junio de 2019.

Banco de Desarrollo de América Latina – CAF. (2015). *Educación técnica y formación profesional en Perú*. Recuperado de <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/826/ETFP%20Per%C3%BA%20Final%205.pdf> Acceso el 17 de junio de 2019.

Barbarán, N., Arteaga, P., Caballero, A., Rodríguez, W. & Neciosup, E. (2018). *Limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de MYPE: distritos de Coishco, Chimbote, Nuevo Chimbote y Santa – 2017*. (Informe de Investigación). Universidad San Pedro. Chimbote. 78 pp.

Barrero, J. (2013). *La importancia de medir la rentabilidad*. Recuperado de https://www.cpba.com.ar/old/Actualidad/Noticias_Consejo/2013-01-18_Este_verano_lea_a_sus_colegas_RePro_68_Agosto_2012_La_importancia_de_medir_la_rentabilidad.pdf Acceso el 18 de junio de 2019.

Belaunde, G. (19 de junio de 2014). Los riesgos de la exportación e importación. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/riesgosfinancieros/2014/06/los-riesgos-de-la-exportacion-e-importacion.html?ref=gesr> Acceso el 19 de junio de 2019.

Cámara de Comercio de Lima. (2018). *Comercio en Expansión*. Lima.40 p.

Caraballo, T; Amondarain, J & Zubiaur (2013). *Análisis de la rentabilidad. Separata del curso Análisis Contable*. Universidad del País Vasco. España. 19 pp.

Ccaccya, D. (2015). *Análisis de rentabilidad de una empresa*. Recuperado de http://aempresarial.com/servicios/revista/341_9_KAQKIKGSKPBXJOWNCBAWUTX_OEZPINLAYMRJUCPNMEPJODGCGHC.pdf Acceso el 20 de junio de 2019.

Comex Perú. (2018). *Situación de las MYPE en 2017: Muchos retos en el camino*. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/situacion-de-las-mype-en-2017-muchos-retos-en-el-camino> Acceso el 20 de junio de 2019.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL. (2017). *Inclusión financiera de las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú. Experiencia de la*

banca de desarrollo. Recuperado de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43157/1/S1701089_es.pdf

Acceso el 25 de junio de 2019.

Congreso de la Republica. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Lima. 18 p.

Confecámaras, Red de Cámaras de Comercio (2016). *Las Cámaras de Comercio y empresarios de todo el país dieron inicio a su reunión cumbre en la ciudad de Cartagena*. Recuperado de <http://www.confecamaras.org.co/noticias/467-las-camaras-de-comercio-y-empresarios-de-todo-el-pais-dieron-inicio-a-su-reunion-cumbre-en-la-ciudad-de-cartagena> Acceso el 30 de julio de 2019.

Diario El Peruano. (2018). Financiamiento para las MYPE. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-financiamiento-para-MYPE-66513.aspx> Acceso el 15 de julio de 2019.

Diario El Peruano. (2 de julio del 2013). Ley n.º 30056- Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/> Acceso el 15 de julio de 2019.

Diario Gestión. (7 de octubre de 2014). *Las empresas con un ADN innovador pueden alcanzar un crecimiento superior al 25%*. Recuperado de

<https://gestion.pe/economia/empresas-adn-innovador-alcantar-crecimiento-superior-25-75590> Acceso el 27 de junio de 2019.

Diario Publimetro (2019). ¿Qué caracteriza a las mipymes peruanas? Lima. 28 de junio de 2019. P. 9.

Dirección General de Promoción del Empleo (2018). *Relación de Empresas Acreditadas de enero a diciembre 2017*. Recuperado de http://www2.trabajo.gob.pe/archivos/dnpefp/REMYPE/2018/REMYPE_fa_150520118.pdf Acceso el 17 de julio de 2019.

INEI. (2018). *Estructura empresarial 2017*. Lima. 165 p.

Kong, J. & Moreno, J. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPE del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Chiclayo. 98 pp.

La Cámara. *MYPE con poco acceso al financiamiento*. Recuperado de <https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/iedep-revista/la%20camara-23-04-19.pdf> Acceso el 21 de julio de 2019.

Lizcano, J. (s.f). *Rentabilidad empresarial propuesta práctica de análisis y evaluación*. Recuperado de _____ de _____

https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf Acceso el 10 de junio de 2019.

Lozano, O. (2015). *Las 4 disciplinas del crecimiento rentable*. Recuperado de https://www.sintec.com/wp-content/uploads/2015/08/CONSULTORIA_OSCAR-LOZANO_DICIEMBRE_PAGINAS.pdf Acceso el 12 de julio de 2019.

Luna, J. (2012). *Influencia del capital humano para la competitividad de las Pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato*. (Tesis Doctoral). Universidad de Celaya. Guanajuato. 194 pp.

Martínez, M. (2015). *La determinación del financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios integrales de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Piura periodo 2014*. (Tesis de licenciatura). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Piura. 87 pp.

Ministerio de la Producción. (2018). *PRODUCE: Campaña “Guerreros MYPE” busca impulsar la venta de hasta 200.000 camisetas confeccionadas por micro y pequeños empresarios*. Recuperado de <https://www.produce.gob.pe/index.php/k2/noticias/item/955-produce-campana-guerreros-mype-busca-impulsar-la-venta-de-hasta-200-000-camisetas-confeccionadas-por-micro-y-pequenos-empresarios> Acceso el 19 de junio de 2019.

Ministerio de la Producción. *Micro, Pequeña y Mediana Empresas (MIPYME)*. Recuperado de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme> Acceso el 13 de junio de 2019.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2015). *REMYPE*. Recuperado de <http://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-promocion-del-empleo/REMYPE/informacion-general/> Acceso el 5 de julio de 2019.

Nicola, L. (2015). *Análisis Sectorial de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la provincia del Guayas, periodo 2011 – 2013*. (Tesis Maestría). Universidad de Guayaquil. Guayaquil. 74 pp.

Paan, C. (25 de enero de 2016). Artículos de escritorio ¿Cómo se mueve la competencia en el mercado? *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/utiles-escolares-mueve-competencia-mercado-265657> Acceso el 15 de julio de 2019.

Peñaranda, C. (2018). Financiamiento a empresas aumenta en 9,6%. La Cámara. 6-8

Ponce, F. & Zevallos, E. (2019). La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible. *Revista de ciencias de la gestión*, N° 2, 2017 pp. 3-23.

Ramaycuna, J. (2017). *Factores que limitan el desarrollo financiero de las MYPE en el distrito de Catacaos – Piura, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo. Lima. 85 pp

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP – SBS. (2019). *Sistema financiero peruano*. Lima. 16 p.

Sales training consultancy. (2011). *Preparing a sales plan: the most important skill in selling*. Recuperado de <https://www.salestraining.co.uk/images/freestuff/Preparing%20A%20Sales%20Plan.pdf> Acceso el 15 de junio de 2019.

SIICEX. (2018). *Glosario*. Recuperado de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pLetra=I&portletid_=SGlosario&_page_=155.00000 Acceso el 15 de junio de 2019.

SUNAT. (2019). *Iniciando mi negocio*. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo> Acceso el 15 de junio de 2019.

Teh. Y. (2013). *Cultura y negociación: la dimensión cultural y su impacto en el estilo de negociación chino*. Recuperado de <http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11847/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.M.%20Rel.%20Teh%2C%20Yawen.pdf> Acceso el 15 de junio de 2019.

Yance, C., Solís, J., Burgos, I. & Hermida, L. (2017): “La importancia de las PYMES en el Ecuador”, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Ecuador. 17 pp.

Corral, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*. 19(33), 241-245

Tecnologico de Monterrey. (S.f). Correlación y coeficiente de Pearson. Recuperado de http://www.cca.org.mx/cca/cursos/estadistica/html/m14/coef_pearson.htm

ANEXO 1: Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS:	PRINCIPALES FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPE COMERCIALES UBICADAS EN EL MERCADO DE LIMA Y ACREDITADAS EN EL REMYPE EN EL AÑO 2017.				
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	MYPE y Emprendimiento				
AUTOR(ES):	Carolina Roxana Raygal Olivares/ Yoselin Mirella Garcia Tello				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADOR	METODOLOGÍA
Problema principal	Objetivo principal	Hipótesis principal			
¿Cuáles son los principales factores que influyen en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017?	Identificar los principales factores que influyen en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.	Los principales factores que influyen en el nivel rentable de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017 son: • Acceder a un financiamiento. • Formación técnica en los emprendedores. • Plan de ventas.	•Rentabilidad (VD)	•Proceso de compra •Tipo de producto •Ventas	Enfoque: Cuantitativo Nivel de investigación: Descriptivo Diseño: Descriptivo correlacional
Problemas derivados	Objetivos derivados	Hipótesis derivadas	Variables	Indicadores	
¿Es el acceso al financiamiento, un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017?	Determinar si el acceso al financiamiento es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.	Acceder a un financiamiento influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.	•Rentabilidad (VD) •Acceso al Financiamiento (VI)	•Entidades Financieras •Capacidad de endeudamiento	
¿Es la formación técnica en los emprendedores, un factor que influye en el nivel de rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017?	Determinar si la formación técnica es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.	La formación técnica en los emprendedores influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.	•Rentabilidad (VD) •Formación técnica (VI)	•Nivel de estudios •Capacitación técnica	
¿Es el plan de ventas, un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de	Determinar si el plan de ventas es un factor que influye en el nivel de la	Contar con un plan de ventas influye en el nivel de la rentabilidad en las MYPE comerciales	•Rentabilidad (VD) •Plan de ventas (VI)	•Estrategias y tácticas •Cliente objetivo	

Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017?	rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.	ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.		<ul style="list-style-type: none"> •Precios y Promociones •Condiciones de mercado 	
---	--	---	--	---	--

ANEXO 2: Población: MYPE Acreditadas en el año 2017

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
1	20601477310	A & A BIOMEDICAL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	27/06/17	MICRO	04/07/17	4649
2	20600876466	A & J INVERSIONES NAOMI S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	11/07/17	MICRO	14/07/17	4773-4663
3	20600919050	A & Y ASOCIADOS S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	14/07/17	MICRO	21/07/17	4752
4	20566555817	A DIOS SEA LA GLORIA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	19/05/17	MICRO	26/05/17	52391
5	20533182829	ABRAHAN H & B EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ABRAHAN H & B E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	05/04/17	MICRO	10/04/17	52335
6	20524864321	AC EXTINTORES & EQUIPOS DE SEGURIDAD SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AC E & ES S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	04/11/17	PEQUEÑA	15/11/17	4690
7	20600417208	ACEINOX CAMPOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	29/09/17	PEQUEÑA	09/10/17	4752, 4690
8	20601843421	ACEROS INDUSTRIALES ACI S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	03/04/17	MICRO	10/04/17	4752
9	20522665569	ACEROS INOXIDABLES RAMOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	10/03/17	PEQUEÑA	17/03/17	53593
10	20602208029	ACEROS Y PERFILES GUEVARA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	21/06/17	MICRO	23/06/17	4663
11	20601912741	ACEROS Y PERFILES LIZETH E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/04/17	MICRO	28/04/17	4663
12	20601881471	AIDALIA ENTERPRISE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	31/03/17	MICRO	10/04/17	4690
13	20600098030	AL MIR CURIOSIDADES EMER COLOR S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	25/07/17	MICRO	01/08/17	52322
14	20601669774	ALMACENES GM S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	01/07/17	MICRO	04/07/17	4771
15	20601832080	AMERICAN KIDS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	12/07/17	MICRO	14/07/17	4641
16	20499440635	ARTELIM S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	23/09/17	MICRO	03/10/17	51395

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
17	20601574013	ARTESANIAS INKA'S DE ORO S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	26/06/17	MICRO	04/07/17	4773
18	20602044557	ASESORIA GESTION AND MORE S.A.C. - AG AND MORE S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	16/04/17	MICRO	28/04/17	4690
19	20601644844	ASIA TECHNOLOGY S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	13/07/17	MICRO	21/07/17	4741
20	20600036034	ASOCIADOS HERMANOS Y & E S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	11/10/17	MICRO	18/10/17	9609
21	20557094751	BABY'S FANTASY E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	24/03/17	MICRO	31/03/17	4690
22	20600664221	BABY'S ILUZION E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	24/03/17	PEQUEÑA	31/03/17	4649
23	20600009533	BANCES SPORTS SHOES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - BANCES SPORTS SHOES S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	18/07/17	PEQUEÑA	21/07/17	4641
24	20551633323	BOSCH ZENTRUM S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	09/06/17	MICRO	15/06/17	4752
25	20601564701	BOTICA CIPRESES S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	07/02/17	MICRO	10/02/17	4772
26	20566246512	C & G MEDIC SOLUCIONES S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	05/11/15	MICRO	23/03/17	4690
27	20423548721	CADAZA S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	13/10/17	PEQUEÑA	20/10/17	4630
28	20538343707	CAPAMOTORS SAC	LIMA	LIMA	LIMA	30/01/14	PEQUEÑA	11/01/17	4530
29	20515382691	CARMEN MEZONES EIRL	LIMA	LIMA	LIMA	21/07/17	PEQUEÑA	01/08/17	4641
30	20600186338	CHANGSHENG TRADING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	02/10/17	MICRO	09/10/17	4761
31	20602365523	CHANQA NATURA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	22/08/17	MICRO	25/08/17	4690
32	20601937183	COCO SELVA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	20/07/17	MICRO	21/07/17	4630
33	20601588057	COLORAMA FIESTA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	24/04/17	MICRO	28/04/17	4690
34	20601592127	COMELCO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	13/01/17	MICRO	20/01/17	4752
35	20508024771	COMERCIAL B.F.IMPORT S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	03/03/17	PEQUEÑA	10/03/17	4690
36	20601656893	COMERCIAL CASANOVA EMPRESA INDIVIDUAL DE	LIMA	LIMA	LIMA	28/04/17	MICRO	05/05/17	4649

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
		RESPONSABILIDAD LIMITADA - COMCAS E.I.R.L.							
37	20600195779	COMERCIAL ELIDAT SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - COMERCIAL ELIDAT S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	04/07/17	MICRO	07/07/17	4530
38	20493041291	COMERCIAL FRANCIS SAC	LIMA	LIMA	LIMA	09/06/09	MICRO	01/08/17	4641
39	20517596214	COMERCIAL LATIN MUSIC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - COMERCIAL LATIN MUSIC S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	03/03/17	MICRO	10/03/17	1372
40	20601996881	COMERCIAL MERCEDES PERU E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	31/07/17	MICRO	04/08/17	4773
41	20521028808	COMERCIAL PAPELERA L & C SAC	LIMA	LIMA	LIMA	11/08/17	PEQUEÑA	18/08/17	4690
42	20601638429	COMERCIAL YOLITA S.A.	LIMA	LIMA	LIMA	04/05/17	MICRO	12/05/17	4719
43	20600482794	COMERCIALIZADORA & IMPORTACIONES ZOSIMO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	27/01/17	PEQUEÑA	03/02/17	52593
44	20510277440	COMERCIALIZADORA DE ELECTRODOMESTICOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	11/09/09	PEQUEÑA	24/10/17	4649
45	20600854756	COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA NICBLAK S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	21/04/17	PEQUEÑA	28/04/17	4773
46	20562929267	COMPRESSOR CONTROL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	27/04/17	MICRO	05/05/17	52391
47	20602081312	COMPUSAMA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	13/09/17	MICRO	18/09/17	4659
48	20601526639	CONEK WORLD S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	09/06/17	MICRO	15/06/17	4659
49	20555838892	CONFECCIONES REPAC S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	14/10/17	MICRO	20/10/17	4641
50	20537458225	CONSORCIO EMPRESARIAL LAS AMERICAS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	23/08/17	PEQUEÑA	25/08/17	4690
51	20601434866	CONSORCIO FRED & CIA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	09/05/17	MICRO	12/05/17	4690

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
52	20602561845	CONSORCIO INDUSTRIAL TECCONSA S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	18/12/17	MICRO	26/12/17	4663
53	20601139163	CONSORCIO PAPELERO K & R E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	31/05/17	PEQUEÑA	05/06/17	4761
54	20523638883	CORPORACION ANDY E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	24/08/17	MICRO	04/09/17	4641
55	20600755901	CORPORACION ADRISA IMPORT S.A.C. - ADRISA IMPORT	LIMA	LIMA	LIMA	30/05/17	MICRO	05/06/17	4663
56	20510847211	CORPORACION ASUNCION DE CACHUY EIRL	LIMA	LIMA	LIMA	11/03/14	PEQUEÑA	28/06/17	4663
57	20600338286	CORPORACION BEIFA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	25/01/17	MICRO	30/01/17	4690
58	20453886892	CORPORACION CASTILLO S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	05/06/17	PEQUEÑA	09/06/17	4772
59	20601595436	CORPORACION CHEMICALS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	23/06/17	PEQUEÑA	04/07/17	4690
60	20565649931	CORPORACION DIMAM S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	06/02/17	MICRO	10/02/17	4690
61	20475848501	CORPORACION ESPINOY S.A.	LIMA	LIMA	LIMA	05/01/17	PEQUEÑA	13/01/17	4752
62	20601920680	CORPORACION FERRETERO FABIAN E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/04/17	MICRO	28/04/17	4663
63	20600534883	CORPORACION GANAJUR S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	27/01/17	PEQUEÑA	03/02/17	4690
64	20543330214	CORPORACION GLOBAL SYSTEM S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	22/07/17	MICRO	01/08/17	4690
65	20602421156	CORPORACION GRUPO GOTITAS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	15/11/17	MICRO	21/11/17	4771
66	20600091183	CORPORACION INDUSTRIAL DISMA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	02/06/17	MICRO	09/06/17	4690
67	20601720869	CORPORACION INDUSTRIAL MATBRYL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	10/10/17	MICRO	18/10/17	4752
68	20600806026	CORPORACION J & N SEÑOR DE MURUHUAY E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	03/05/17	PEQUEÑA	05/05/17	4690
69	20566076331	CORPORACION JANEHR S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	02/02/17	PEQUEÑA	25/08/17	4530

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
70	20451663764	CORPORACION JOHN ANTHONY E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	22/08/17	MICRO	25/08/17	4641
71	20601220467	CORPORACION MALLAS Y ACEROS DEL PERU S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	16/10/17	MICRO	20/10/17	4773
72	20537743698	CORPORACION MILAN LCD S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	12/06/17	PEQUEÑA	15/06/17	4690
73	20509682861	CORPORACION NEMHER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CORPORACION NEMHER S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	03/02/17	PEQUEÑA	10/02/17	4690
74	20525135960	CORPORACION RICHATEX SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	22/08/17	MICRO	25/08/17	4641
75	20601788617	CORPORACION ROSFARMA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	21/04/17	MICRO	28/04/17	4690
76	20602191991	CORPORACION SANTISEMACRUZ E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	21/08/17	MICRO	25/08/17	4752
77	20600220731	CORPORACION SJT PERU E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	04/07/17	MICRO	07/07/17	4690
78	20521368498	CORPORACION VIRGEN DE COPACABANA S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	22/08/17	MICRO	25/08/17	4641
79	20452546079	CORZEL CONTRATISTAS GENERALES S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	31/01/17	PEQUEÑA	03/02/17	4663
80	20601968569	COSMETOLOGIA KAQP EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - COSMETOLOGIA KAQP E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	11/10/17	MICRO	18/10/17	4690
81	20602487068	COTTON VALLEY PERU E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	05/12/17	MICRO	11/12/17	4771
82	20392848712	CREACIONES KIPLIN S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	20/07/17	MICRO	21/07/17	4690
83	20551879080	CREACIONES VARCA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	03/03/17	MICRO	10/03/17	4771
84	20601642159	CUALITEX INVERSIONES E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	25/01/17	MICRO	30/01/17	4641

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
85	20600414608	D & F TECNOLOGIA ELECTRONICA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	23/05/17	PEQUEÑA	26/05/17	4690
86	20602278868	DA & RAMA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	25/07/17	MICRO	01/08/17	4773
87	20515801848	DATA ELECTRIC SRL	LIMA	LIMA	LIMA	31/10/17	PEQUEÑA	06/11/17	4663
88	20601282403	DAZZE S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	11/04/17	MICRO	19/04/17	4630
89	20100440149	DELGADO IMPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DELGADO IMPORT S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	07/04/17	MICRO	19/04/17	52322
90	20601938112	DETERGENTES EXCLUSIVOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	04/04/17	MICRO	10/04/17	4649
91	20601431085	DEYCORP MI PC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DEYCORP MI PC S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	12/04/17	MICRO	19/04/17	4741
92	20554129448	DIALUX SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DIALUX S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	04/08/17	PEQUEÑA	11/08/17	4690
93	20602444539	DICAFER GROUP E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	22/12/17	MICRO	26/12/17	4752
94	20601326401	DIELECTRIC PERÚ S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	13/02/17	MICRO	17/02/17	4663
95	20513827815	DIONICIO, ANDREA, MOVIL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DAN MOVIL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	01/06/17	MICRO	09/06/17	4690
96	20601214386	DISPOSITIVO DENTAL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	17/01/17	MICRO	20/01/17	4772
97	20507892842	DISTRIBUCION Y TECNOLOGIA S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	21/10/13	MICRO	15/05/17	51502
98	20601305594	DISTRIBUCIONES MARIÑO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	08/08/17	MICRO	11/08/17	4649
99	20602149952	DISTRIBUIDORA DE SEGMENTOS DE MERCADO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	03/08/17	MICRO	11/08/17	4630
100	20563341069	DISTRIBUIDORA GASOLIER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DIS SOLIER S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	27/01/17	MICRO	03/02/17	4661

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
101	20565506154	DISTRIBUIDORA GRIFO S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	30/03/17	PEQUEÑA	31/03/17	4663
102	20601767199	DISTRIBUIDORA GROVAS E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	06/07/17	MICRO	14/07/17	4771
103	20601464641	DISTRIBUIDORA M Y D MEDIC E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	19/01/17	MICRO	30/01/17	4649
104	20601585660	DISTRIBUIDORA MOI AKEMI E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	08/08/17	MICRO	11/08/17	4690
105	20602262236	DISTRIBUIDORA NICK Y DELY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DISTRIBUIDORA NICK Y DELY S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	19/12/17	MICRO	26/12/17	4773
106	20566018307	DISTRIBUIDORA QUIMICA QUIJOTE E,I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	18/05/17	PEQUEÑA	26/05/17	51395
107	20471809374	DOLLAR GROUP SA	LIMA	LIMA	LIMA	12/07/17	PEQUEÑA	14/07/17	4690
108	20602617981	DON CHEPO SERVICIOS GENERALES E.I.R.L. - DON CHEPO E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	04/12/17	MICRO	11/12/17	4630
109	20601678463	DROGUERIA F.K.F. E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	27/10/17	MICRO	06/11/17	4773
110	20602273971	DROGUERIA Y DISTRIBUIDORA HBC E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	10/07/17	MICRO	14/07/17	4690
111	20600647645	DROGUERIA'S ALVAMEDIC S.A.C - D. ALVAMEDIC S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	05/05/17	MICRO	12/05/17	4772
112	20538132838	E & F GRUPO AMERICA S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	30/09/17	MICRO	09/10/17	4752
113	20601598834	E & P PALOMINO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	16/10/17	MICRO	20/10/17	4721
114	20546196934	ELECTRO INDUSTRIAL FRANCO E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	31/08/17	PEQUEÑA	04/09/17	4690
115	20565818717	ELECTRODOMESTICOS.COM E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	19/05/17	MICRO	26/05/17	4690
116	20478076119	ELECTRONIC KATTY Y FRANK S.A.C. - ELECTRONIC KF S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	20/10/17	MICRO	27/10/17	4690
117	20601103525	ELECTRONICA INDUSTRIAL SOLA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	08/02/17	MICRO	10/02/17	4652

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
118	20601788501	EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DE SERVICIOS JULIA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	04/07/17	MICRO	07/07/17	4690
119	20601886872	EMPRESA TEXTIL CAB & ROSS E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	14/08/17	MICRO	18/08/17	4641
120	20601570115	ENCORE LIFE S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	10/10/17	MICRO	18/10/17	4719
121	20602465277	ENERGIA SOLAR G&V E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	22/09/17	MICRO	03/10/17	4719
122	20566325498	ENZOMAQ PERU E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	02/01/17	PEQUEÑA	13/01/17	51502
123	20601954118	EPKA SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	20/09/17	MICRO	21/09/17	4690
124	20601432987	ESPARTA PERU ZUZUNAGA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	24/01/17	MICRO	30/01/17	4771
125	20601459427	ESPECIALISTAS G2 E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	28/03/17	MICRO	31/03/17	4690
126	20602334563	EUROEQUIP S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	29/08/17	MICRO	04/09/17	4690
127	20602169368	EXLCUSIVIDADES BONITAS & MAY'S E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	21/08/17	MICRO	25/08/17	4641
128	20602464645	FAB SECURITY S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	25/11/17	MICRO	27/11/17	4652
129	20601767865	FAMA MUSIC E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	06/01/17	MICRO	13/01/17	4690
130	20600638701	FARMACIA & DROGUERIA LA LUZ S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	16/08/17	MICRO	18/08/17	4772
131	20601236380	FARMED GROUP S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	24/10/17	MICRO	27/10/17	4690
132	20602486461	FERRETERIA JORDAN & SOLSEIN E.I.R.L.-FEJOSOL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	05/10/17	MICRO	09/10/17	4663
133	20601920558	FERRETERIA Y ACABADOS MAFAMI E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/04/17	MICRO	28/04/17	4663
134	20601179955	FHURA INVERSIONES E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	22/08/17	MICRO	25/08/17	4663
135	20601702496	FIERROS Y ACEROS RONQUILLO E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	23/06/17	MICRO	04/07/17	4779
136	20600917707	FLORERIA MARGOT E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	01/11/17	MICRO	06/11/17	4773
137	20602306632	FRATEX S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	30/11/17	MICRO	04/12/17	4659

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
138	20515037676	FRIO CENTER EL HERMANO E HIJOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	27/07/17	PEQUEÑA	01/08/17	4659
139	20601939470	FS BUSINESS SOLUTIONS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	07/09/17	MICRO	18/09/17	4690
140	20601825857	GAMA PRODUCTS S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	11/07/17	MICRO	14/07/17	4799
141	20601619050	GARLAND PERU S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	23/06/17	MICRO	04/07/17	4690
142	20565715403	GASTROEQUIPOS CORP. PERU S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	16/02/17	MICRO	17/02/17	4690
143	20602325777	GATIKA ACCESORIOS E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA		MICRO	03/11/17	4649
144	20602141064	GLASS ESSENCE E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	08/11/17	MICRO	15/11/17	4649
145	20392520580	GOLD KIDS CORPORATION SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GOLD KIDS CORPORATION S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	25/07/17	PEQUEÑA	01/08/17	4690
146	20510616678	GOLDEN ENTERPRISE S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	10/07/17	PEQUEÑA	14/07/17	4690
147	20601822394	GOPAL KISHOR S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	08/02/17	MICRO	10/02/17	4690
148	20601219868	GR MEDICAL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	07/01/17	MICRO	13/01/17	4772
149	20600597443	GROUP JAQUEMATE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GROUP JAQUEMATE S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	23/03/17	MICRO	31/03/17	4652
150	20602365493	GRUPO ARREDONDO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GRUPO ARREDONDO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	21/08/17	MICRO	25/08/17	4752
151	20602022197	GRUPO COMERCIAL ASTURIAS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	21/12/17	MICRO	26/12/17	4690
152	20521235005	GRUPO CYBERHOUSE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	02/06/17	PEQUEÑA	09/06/17	4690
153	20510153121	GRUPO DATA CORPORATION S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	13/11/17	MICRO	21/11/17	4651
154	20600909615	GRUPO FERRECALL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GRUFER S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	05/05/17	MICRO	12/05/17	4773

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
155	20601286905	GRUPO INFOTECH S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	01/03/17	MICRO	09/03/17	4741
156	20549754571	GRUPO LUZ AMERICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	23/08/17	MICRO	25/08/17	4690
157	20601825725	GRUPO MAMLOP S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	29/09/17	MICRO	09/10/17	4690
158	20601588138	GRUPO NECAL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	28/01/17	MICRO	03/02/17	4649
159	20602177735	GRUPO ONLY ONE & ASOCIADOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	06/07/17	MICRO	14/07/17	4772
160	20601454514	GRUPO PFLUCKER S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	31/03/17	MICRO	10/04/17	4690
161	20600476751	GRUPO VALERO JVL S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	18/12/17	MICRO	26/12/17	4690
162	20601782953	GRUPO YACUA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	16/05/17	MICRO	24/05/17	4690
163	20600582624	HDS SOLUCIONES E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	13/01/17	MICRO	20/01/17	4741
164	20601654963	HEIFRA SERVICES E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	19/10/17	MICRO	20/10/17	4741
165	20601197414	HIDRO-STORE S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	19/05/17	MICRO	26/05/17	4719
166	20601933137	HMR OPTICAL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	22/03/17	MICRO	24/03/17	4773
167	20602433375	HUANCOR COMPANY S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	12/10/17	MICRO	20/10/17	4663
168	20511598452	ILIDESAVA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA ILIDESAVA S.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	02/12/17	MICRO	11/12/17	4690
169	20501640981	ILUMINACIONES DEL SUR SAC	LIMA	LIMA	LIMA	04/09/17	MICRO	07/09/17	4752
170	20601213801	IMPORT & EXPORT BRAULIO PILCO E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	03/07/17	MICRO	07/07/17	4649
171	20507033556	IMPORT & EXPORT EURO- BOOKSTORE E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	06/02/17	MICRO	10/02/17	4690
172	20517192717	IMPORT & EXPORT PARDUS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	06/09/17	PEQUEÑA	18/09/17	4641
173	20554346465	IMPORT & EXPORT SERGIO'S EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	LIMA	LIMA	LIMA	28/04/17	PEQUEÑA	05/05/17	4641

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
174	20602145051	IMPORT & EXPORT SU SU E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	24/08/17	MICRO	04/09/17	4649
175	20557070061	IMPORT DROMEX S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	25/07/17	MICRO	01/08/17	4690
176	20602395562	IMPORT EXPORT HANS E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	24/08/17	MICRO	04/09/17	4690
177	20602484255	IMPORT EXPORT KAEL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - IMPORT EXPORT KAEL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	20/10/17	MICRO	27/10/17	4649
178	20547641621	IMPORT EXPORT LUMAR E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	24/08/17	MICRO	04/09/17	4641
179	20601156092	IMPORT HANY E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA		PEQUEÑA	09/11/17	4649
180	20554313028	IMPORTACION & MAQUINARIA TECNOLÓGICA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	23/06/17	MICRO	04/07/17	4690
181	20600125070	IMPORTACIONES ACCESORIOS MOVILES HECTOR E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	13/06/17	MICRO	15/06/17	4690
182	20563305852	IMPORTACIONES AGURTO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - IMPAGURT S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	26/10/17	MICRO	06/11/17	4652
183	20600148649	IMPORTACIONES ALFE E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	03/08/17	MICRO	11/08/17	4690
184	20602012272	IMPORTACIONES ANDES PERU S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	06/07/17	MICRO	14/07/17	4752
185	20600191595	IMPORTACIONES DE LA VEGA MEDIC E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	21/06/17	PEQUEÑA	23/06/17	4690
186	20548504768	IMPORTACIONES GOMI E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	11/04/17	MICRO	19/04/17	4690
187	20523468783	IMPORTACIONES JHIRE'YR S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	04/07/17	PEQUEÑA	07/07/17	4690
188	20602273271	IMPORTACIONES LEGACY GAMER E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	02/11/17	MICRO	06/11/17	4690

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
189	20601104394	IMPORTACIONES MEGACENTRO BRIGITTE S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	03/01/17	MICRO	13/01/17	4649
190	20505286341	IMPORTACIONES VASQUEZ S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	18/08/17	MICRO	25/08/17	4659
191	20544220161	IMPORTACIONES YAMASAKI SAC	LIMA	LIMA	LIMA	16/08/17	MICRO	18/08/17	51395
192	20600428544	IMPORTADORA REYCAN S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	17/06/15	MICRO	10/04/17	4690
193	20602017886	IMPORTADORA SOY FELIZ E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	29/05/17	MICRO	05/06/17	4690
194	20549260579	IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA ARATEK E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	05/10/17	MICRO	09/10/17	4690
195	20600906373	IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA DE LIBROS VICKY E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	26/07/17	MICRO	01/08/17	4649
196	20556939439	IMPORTADORA, DISTRIBUIDORA Y CONSTRUCTORA SANTAMARIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	07/08/17	MICRO	11/08/17	4690
197	20602233007	IMPORTADORES PC LIS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA		MICRO	08/11/17	4651
198	20557212893	INDUMETAL HOPER CRISAN S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	16/04/17	MICRO	28/04/17	4752
199	20451789601	INDUSTRIA DEL CAUCHO Y PLASTICO S.A.C. - INCAPLAST S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	10/11/17	MICRO	21/11/17	4752
200	20136412346	INDUSTRIAS HOFEI S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	16/04/09	MICRO	10/05/17	4690
201	20544747097	INITECH PERU E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	21/08/17	MICRO	25/08/17	4641
202	20503313856	INVERSIONES ALAPA S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	21/07/17	PEQUEÑA	01/08/17	4641
203	20565559436	INVERSIONES ANTOLEY E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	11/04/17	MICRO	19/04/17	4690
204	20562982150	INVERSIONES ASWAD E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	23/01/17	MICRO	30/01/17	4690

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
205	20502805861	INVERSIONES BISHOP S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	28/04/17	PEQUEÑA	05/05/17	4690
206	20601904111	INVERSIONES D. JUSTHYN E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	29/09/17	MICRO	09/10/17	4772
207	20601213011	INVERSIONES DAYANA T.Q. S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	04/07/17	MICRO	07/07/17	4719
208	20543218309	INVERSIONES DAYANNA FASHION S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	07/02/17	MICRO	10/02/17	52322
209	20601824672	INVERSIONES EMPRESARIALES RAAL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	26/06/17	MICRO	04/07/17	4641
210	20566461324	INVERSIONES FUSHI E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	02/09/17	MICRO	07/09/17	4641
211	20601784981	INVERSIONES G Y L HUARCAYA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	27/06/17	MICRO	04/07/17	4772
212	20601208831	INVERSIONES GRUPO INNOVA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	10/02/17	MICRO	17/02/17	4663
213	20537490625	INVERSIONES ICE CREAM J.E. S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	03/07/17	PEQUEÑA	07/07/17	4630
214	20602185363	INVERSIONES IMM SRL	LIMA	LIMA	LIMA	23/10/17	MICRO	27/10/17	4641
215	20601978556	INVERSIONES INNOVA MOVIL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	21/06/17	MICRO	23/06/17	4690
216	20389091422	INVERSIONES JAIR E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	05/07/17	PEQUEÑA	07/07/17	4752
217	20557667971	INVERSIONES MATELL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	10/02/17	MICRO	17/02/17	4690
218	20601156068	INVERSIONES MULTITHINGS A E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	13/07/17	MICRO	21/07/17	4663
219	20536613278	INVERSIONES O & CH E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	25/07/17	MICRO	01/08/17	52391
220	20511730237	INVERSIONES PAYA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA INVERSIONES PAYA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	15/12/17	MICRO	18/12/17	4771
221	20602560628	INVERSIONES RASE E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	26/10/17	MICRO	06/11/17	4719
222	20373174034	INVERSIONES RIOJA S.A.	LIMA	LIMA	LIMA	06/02/17	PEQUEÑA	10/02/17	4690

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
223	20477957537	INVERSIONES Y PUNTO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - INVERSIONES Y PUNTOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	05/01/17	PEQUEÑA	13/01/17	4690
224	20601793963	INVERSIONES Y SERVICIOS HORMIGASTEC EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - HORMIGASTEC E.I	LIMA	LIMA	LIMA	07/08/17	MICRO	11/08/17	4659
225	20541660012	INVERSIONES YACURI E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	02/09/17	PEQUEÑA	07/09/17	52322
226	20551165800	IPSEL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	24/02/17	PEQUEÑA	09/03/17	51502
227	20601562465	J & C NEGOCIOS PERU E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	24/11/17	MICRO	27/11/17	4752
228	20600772016	J & M INVERSIONES GENO E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	15/05/17	MICRO	24/05/17	4719
229	20550741351	J & S INDUSTRIAL JEANPIERO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	28/08/17	PEQUEÑA	04/09/17	4752
230	20600594908	JEANS INTERNATIONAL COMPANY S.A.	LIMA	LIMA	LIMA	26/09/17	PEQUEÑA	03/10/17	4641
231	20602296220	JESUCRISTO ES MI FORTALEZA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	02/08/17	MICRO	04/08/17	4690
232	20601266921	JHC TEAM E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	01/03/17	MICRO	09/03/17	4659
233	20513553693	JJ BOGGIO ING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA / JJ BOGGIO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	17/05/17	MICRO	24/05/17	4649
234	20601529425	JOANFRAC E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	14/01/17	MICRO	20/01/17	4772
235	20549645870	JR INOXIDABLE E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	07/07/17	MICRO	14/07/17	4690
236	20549593977	JULHER & BROTHER S EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - JULHER & BROTHER S E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	23/08/17	MICRO	25/08/17	4690
237	20518243692	KARLY'S SOLUTIONS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	01/08/17	PEQUEÑA	04/08/17	4690

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
238	20557181645	KIMBRASHA GIFT & TOY S IMPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	12/09/17	MICRO	18/09/17	4690
239	20601629845	KUSKAYA LA CASA DEL CUERO E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	01/03/17	MICRO	09/03/17	4771
240	20537330181	LA MANIOBRA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	22/03/17	MICRO	24/03/17	4690
241	20601396921	LAB PERU IMPORT E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	23/06/17	MICRO	04/07/17	4773
242	20516097273	LABORATORIO DROGUERIA YO AL NATURAL SAC	LIMA	LIMA	LIMA	22/08/17	MICRO	25/08/17	4772
243	20601966400	LAPTOS EMPRESAS Y MAS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	21/06/17	MICRO	23/06/17	4690
244	20565708610	LATIN LIGHT S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	24/07/17	PEQUEÑA	01/08/17	4690
245	20602052436	LATINA STUDIO LATS E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	27/04/17	MICRO	05/05/17	4772
246	20537236320	LAYCOM SUMINISTROS Y ACCESORIOS E.I.R.L. - LAYCOM E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	21/04/17	MICRO	28/04/17	4690
247	20492179869	LICA REPRESENTACIONES S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	27/02/17	MICRO	09/03/17	4752
248	20600152344	LIMAFLEX EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - LIMAFLEX E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	27/06/17	MICRO	04/07/17	4752
249	20208107187	LISTO & MEJOR SRLTDA	LIMA	LIMA	LIMA	06/07/17	MICRO	14/07/17	4641
250	20601934508	LMR OPTICAL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	22/03/17	MICRO	24/03/17	4773
251	20601913471	LOCERIA CRISTALERIA BAZAN E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	16/03/17	MICRO	24/03/17	4789
252	20515344170	LOGISTEK E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	15/03/17	MICRO	17/03/17	51502
253	20551562396	LUFACI SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - LUFACI S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	11/05/17	MICRO	12/05/17	4781
254	20602077919	LUKIZZYMO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	28/04/17	MICRO	05/05/17	4781

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
255	20601227739	LUZ AMERICA LOGISTICA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	25/08/17	MICRO	04/09/17	4649
256	20538026213	M & L INDUSTRIAL PEPE E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	28/08/17	PEQUEÑA	04/09/17	52391
257	20554028170	M & L LAURA'S S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	02/08/17	PEQUEÑA	04/08/17	51395
258	20514562033	MAGIC MUSIC S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	03/03/17	PEQUEÑA	10/03/17	52593
259	20548178780	MAI LU SERVICIOS IMPORT EXPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	22/04/17	MICRO	28/04/17	4690
260	20601411815	MAKIFRIO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	02/02/17	MICRO	10/02/17	4649
261	20601943060	MAQUINARIA Y REPUESTOS MIRANDA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/04/17	MICRO	28/04/17	4659
262	20601666236	MEDIC BLESS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	19/04/17	MICRO	28/04/17	4690
263	20601946018	METALICOS INOXIDABLES S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	04/04/17	MICRO	10/04/17	4659
264	20600311523	METIX E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	19/04/17	MICRO	28/04/17	4719
265	20554746994	MIFA PERU S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	25/02/17	MICRO	09/03/17	4659
266	20563647061	MINA SOL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	17/07/17	MICRO	21/07/17	4690
267	20602433723	MIÑANO G.TRADING S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	18/09/17	MICRO	21/09/17	4690
268	20600647807	MIRYPLAST S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	18/10/17	MICRO	20/10/17	4641
269	20554598430	MISTIKA ACCESORIOS SAC	LIMA	LIMA	LIMA	19/07/17	PEQUEÑA	21/07/17	4530
270	20601764157	MIYAN SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	22/12/17	MICRO	26/12/17	4641
271	20600163311	MOTTY IMPORT Y EXPORT S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	09/11/17	MICRO	15/11/17	4690
272	20601171202	MOVITEC SERVICE S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	22/04/17	MICRO	28/04/17	4659
273	20511580162	MTEX S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	01/03/17	MICRO	09/03/17	51502
274	20602463070	MULTIUILES EXPRESS E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	06/10/17	MICRO	18/10/17	4649
275	20601656290	MUNDO DEL CUERO CORCEL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	08/02/17	MICRO	10/02/17	4641
276	20601916534	MVM OPTICAL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	22/03/17	MICRO	24/03/17	4773

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
277	20557362780	NATURE CENTER SOL Y LUNA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	27/03/17	MICRO	31/03/17	4690
278	20543323439	NEGOCIACIONES SAN AGUSTIN S.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	26/05/17	PEQUEÑA	05/06/17	4772
279	20550545684	NEGOCIOS & ADMINISTRACION ROAL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	01/09/17	MICRO	07/09/17	4752
280	20545354579	NEGOCIOS & INVERSIONES MEDINA E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	28/01/17	MICRO	03/02/17	4641
281	20601982766	NEGOCIOS DANTON S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	01/06/17	MICRO	09/06/17	4641
282	20556541079	NEGOCIOS YOLANDA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	24/05/17	MICRO	26/05/17	52206
283	20600050851	NEUMATIC IMPORT LEONEL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	01/08/17	MICRO	04/08/17	4752
284	20546568823	NEUMATICOS VAYME E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	19/05/17	MICRO	26/05/17	4690
285	20601444594	NINA MODERNA IMPORTACION S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	12/01/17	PEQUEÑA	13/01/17	4641
286	20602246940	NOIA PERU S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	18/08/17	MICRO	25/08/17	4690
287	20547492871	OFERTAS ELECTRONICAS E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	04/09/17	MICRO	07/09/17	4690
288	20602046959	OPTICA VICTORIA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	09/06/17	MICRO	15/06/17	4773
289	20602256601	PALACI IMPORT E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	27/07/17	MICRO	01/08/17	4663
290	20556206521	PAPELERA CRUZ VELA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	11/12/17	MICRO	15/12/17	4690
291	20600318722	PEISO TECHNOLOGIES S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	31/03/17	PEQUEÑA	10/04/17	4690
292	20520621793	PERNOS CENTER SR. DE LUREN S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	18/07/17	MICRO	21/07/17	4663
293	20510936745	PERUVIAN EXPORT CRAFT S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	28/11/17	MICRO	04/12/17	4690
294	20601740304	PHARMACIE SANTE S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	08/06/17	MICRO	15/06/17	4772
295	20600201302	PHAXI PERU E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	12/01/17	MICRO	13/01/17	4690
296	20601675235	PIRAMIDE DISTRIBUCIONES CIA SOCIEDAD ANONIMA	LIMA	LIMA	LIMA	20/07/17	MICRO	21/07/17	4663

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
		CERRADA - PIRAMIDE DISTRIBUCIONES CIA S.A.C.							
297	20139526636	PLASTICOS UCAYALI S.R.LTDA.	LIMA	LIMA	LIMA	03/08/17	PEQUEÑA	11/08/17	4690
298	20515366653	PLATINUM IMPORT EXPORT & SERVICES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	07/10/17	MICRO	18/10/17	4690
299	20601376262	POLYTECH INDUSTRIAL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/02/17	MICRO	01/03/17	4690
300	20601858941	PREIMP SAC	LIMA	LIMA	LIMA	07/08/17	PEQUEÑA	11/08/17	4630
301	20600497945	PRISMA IMPORT S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/02/17	MICRO	01/03/17	4690
302	20503259037	PRODUCTOS INFANTILES S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	17/05/17	PEQUEÑA	24/05/17	4690
303	20555277254	PROTMASTER EQUIPOS DE PROTECCION Y RESCATE S.A.	LIMA	LIMA	LIMA	27/04/17	PEQUEÑA	05/05/17	4690
304	20515017489	PROYECTOS PESACON SAC	LIMA	LIMA	LIMA	12/07/17	PEQUEÑA	14/07/17	4659
305	20602157581	PROYECTOS Y SOLUCIONES DEL PERU S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	11/07/17	MICRO	14/07/17	4741
306	20514013528	PUBLICIDAD & FANTASIA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	28/03/17	MICRO	31/03/17	4690
307	20601651298	QOYA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	19/04/17	MICRO	28/04/17	4799
308	20536594893	QUARTZ ATLANTIS E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	02/06/17	MICRO	09/06/17	4690
309	20601298768	RASYO ASOCIADOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	02/10/17	MICRO	09/10/17	4690
310	20514031852	RECITRAN SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	29/10/09	MICRO	18/09/17	4690
311	20492729010	REPRESENTACIONES & VELIZ SAC	LIMA	LIMA	LIMA	30/01/17	PEQUEÑA	03/02/17	4719
312	20377576081	REPRESENTACIONES 3A S.A.	LIMA	LIMA	LIMA	18/10/17	MICRO	20/10/17	4690
313	20134358123	REPRESENTACIONES CULTURAL AMERICA S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	03/09/17	MICRO	07/09/17	4761
314	20602243851	REPRESENTACIONES H & J PERU S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	10/07/17	MICRO	14/07/17	4772

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
315	20510759355	REPRESENTACIONES LAS DOS MARIAS SAC	LIMA	LIMA	LIMA	06/02/17	MICRO	10/02/17	4690
316	20565780132	REPRESENTACIONES OVP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA- REPRESENTACIONES OVP S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	18/07/17	MICRO	21/07/17	4690
317	20601571685	REPUESTOS FRIOS AL'VANS E.I.R.L. - R. FRIOS AL'VANS E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/09/17	MICRO	21/09/17	4652
318	20516388324	RESEAU IMPORT EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	LIMA	LIMA	LIMA	15/02/17	MICRO	17/02/17	4690
319	20518594053	SAUCOS Y MORAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SAUCOS Y MORAS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	27/09/17	MICRO	03/10/17	4771
320	20554453466	SEGURIDAD INDUSTRIAL POLINARIO E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	22/02/17	PEQUEÑA	01/03/17	4752
321	20602465854	SEGURITEC PROTECTOR S.R.L. - SEGPROT S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	18/09/17	MICRO	21/09/17	4690
322	20545556104	SERTEGRAF S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	19/05/17	MICRO	26/05/17	51502
323	20251370193	SERVICIO DE MOTOCICLETAS PEREA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	04/12/17	MICRO	11/12/17	4540
324	20550444497	SERVICIOS GENERALES GASTRONOMICOS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	31/03/17	MICRO	10/04/17	4719
325	20601819245	SERVICIOS GENERALES INVERSIONES ALONSO S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	09/08/17	MICRO	11/08/17	4752
326	20602294529	SERVICLEAN MOLINA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SERVICLEAN MOLINA S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	07/12/17	MICRO	15/12/17	4649
327	20551123716	SERVIELECTRIC SYSTEC S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	03/08/17	PEQUEÑA	11/08/17	4752

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
328	20563140918	SERVIGER AT E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/01/17	PEQUEÑA	20/01/17	4530
329	20101495338	SERVIGER E I R L	LIMA	LIMA	LIMA	23/11/09	PEQUEÑA	17/01/17	4530
330	20546904017	SERVIMAP C.A.B. S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	18/03/17	MICRO	24/03/17	4530
331	20518320603	SIERRAMOTORS SAC	LIMA	LIMA	LIMA	01/09/17	MICRO	07/09/17	4690
332	20538777294	SOLO UTILES E.I.R.L	LIMA	LIMA	LIMA	12/01/17	MICRO	13/01/17	4690
333	20555783036	SOLSEIN MILAM S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	31/03/17	MICRO	10/04/17	4530
334	20600267176	SOLVAE COMPANY S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	20/02/17	MICRO	01/03/17	4690
335	20601198577	SOPRES S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	19/04/17	MICRO	28/04/17	4649
336	20557601105	SOUND KING E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	13/06/17	MICRO	15/06/17	4690
337	20601916551	SQM OPTICAL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	22/03/17	MICRO	24/03/17	4773
338	20293871761	SUMINISTROS Y MONTAJES INDUSTRIALES SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	LIMA	LIMA	LIMA	07/12/17	MICRO	15/12/17	4659
339	20601812968	SUPER KING IMPORTACION & EXPORTACION E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	10/07/17	MICRO	14/07/17	4663
340	20517092500	SURYA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	03/11/17	MICRO	15/11/17	4690
341	20602144071	SUSAN COSMETIC K E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	26/06/17	MICRO	04/07/17	4799
342	20602329748	SWAGATAM S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	06/11/17	MICRO	15/11/17	4719
343	20523422015	SWISS SPORT E.I.R.L. - SWISS SPORT	LIMA	LIMA	LIMA	02/06/17	MICRO	09/06/17	4690
344	20209794617	SYSCOMP DATA E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	21/03/17	MICRO	24/03/17	4741
345	20602063624	TECNOHEALTH S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	31/08/17	MICRO	04/09/17	4690
346	20293061093	TECNOLOGIA EN GRASAS EIRL	LIMA	LIMA	LIMA	15/08/17	PEQUEÑA	18/08/17	4690
347	20602124062	TECNOLOGY JEGOLD EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - TECNOLOGY JEGOLD E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	05/09/17	MICRO	07/09/17	4763
348	20601601983	TEJIDOS ZANELLI S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	12/04/17	MICRO	19/04/17	4641

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
349	20601991951	TEPCO PERU S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	05/11/17	MICRO	15/11/17	4663
350	20602599877	TEXTILES MACRO COTTON E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	17/11/17	MICRO	27/11/17	4641
351	20555459280	THE EMPRESS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - THE EMPRESS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	12/07/17	MICRO	14/07/17	4752
352	20601766753	TIENDAS ADHEK E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	15/09/17	MICRO	21/09/17	4789
353	20601543606	TIENDAS AE SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - TIENDAS AE S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	10/02/17	MICRO	17/02/17	4773
354	20601327318	TIENDAS MASS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	04/05/17	MICRO	12/05/17	4719
355	20601669057	TIGER WORLD E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	27/02/17	MICRO	09/03/17	4649
356	20532636079	TODOMUSICA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	LIMA	LIMA	LIMA	30/01/17	PEQUEÑA	03/02/17	4690
357	20601534194	TRIUNFO INVESTMENT PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	19/09/17	MICRO	21/09/17	4690
358	20602662374	UNIVERSOS GLOBAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	02/12/17	MICRO	11/12/17	4649
359	20546065678	VALVULAS NEUMATICAS LIMA S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	28/01/17	MICRO	03/02/17	4530
360	20485088041	VDC REPRESENTACIONES EIRL	LIMA	LIMA	LIMA	12/12/17	MICRO	15/12/17	4799
361	20554801171	VENCOM EMPRESARIAL E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	31/05/17	PEQUEÑA	05/06/17	4690
362	20507360913	VESTICOL S.A.C	LIMA	LIMA	LIMA	21/07/17	PEQUEÑA	01/08/17	4641
363	20601496144	VOYAGE GROUP E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	27/02/17	MICRO	09/03/17	4690
364	20600811976	WABA BUSSINES E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	22/04/17	MICRO	28/04/17	4649
365	20601799783	WABA MARKET E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	12/04/17	MICRO	19/04/17	4649

	Nº DE RUC	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN DE LA EMPRESA			FECHA DE SOLICITUD	CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	CIU
			DEPARTAMENTO	PROV.	DISTRITO				
366	20601617758	WARI ALIMENTOS S.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	18/01/17	MICRO	20/01/17	4630
367	20602105017	WINSTON COMPANY EIRL	LIMA	LIMA	LIMA	13/09/17	MICRO	18/09/17	4649
368	20601669332	WONDERCRIS S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	23/11/17	MICRO	27/11/17	4741
369	20555400986	WVA REAL OKASION ELECTROTIENDAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	LIMA	LIMA	10/05/17	MICRO	12/05/17	4690
370	20601992575	Y. & A. SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	28/03/17	MICRO	31/03/17	4630
371	20602268315	YANABE OHCLACK E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	03/08/17	MICRO	11/08/17	4764
372	20602197558	YEJUNG C & T S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	01/08/17	MICRO	04/08/17	4659
373	20602157254	Z Y O FRUIT'S S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	26/06/17	MICRO	04/07/17	4781
374	20602427286	ZAHRA INTERNATIONAL S.A.C.	LIMA	LIMA	LIMA	23/10/17	MICRO	27/10/17	4663
375	20330747944	ZOLADI E.I.R.L.	LIMA	LIMA	LIMA	26/01/17	MICRO	03/02/17	4690

ANEXO 3: Validación del Cuestionario estructurado

ANEXO 3: Formato de Validación de Instrumento de Cuestionario estructurado

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO ESTRUCTURADO PARA
DETERMINAR LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE LA
RENTABILIDAD DE LAS MYPES COMERCIALES UBICADAS EN EL DISTRITO
DE CERCADO DE LIMA Y ACREDITADAS EN EL REMYPE EN EL AÑO 2017**


Estimado: Osores Miranda, Cesar Augusto

Siendo conocedoras de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario estructurado que pretendemos utilizar para determinar cómo influye el financiamiento, la formación técnica y el plan de ventas en el nivel de rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

A continuación, le presento una lista de preguntas relacionadas a cada objetivo de nuestra investigación. Lo que se le solicita es brindar sus observaciones de cada ítem con su respectivo objetivo, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el objetivo indicado que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón (X) Mujer ()
Edad:	<u>49</u> años
Profesión o especialidad:	<u>ECONOMISTA</u>
Años de experiencia laboral:	<u>20 años</u>
Firma:	

Ítems relacionados con objetivos	¿Es pertinente con el objetivo?		¿Necesita mejorar redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Objetivo n.º 1: Determinar si la dificultad de acceso al financiamiento es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Qué porcentaje de los ingresos destina <u>para compras</u> ? a. 10%-20% b. 21%-30% c. 31%-50% d. +51%	X					
¿Con qué tipo de proveedor trabaja Ud.? a. Nacional b. Internacional c. <u>Ambos</u>	X					
¿Cuál de los siguientes <u>criterios utiliza Ud. para la selección de su proveedor</u> ? a. Precio competitivo b. Recomendación c. Comentarios Positivos d. Todas las anteriores	X					
¿Qué facilidad le brinda su proveedor para cumplir con sus obligaciones? a. Crédito b. Contado c. Descuentos d. Todas las anteriores	X					

<p>¿Con qué frecuencia se realiza el inventario a su almacén?</p> <p>a. Mensual b. Trimestral c. Anual d. Nunca</p>		X				
<p>¿Dispone Ud. de recursos para autofinanciar su empresa?</p> <p>a. Si b. No</p>	X					
<p>¿En algún momento Ud. ha solicitado un crédito a alguna entidad financiera?</p> <p>a. Si b. No</p>	X					
<p>¿Fue aceptado su crédito?</p> <p>a. Si b. No</p>	X					
<p>Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuál fue el plazo al que le entregaron el crédito financiero?</p> <p>a. 1 año b. 2 años c. 3 años d. Mayor a 4 años</p>	X		X			
<p>Si su respuesta anterior fue negativa, ¿Cuál fue el motivo por el que no le otorgaron el crédito?</p> <p>a. No tenía todos los documentos b. Falta de historial crediticio o historial negativo c. Tenía poco tiempo con mi negocio</p>	X					

d. No me explicaron						
¿Con cuántas entidades financieras trabaja la empresa que usted dirige? a. 1 b. 2 c. 3 d. Más de 4	X					
¿Con qué entidad financiera trabaja la empresa que usted dirige? a. Empresas bancarias b. Cajas municipales c. Empresas financieras d. Ed pymes	X		X			
¿Con qué frecuencia Ud. durante el año solicita créditos? a. 1 b. 2 c. 3 d. Más de 4	X					
¿Es suficiente el crédito que le otorgan? a. Si b. En algunos casos c. No	X					
¿En qué invierte el crédito solicitado? a. Mercadería b. Publicidad c. Mejoras organizacionales d. Innovación tecnológica	X					
¿Actualmente Ud. tiene créditos a nombre de su empresa? a. Si	X					

b. No						
Respecto a la pregunta anterior: ¿Su empresa tiene dificultades para pagar el crédito que le otorgaron? a. Si b. No	X					
¿Está al día en el pago de sus cuotas? a. Si b. No	X					
¿Qué porcentaje de los ingresos destina como capacidad de endeudamiento? a. 0%-15% b. 16%- 30% c. 31%-50% d. +51%	X		X			
Considera Ud. ¿Que no acceder a un crédito financiero es una limitación para incrementar la rentabilidad de su empresa? a. Si b. No	X					
Objetivo n.º 2: Determinar si la falta de formación técnica es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado? a. Educación primaria b. Educación secundaria c. Educación profesional técnica d. Educación universitaria	X					
¿En qué área considera usted que se debe tener						

<p>algún curso y/o asesoría técnica para lograr el incremento de la rentabilidad de su empresa?</p> <p>a. Comercial b. Finanzas c. Contabilidad d. Recursos humanos</p>	X					
<p>¿Cuántos cursos de capacitación tuvo Ud. en los últimos dos años?</p> <p>a. Ninguno b. 1 c. 2 d. Más de 3</p>	X					
<p>La iniciativa de realizar un curso de formación es:</p> <p>a. Del propio trabajador b. Del jefe inmediato c. Del dueño de la MYPE d. <u>Todas</u> las anteriores</p>	X					
<p>¿Cuál es el nivel de capacitación de su personal de trabajo?</p> <p>a. Cuentan con conocimientos básicos b. Están bien capacitados c. No cuentan con capacitación</p>	X					
<p>Considera Ud. ¿Qué no contar con una formación especializada es una limitación para incrementar la rentabilidad de su empresa?</p> <p>a. Si</p>	X					

<p>¿Recibe información de manera regular sobre la rentabilidad de los diferentes productos vendidos?</p> <p>a. Siempre b. Casi siempre c. Raramente d. Nunca</p>	X					
<p>¿Qué canales de ventas utiliza Ud.?</p> <p>a. Puntos físicos b. Distribuidores c. Venta directa (vendedor) d. Online (Facebook, Google Adwords, etc.)</p>	X					
<p>¿Qué ventajas considera Ud. en el uso de una página web y/o red social?</p> <p>a. Presentar sus productos b. La información publicada es instantánea c. Interactuar con sus clientes d. Exposición a nivel local, nacional e internacional</p>	X					
<p>¿Cuál es su <u>meta</u> respecto al incremento del volumen de ventas?</p> <p>a. Mantenerse b. Crecer en 10% c. Crecer en 20% d. Crecer más del 50%</p>	X					
<p>¿Tiene definido a su cliente objetivo?</p> <p>a. Si b. No</p>	X					

b. No						
Objetivo n.º 3: Determinar si la falta de un plan de ventas es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Qué nivel de rentabilidad ha tenido su empresa en el último año? a. 0%-15% b. 16%-30% c. 31%-50% d. +51%	X					
¿En cuánto ha incrementado el volumen de sus ventas en el último año? a. 0%-15% b. 16%-30% c. 31%-50% d. +51%	X					
¿Cómo se encuentra el número de clientes de su empresa? a. Creciendo b. <u>No varía</u> c. Decreciendo	X		X			
¿La calidad y precio de sus productos cumplen con los deseos de sus consumidores? a. Siempre b. Casi siempre c. Raramente d. Nunca	X					
¿Son todos sus productos individualmente rentables? a. Sí b. Algunos c. En su mayoría d. Ninguno	X					

Para proyectar sus ventas, sus clientes se ubican en: a. Lima b. Provincias c. Ambas opciones	X					
Las compras que realizan sus clientes, en su mayoría, son: a. Por menor b. Por mayor c. Ambos	X					
¿Qué es lo que busca su cliente? a. Precio b. Calidad c. Cantidad d. No tengo idea	X					
¿Debe ofrecer descuentos para atraer clientes? a. Si b. No c. En ocasiones	X					
¿Conoce Ud. a sus principales competidores? a. Si b. No	X					
¿Utiliza Ud. a sus competidores de referencia para establecer sus precios? a. Si b. No c. A veces	X					
¿Los clientes de su competencia son clientes a los que podrías abordar en un futuro? a. Si b. No	X					
¿Conoce Ud. lo que le hace ser diferente de la						

competencia para ganar más clientes? a. Si b. No		X				
Considera Ud. ¿Que contar con un plan de ventas influye en el incremento de la rentabilidad de su empresa? a. Si b. No	X					

¡Muchas gracias por su colaboración!

ANEXO 3: Formato de Validación de Instrumento de Cuestionario estructurado

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO ESTRUCTURADO PARA
DETERMINAR LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE LA
RENTABILIDAD DE LAS MYPES COMERCIALES UBICADAS EN EL DISTRITO
DE CERCADO DE LIMA Y ACREDITADAS EN EL REMYPE EN EL AÑO 2017**

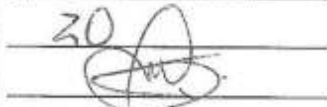
Estimado: Edwar Soto Polo

Siendo conocedoras de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario estructurado que pretendemos utilizar para determinar cómo influye el financiamiento, la formación técnica y el plan de ventas en el nivel de rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

A continuación, le presento una lista de preguntas relacionadas a cada objetivo de nuestra investigación. Lo que se le solicita es brindar sus observaciones de cada ítem con su respectivo objetivo, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el objetivo indicado que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón (X) Mujer ()
Edad:	<u>44</u> años
Profesión o especialidad:	<u>ECONOMÍA</u>
Años de experiencia laboral:	<u>30</u>
Firma:	

Ítems relacionados con objetivos	¿Es pertinente con el objetivo?		¿Necesita mejorar redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Objetivo n.º 1: Determinar si la dificultad de acceso al financiamiento es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Qué porcentaje de los ingresos destina <u>para compras</u> ? a. 10%-20% b. 21%-30% c. 31%-50% d. +51%	✓			✓		✓
¿Con qué tipo de proveedor trabaja Ud.? a. Nacional b. Internacional c. Ambos	✓			✓		✓
¿Cuál de los siguientes criterios utiliza Ud. <u>para la selección</u> de su proveedor? a. Precio competitivo b. Recomendación c. Comentarios Positivos d. Todas las anteriores	✓			✓		✓
¿Qué facilidad le brinda su proveedor para cumplir con sus obligaciones? a. Crédito b. Contado c. Descuentos d. Todas las anteriores	✓			✓		✓

<p>¿Con qué frecuencia se realiza el inventario a su almacén?</p> <p>a. Mensual</p> <p>b. Trimestral</p> <p>c. Anual</p> <p>d. Nunca</p>	/		/		/
<p>¿Dispone Ud. de recursos para autofinanciar su empresa?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	/		/		/
<p>¿En algún momento Ud. ha solicitado un crédito a alguna entidad financiera?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	/		/		/
<p>¿Fue aceptado su crédito?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	/		/		/
<p>Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuál fue el plazo al que le entregaron el crédito financiero?</p> <p>a. 1 año</p> <p>b. 2 años</p> <p>c. 3 años</p> <p>d. Mayor a 4 años</p>	/		/		/
<p>Si su respuesta anterior fue negativa, ¿Cuál fue el motivo por el que no le otorgaron el crédito?</p> <p>a. No tenía todos los documentos</p> <p>b. Falta de historial crediticio o historial negativo</p> <p>c. Tenía poco tiempo con mi negocio</p>	/		/		/

d. No me explicaron						
¿Con cuántas entidades financieras trabaja la empresa que usted dirige? a. 1 b. 2 c. 3 d. Más de 4	✓			✓		✓
¿Con qué entidad financiera trabaja la empresa que usted dirige? a. Empresas bancarias b. Cajas municipales c. Empresas financieras d. Ed pymes	✓			✓		✓
¿Con qué frecuencia Ud. durante el año solicita créditos? a. 1 b. 2 c. 3 d. Más de 4	✓		✓			✓
¿Es suficiente el crédito que le otorgan? a. Si b. En algunos casos c. No	✓			✓		✓
¿En qué invierte el crédito solicitado? a. Mercadería b. Publicidad c. Mejoras organizacionales d. Innovación tecnológica	✓			✓		✓
¿Actualmente Ud. tiene créditos a nombre de su empresa? a. Si	✓			✓		✓

b. No						
Respecto a la pregunta anterior: ¿Su empresa tiene dificultades para pagar el crédito que le otorgaron? a. Si b. No	✓			✓		✓
¿Está al día en el pago de sus cuotas? a. Si b. No	✓			✓		✓
¿Qué porcentaje de los ingresos destina como capacidad de endeudamiento? a. 0%-15% b. 16%- 30% c. 31%-50% d. +51%	✓			✓		✓
Considera Ud. ¿Que no acceder a un crédito financiero es una limitación para incrementar la rentabilidad de su empresa? a. Si b. No	✓			✓		✓
Objetivo n.º 2: Determinar si la falta de formación técnica es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado? a. Educación primaria b. Educación secundaria c. Educación profesional técnica d. Educación universitaria	✓			✓		✓
¿En qué área considera usted que se debe tener						

<p>algún curso y/o asesoría técnica para lograr el incremento de la rentabilidad de su empresa?</p> <p>a. Comercial b. Finanzas c. Contabilidad d. Recursos humanos</p>	✓			✓		✓
<p>¿Cuántos cursos de capacitación tuvo Ud. en los últimos dos años?</p> <p>a. Ninguno b. 1 c. 2 d. Más de 3</p>	✓			✓		✓
<p>La iniciativa de realizar un curso de formación es:</p> <p>a. Del propio trabajador b. Del jefe inmediato c. Del dueño de la MYPE d. <u>Todas</u> las anteriores</p>	✓			✓		✓
<p>¿Cuál es el nivel de capacitación de su personal de trabajo?</p> <p>a. Cuentan con conocimientos básicos b. Están bien capacitados c. No cuentan con capacitación</p>	✓			✓		✓
<p>Considera Ud. ¿Qué no contar con una formación especializada es una limitación para incrementar la rentabilidad de su empresa?</p> <p>a. Sí</p>	✓			✓		✓

b. No						
Objetivo n.º 3: Determinar si la falta de un plan de ventas es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Qué nivel de rentabilidad ha tenido su empresa en el último año? a. 0%-15% b. 16%-30% c. 31%-50% d. +51%	✓			✓		✓
¿En cuánto ha incrementado el volumen de sus ventas en el último año? a. 0%-15% b. 16%-30% c. 31%-50% d. +51%	✓			✓		✓
¿Cómo se encuentra el número de clientes de su empresa? a. Creciendo b. <u>No varía</u> c. Decreciendo	✓		✓			✓
¿La calidad y precio de sus productos cumplen con los deseos de sus consumidores? a. Siempre b. Casi siempre c. Raramente d. Nunca	✓			✓		✓
¿Son todos sus productos individualmente rentables? a. Sí b. Algunos c. En su mayoría d. Ninguno	✓			✓		✓

<p>¿Recibe información de manera regular sobre la rentabilidad de los diferentes productos vendidos?</p> <p>a. Siempre b. Casi siempre c. Raramente d. Nunca</p>	✓			✓		✓
<p>¿Qué canales de ventas utiliza Ud.?</p> <p>a. Puntos físicos b. Distribuidores c. Venta directa (vendedor) d. Online (Facebook, Google Adwords, etc.)</p>	✓			✓		✓
<p>¿Qué ventajas considera Ud. en el uso de una página web y/o red social?</p> <p>a. Presentar sus productos b. La información publicada es instantánea c. Interactuar con sus clientes d. Exposición a nivel local, nacional e internacional</p>	✓			✓		✓
<p>¿Cuál es su meta respecto al incremento del volumen de ventas?</p> <p>a. Mantenerse b. Crecer en 10% c. Crecer en 20% d. Crecer más del 50%</p>	✓			✓		✓
<p>¿Tiene definido a su cliente objetivo?</p> <p>a. Si b. No</p>	✓			✓		✓

Para proyectar sus ventas, sus clientes se ubican en: a. Lima b. Provincias c. Ambas opciones	✓			✓		✓
Las compras que realizan sus clientes, en su mayoría, son: a. Por menor b. Por mayor c. Ambos	✓			✓		✓
¿Qué es lo que busca su cliente? a. Precio b. Calidad c. Cantidad d. No tengo idea	✓			✓		✓
¿Debe ofrecer descuentos para atraer clientes? a. Si b. No c. En ocasiones	✓			✓		✓
¿Conoce Ud. a sus principales competidores? a. Si b. No	✓			✓		✓
¿Utiliza Ud. a sus competidores de referencia para establecer sus precios? a. Si b. No c. A veces	✓			✓		✓
¿Los clientes de su competencia son clientes a los que podrías abordar en un futuro? a. Si b. No	✓			✓		✓
¿Conoce Ud. lo que le hace ser diferente de la						

competencia para ganar más clientes? a. Si b. No	✓			✓		✓
Considera Ud. ¿Que contar con un plan de ventas influye en el incremento de la rentabilidad de su empresa? a. Si b. No	✓			✓		✓

¡Muchas gracias por su colaboración!

ANEXO 3: Formato de Validación de Instrumento de Cuestionario estructurado

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO ESTRUCTURADO PARA
DETERMINAR LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE LA
RENTABILIDAD DE LAS MYPES COMERCIALES UBICADAS EN EL DISTRITO
DE CERCADO DE LIMA Y ACREDITADAS EN EL REMYPE EN EL AÑO 2017**


Estimado: Jose Enrique Laos López

Siendo conocedoras de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario estructurado que pretendemos utilizar para determinar cómo influye el financiamiento, la formación técnica y el plan de ventas en el nivel de rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

A continuación, le presento una lista de preguntas relacionadas a cada objetivo de nuestra investigación. Lo que se le solicita es brindar sus observaciones de cada ítem con su respectivo objetivo, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el objetivo indicado que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón (X) Mujer ()
Edad:	<u>60</u> años
Profesión o especialidad:	<u>CPC-ADMINISTRADOR</u>
Años de experiencia laboral:	<u>29</u>
Firma:	

Items relacionados con objetivos	¿Es pertinente con el objetivo?		¿Necesita mejorar redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Objetivo n.º 1: Determinar si la dificultad de acceso al financiamiento es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Qué porcentaje de los ingresos destina para compras? a. 10%-20% b. 21%-30% c. 31%-50% d. +51%	X			X		X
¿Con qué tipo de proveedor trabaja Ud.? a. Nacional b. Internacional c. Ambos	X			X		X
¿Cuál de los siguientes criterios utiliza Ud. para la selección de su proveedor? a. Precio competitivo b. Recomendación c. Comentarios Positivos d. Todas las anteriores	X			X		X
¿Qué facilidad le brinda su proveedor para cumplir con sus obligaciones? a. Crédito b. Contado c. Descuentos d. Todas las anteriores	X			X		X

<p>¿Con qué frecuencia se realiza el inventario a su almacén?</p> <p>a. Mensual</p> <p>b. Trimestral</p> <p>c. Anual</p> <p>d. Nunca</p>	X			X		X
<p>¿Dispone Ud. de recursos para autofinanciar su empresa?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	X			X		X
<p>¿En algún momento Ud. ha solicitado un crédito a alguna entidad financiera?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	X			X		X
<p>¿Fue aceptado su crédito?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	X			X	X	
<p>Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuál fue el plazo al que le entregaron el crédito financiero?</p> <p>a. 1 año</p> <p>b. 2 años</p> <p>c. 3 años</p> <p>d. Mayor a 4 años</p>	X			X		X
<p>Si su respuesta anterior fue negativa, ¿Cuál fue el motivo por el que no le otorgaron el crédito?</p> <p>a. No tenía todos los documentos</p> <p>b. Falta de historial crediticio o historial negativo</p> <p>c. Tenía poco tiempo con mi negocio</p>	X			X		X

d. No me explicaron						
¿Con cuántas entidades financieras trabaja la empresa que usted dirige? a. 1 b. 2 c. 3 d. Más de 4	X			X		X
¿Con qué entidad financiera trabaja la empresa que usted dirige? a. Empresas bancarias b. Cajas municipales c. Empresas financieras d. Ed pymes	X			X		X
¿Con qué frecuencia Ud. durante el año solicita créditos? a. 1 b. 2 c. 3 d. Más de 4	X			X		X
¿Es suficiente el crédito que le otorgan? a. Si b. En algunos casos c. No	X			X		X
¿En qué invierte el crédito solicitado? a. Mercadería b. Publicidad c. Mejoras organizacionales d. Innovación tecnológica	X			X		X
¿Actualmente Ud. tiene créditos a nombre de su empresa? a. Si	X			X		X

b. No						
Respecto a la pregunta anterior: ¿Su empresa tiene dificultades para pagar el crédito que le otorgaron? a. Si b. No	X			X		X
¿Está al día en el pago de sus cuotas? a. Si b. No	X			X		X
¿Qué porcentaje de los ingresos destina como capacidad de endeudamiento? a. 0%-15% b. 16%- 30% c. 31%-50% d. +51%	X			X		X
Considera Ud. ¿Que no acceder a un crédito financiero es una limitación para incrementar la rentabilidad de su empresa? a. Si b. No	X			X		X
Objetivo n.º 2: Determinar si la falta de formación técnica es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado? a. Educación primaria b. Educación secundaria c. Educación profesional técnica d. Educación universitaria	X			X		X
¿En qué área considera usted que se debe tener						

<p>algún curso y/o asesoría técnica para lograr el incremento de la rentabilidad de su empresa?</p> <p>a. Comercial</p> <p>b. Finanzas</p> <p>c. Contabilidad</p> <p>d. Recursos humanos</p>	X			X		X
<p>¿Cuántos cursos de capacitación tuvo Ud. en los últimos dos años?</p> <p>a. Ninguno</p> <p>b. 1</p> <p>c. 2</p> <p>d. Más de 3</p>	X			X		X
<p>La iniciativa de realizar un curso de formación es:</p> <p>a. Del propio trabajador</p> <p>b. Del jefe inmediato</p> <p>c. Del dueño de la MYPE</p> <p>d. <u>Todas las anteriores</u></p>	X			X		X
<p>¿Cuál es el nivel de capacitación de su personal de trabajo?</p> <p>a. Cuentan con conocimientos básicos</p> <p>b. Están bien capacitados</p> <p>c. No cuentan con capacitación</p>	X			X		X
<p>Considera Ud. ¿Qué no contar con una formación especializada es una limitación para incrementar la rentabilidad de su empresa?</p> <p>a. Si</p>	X			X		X

b. No						
Objetivo n.º 3: Determinar si la falta de un plan de ventas es un factor que influye en el nivel de la rentabilidad de las MYPES comerciales ubicadas en el distrito de Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.						
¿Qué nivel de rentabilidad ha tenido su empresa en el último año? a. 0%-15% b. 16%-30% c. 31%-50% d. +51%	X			X		X
¿En cuánto ha incrementado el volumen de sus ventas en el último año? a. 0%-15% b. 16%-30% c. 31%-50% d. +51%	X			X		X
¿Cómo se encuentra el número de clientes de su empresa? a. Creciendo b. <u>No varía</u> c. Decreciendo	X			X		X
¿La calidad y precio de sus productos cumplen con los deseos de sus consumidores? a. Siempre b. Casi siempre c. Raramente d. Nunca	X			X		X
¿Son todos sus productos individualmente rentables? a. Si b. Algunos c. En su mayoría d. Ninguno	X			X		X

<p>¿Recibe información de manera regular sobre la rentabilidad de los diferentes productos vendidos?</p> <p>a. Siempre b. Casi siempre c. Raramente d. Nunca</p>	X			X		X
<p>¿Qué canales de ventas utiliza Ud.?</p> <p>a. Puntos físicos b. Distribuidores c. Venta directa (vendedor) d. Online (Facebook, Google Adwords, etc.)</p>	X			X		X
<p>¿Qué ventajas considera Ud. en el uso de una página web y/o red social?</p> <p>a. Presentar sus productos b. La información publicada es instantánea c. Interactuar con sus clientes d. Exposición a nivel local, nacional e internacional</p>	X			X		X
<p>¿Cuál es su <u>meta</u> respecto al incremento del volumen de ventas?</p> <p>a. Mantenerse b. Crecer en 10% c. Crecer en 20% d. Crecer más del 50%</p>	X			X		X
<p>¿Tiene definido a su cliente objetivo?</p> <p>a. Si b. No</p>	X			X		X

Para proyectar sus ventas, sus clientes se ubican en: a. Lima b. Provincias c. Ambas opciones	X			X		X
Las compras que realizan sus clientes, en su mayoría, son; a. Por menor b. Por mayor c. Ambos	X			X		X
¿Qué es lo que busca su cliente? a. Precio b. Calidad c. Cantidad d. No tengo idea	X			X		X
¿Debe ofrecer descuentos para atraer clientes? a. Si b. No c. En ocasiones	X			X		X
¿Conoce Ud. a sus principales competidores? a. Si b. No	X			X		X
¿Utiliza Ud. a sus competidores de referencia para establecer sus precios? a. Si b. No c. A veces	X			X		X
¿Los clientes de su competencia son clientes a los que podrías abordar en un futuro? a. Si b. No	X			X		X
¿Conoce Ud. lo que le hace ser diferente de la						

competencia para ganar más clientes? a. Si b. No	X			X		X
Considera Ud. ¿Que contar con un plan de ventas influye en el incremento de la rentabilidad de su empresa? a. Si b. No	X			X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!

ANEXO 4: Cuestionario – Escala de Likert

Buen día estimado (a):

Estamos trabajando en un estudio que servirá para elaborar una tesis profesional acerca de los principales factores que influyen en el nivel de la rentabilidad de las MYPE comerciales ubicadas en el Cercado de Lima y acreditadas en el REMYPE en el año 2017.

Quisiéramos pedir su ayuda para que conteste algunas preguntas que no le tomarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

Las Micro y pequeñas empresas (MYPE) que fueron seleccionadas para el estudio se eligieron al azar.

Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis profesional, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Le pedimos que conteste ese cuestionario con la mayor sinceridad posible.

INSTRUCCIONES:

Emplee un lápiz o un lapicero para responder el cuestionario.

No hay respuestas correctas o incorrectas. Simplemente reflejan su opinión personal.

Todas las preguntas tienen cinco opiniones de respuesta. Elija la que mejor describa lo que piense usted. Solamente una opción.

Marque con claridad la opción elegida con un aspa (X).

De antemano ¡Muchas gracias por su colaboración!

Las afirmaciones que voy a leer son opiniones con las que algunas personas están de acuerdo y otras en desacuerdo. Voy a pedirle que nos diga, por favor, que tan de acuerdo está usted con cada una de estas opiniones.

Cuestionamientos	Muy frecuente	Frecuente	Periódicamente	Poco frecuente	Nunca
1. Suelo destinar un porcentaje de mis ingresos para las compras.					
2. Mi empresa trabaja con proveedores nacionales.					
3. Para seleccionar a mis proveedores utilizo criterios definidos previamente.					
4. Mi proveedor me permite pagar mediante crédito para cumplir con las obligaciones de mi empresa.					
5. Suelo realizar un inventario al almacén de mi empresa.					

Cuestionamientos	Muy frecuente	Frecuente	Periódicamente	Poco frecuente	Nunca
6. La calidad de mis productos cumple con las expectativas del consumidor.					
7. El precio de mis productos es acorde con la capacidad adquisitiva del consumidor.					
8. Suelo recibir información de la rentabilidad de los productos vendidos.					
9. Todos mis productos son individualmente rentables.					
10. Tengo un plan de previsión de compras de mis productos.					
11. La rentabilidad de la empresa se mantiene en el tiempo.					
12. El volumen de ventas tiene un incremento progresivo.					
13. El número de clientes de mi empresa está creciendo.					
14. Suelo demorar en vender mis productos en stock.					
15. Tengo un plan de previsión de ventas.					
16. Dispongo de recursos para financiar mi empresa.					
17. Prefiero solicitar un préstamo a familiares o amigos antes que a una entidad financiera.					
18. En algún momento he solicitado un crédito empresarial a una entidad financiera.					
19. El crédito solicitado fue aprobado.					
20. Las entidades financieras niegan los créditos solicitados por carecer de los documentos requeridos					
21. Las empresas financieras no otorgan créditos por carecer de historial crediticio					
22. Las empresas financieras no otorgan créditos a las empresas nuevas.					
23. El crédito otorgado es a corto plazo (máximo un año).					

Cuestionamientos	Muy frecuente	Frecuente	Periódicamente	Poco frecuente	Nunca
24. El crédito otorgado es a mediano o largo plazo (más de un año).					
25. La empresa que dirijo trabaja solo con una entidad financiera.					
26. La empresa que dirijo trabaja con empresas bancarias.					
27. La empresa que dirijo trabaja con cajas municipales.					
28. La empresa que dirijo trabaja con empresas financieras.					
29. Solicito créditos de forma anual.					
30. El crédito que me otorgan es suficiente.					
31. El crédito otorgado lo invierto en mercadería.					
32. El crédito otorgado lo invierto en innovación tecnológica.					
33. El crédito otorgado lo invierto en publicidad.					
34. Actualmente tengo créditos a nombre de mi empresa.					
35. Tengo dificultades para cumplir con el pago de las cuotas del crédito otorgado.					
36. Destino más del 20% de mis ingresos para atender mi endeudamiento.					
37. Las dificultades para acceder a un crédito limitan el incremento de la rentabilidad.					
38. El nivel de estudios alcanzado es de educación profesional técnica.					
39. El nivel de estudios alcanzado es de educación universitaria.					
40. Se requiere de capacitación y/o asesoría técnica para incrementar la rentabilidad de la empresa.					
41. Se requiere conocimientos en Contabilidad y Finanzas para incrementar la rentabilidad de la empresa.					
42. He participado en algún curso de capacitación.					

Cuestionamientos	Muy frecuente	Frecuente	Periódicamente	Poco frecuente	Nunca
43. Los trabajadores tienen iniciativa para llevar cursos de formación.					
44. El personal de la empresa recibe capacitación.					
45. La falta de formación especializada limita el incremento de la rentabilidad en la empresa.					
46. El canal de venta que utilizo es una tienda física.					
47. El canal de venta que utilizo es mediante distribuidores.					
48. El canal de venta que utilizo son las redes sociales.					
49. Tengo definido a mi cliente objetivo.					
50. Mis clientes se ubican solo en Lima.					
51. Las compras que realizan mis clientes son al por mayor.					
52. Mi cliente busca mis productos por el precio.					
53. Mi cliente busca mis productos por la cantidad.					
54. Mi cliente busca los productos por la calidad.					
55. Ofrezco descuentos para atraer clientes.					
56. Conozco a mis principales competidores.					
57. Tomo como referencia a la competencia para establecer precios.					
58. Tengo previsto captar a los clientes de mi competencia.					
59. Contar con un plan de ventas influye en el incremento de la rentabilidad de mi empresa.					

¡Muchas gracias por su colaboración!