



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Palacios Sánchez, Máximo Antonio (ORCID: 0000-0001-7159-4000)

Valencia Salazar, Edward Abner (ORCID: 0000-0001-8785-8234)

ASESOR:

Mgtr. Gutiérrez Chilca, Randall Manolo (ORCID: 0000-0003-2114-3724)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

CHIMBOTE - PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedicamos el presente trabajo de investigación en primer lugar a nuestro Padre Celestial quién nos guío hacia las decisiones correctas y nos permitió seguir vivos para cumplir nuestras metas para bien y a nuestros padres quienes nos criaron como personas de bien y nos dieron más de lo que quizá merecemos para ser mejores personas.

Los autores.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por darnos la inteligencia y sabiduría necesaria para lograr este trabajo, Él es quien permite que nuestros planes se concreten.

Agradecemos a nuestros padres por apoyarnos en la decisión de estudiar una carrera universitaria y por brindarnos consejos y apoyo en todo momento, por su ejemplo y su amor, así también a nuestros demás familiares y amigos que nos brindaron apoyo y motivación, agradecemos la confianza depositada en nosotros y esperamos retribuirla en un futuro cercano.

A nuestros docentes que gracias a su instrucción académica y su experiencia en la vida nos encaminaron a poder desarrollarnos no solo de manera profesional si no también como personas de bien en la sociedad.

Los autores.

Página del Jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a).

PALACIOS SÁNCHEZ, MÁXIMO ANTONIO

cuyo título es:

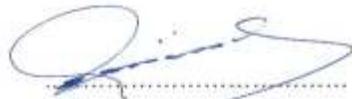
Factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por

el estudiante, otorgándole el calificativo de: 18 (Número).....

..... Dieciocho (Letras).

Chimbote 09 de Diciembre del 2019.



DR. MANUEL ANTONIO
ESPINOZA DE LA CRUZ

PRESIDENTE



MGTR. RANDALL MANOLO
GUTIERREZ CHILCA

SECRETARIO



MGTR. JUAN FRANCISCO
SALAZAR LLANOS

VOCAL

Página del Jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a).

VALENCIA SALAZAR, EDWARD ABNER

cuyo título es:

Factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *18* (Número).....
..... *Dieciocho* (Letras).

Chimbote 09 de Diciembre del 2019.



DR. MANUEL ANTONIO
ESPINOZA DE LA CRUZ

PRESIDENTE



MGTR. RANDALL MANOLO
GUTIERREZ CHILCA

SECRETARIO



MGTR. JUAN FRANCISCO
SALAZAR LLANOS

VOCAL

Declaratoria de autenticidad

Nosotros Máximo Antonio Palacios Sánchez con DNI N° 70149470 y Edward Abner Valencia Salazar con DNI N° 70127221 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaramos bajo juramento que toda la documentación que acompañamos es veraz y auténtica.

Así mismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

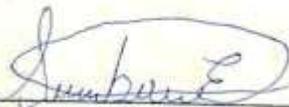
En tal sentido asumimos la responsabilidad corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chimbote, 09 de diciembre del 2019.



Máximo Antonio Palacios Sánchez

DNI: 70149470



Edward Abner Valencia Salazar

DNI: 70127221

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	vi
Índice	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	14
2.1. Tipo y diseño de investigación	14
2.2. Operacionalización de variables	14
2.3. Población, muestra y muestreo	16
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	17
2.5. Procedimiento	18
2.6. Métodos de análisis de datos	18
2.7. Aspectos éticos	19
III. RESULTADOS	20
IV. DISCUSIÓN	34
V. CONCLUSIONES	41
VI. RECOMENDACIONES	42
VII. PROPUESTA	43
REFERENCIAS	52
ANEXOS	62

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar los factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019, en donde se hizo uso de la teoría de recursos y capacidades, y la teoría económica institucional, en el cual se tomó las dimensiones características del emprendedor, los factores ligados al negocio y factores externos. La Investigación fue de corte transversal, no experimental descriptiva, enfoque mixto, con una población de 32 mypes de la zona el Progreso, se tomó dos muestras la primera, una muestra censal y la segunda por conveniencia con 6 mypes consolidadas. Para obtener la información se aplicó la técnica de la encuesta mediante el instrumento del cuestionario y la entrevista con su respectiva guía de entrevista.

Se concluyó que los factores de éxito según los empresarios encuestados en la zona el Progreso son 11, emprender por oportunidad (75%), capacidad de identificar oportunidades (90.6%), posee autonomía (87.5%), creatividad (90.6%), asume riesgos (90.6%), se siente autorrealizado (81.3%), y dentro del negocio debe existir la alineación estratégica (75%), mantener la motivación del personal (75%) y enfocarse en la calidad del producto o servicio (81.3%). Por último, enfocarse en los gustos y preferencias (93.8%), y la satisfacción de las necesidades y deseos de la demanda (96.9%). Además, tras el análisis de las entrevistas, estas proporcionaron nuevos factores como son la atención al cliente, precios accesibles, únicos en el mercado, contar con conocimiento del mercado y contar con un local propio.

Palabras clave: Factores de éxito, Mypes, Emprendedor, Factores del negocio, Factores externos.

ABSTRACT

The present research was carried out with the objective of determining the success factors of the mypes in the El Progreso area, Chimbote 2019, where the theory of resources and capabilities, and the institutional economic theory, were used, in which the characteristic dimensions of the entrepreneur, the factors linked to the business and external factors were taken. The research was cross-sectional, non-experimental descriptive, mixed approach, with a population of 32 mypes of the El Progreso area, two samples were taken the first, a census sample and the second for convenience with 6 mypes consolidated. To obtain the information, the survey technique was applied using the questionnaire tool and the interview with the interview guide.

It was concluded that the success factors according to the undertake surveyed in the El Progreso area are 11, entrepreneurship by opportunity (75%), ability to identify opportunities (90.6%), has autonomy (87.5%), creativity (90.6%), takes risks (90.6%), feels self-realized (81.3%), and within the business must exist strategic alignment (75%), maintain staff motivation (75%) and focus on product or service quality (81.3%). Finally, focus on tastes and preferences (93.8%), and satisfying the needs and desires of demand (96.9%). In addition, following the analysis of the interviews, these provided new factors such as customer service, affordable prices, unique in the market, market knowledge and own premises.

Keywords: Success factors, Mypes, Entrepreneur, Business factors, External factors.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional los factores que inciden en el éxito de las mypes son diversos y dependen en muchos casos de la globalización, la economía, la sociedad y actores políticos; pero que representan un aspecto clave para el progreso de los negocios actuales, así como también para los futuros emprendedores. Al respecto, la ONU sostiene que estas unidades de negocio simbolizan más del 90% del total de empresas, las cuales son generadores de empleo entre el 60% y el 70% y a la vez contribuyen al Producto Interior Bruto a nivel mundial con un 50% (ONU, 2018, párr. 2).

A nivel nacional por su parte, las mypes en el Perú han tenido una importante contribución al PBI peruano con una participación de alrededor del 40% del total, potenciando así el crecimiento (Marcelo y Vila, 2016, p.12). Además, las mypes son generadores de empleo con un 75% para la PEA, favoreciendo a la disminución de la pobreza y generando mayores oportunidades (La República, 2018, párr. 4). Asimismo, la integración de las MIPYMES representa el 99.5% de empresas en el Perú, dejando a las grandes empresas solo con un 0.5% (La República, 2015, párr. 5).

Por otra parte, un estudio realizado por GEM menciona que el 75% de las mypes poseen un tiempo de operaciones que fluctúa entre cero y cuarenta y dos meses, mientras que el restante 25% que excedió esta fase tomó en cuenta los factores de éxito, lo que los llevó a ser consideradas como empresas consolidadas. Asimismo, GEM y ESAN, mencionan que en el Perú hay un gran aumento de emprendimientos pero que están en la etapa temprana, con un 24.6%, donde 1 de 4 peruanos está en iniciativa o ya es el propio dueño, pero con un funcionamiento menor a 3.5 años. Con respecto a los emprendimientos establecidos que pasan los 3.5 años estas representan un 7.4% y se encuentran en una posición atrasada, lo cual refleja la existencia de dificultades para la consolidación. Además, que el 50% de mypes cierran antes de cumplir 3 años en el mercado (ESAN, 2018, párr. 2).

Por otro lado, dentro de las mypes que más han resaltado a nivel nacional, se tiene el caso de Yaqua, Super Abeja y Aqua Jailiri. Estas microempresas, así como sus respectivos

representantes fueron galardonadas, por su esfuerzo, perseverancia y compromiso a lo largo de todo su desarrollo empresarial (Comercio, 2015, párr. 1). Pero pese al crecimiento que han tenido algunas mypes, otras han contemplado inconvenientes como la informalidad. Ante dicha realidad, el presidente de Desarrollo Empresarial, sostiene los siguientes factores para lograr el éxito: Definir el concepto de negocio que desarrollaran, cumplir con los requisitos legales y la formalidad. Asimismo, mantenerse actualizado, capacitado y tener una visión estratégica que en consecuencia contribuirá a lograr el éxito (Correo, 2015, párr. 3).

Con respecto, a la ciudad de Chimbote la economía es potenciada principalmente por el sector extractivo como la minería, pesca y las mypes, que en los últimos años han venido desarrollándose rápidamente. Sin embargo, estas se han visto afectadas principalmente por la falta de capacitación, desconocimiento en temas legales y tributarios ocasionando que sean recargados con multas por incumplir acciones, lo que los llevó a adquirir préstamos a entes poco confiables, llegando a pagar hasta el 400% de interés anual, pero si formalizan podrían solo pagar 10 y 140% anual (Correo, 2017, párr. 7).

Respecto a la zona el Progreso, ubicada en el distrito de Chimbote; es un área comercial que se caracteriza por albergar a gran cantidad de micros y pequeños empresarios, cuyos rubros principales son el comercio y los servicios. En esta zona, parte de los microempresarios inician el negocio para cubrir necesidades, lo que ocasiona que muchas veces no se administren los ingresos de manera adecuada y se gaste sin control. Por tanto, no se pueden ver cambios progresivos y siempre seguirán siendo pequeños hasta que los gastos lleguen a reducirse, que por lo general hasta este tiempo ya dejan de existir o son desplazados por la competencia. Asimismo, existe una gran indiferencia y retención al cambio, lo que les impide seguir creciendo y lograr el éxito deseado.

En esta zona existen muchas mypes que se ven perjudicadas por factores como la dificultad para acceder a créditos bancarios, las excesivas tasas de interés, las fluctuaciones económicas, las regulaciones gubernamentales, limitaciones de expansión en el mercado, los nuevos competidores, así como internamente la falta de una buena capacitación por parte de los dueños de las mypes y el mal uso de los recursos, se han convertido en su conjunto en

una gran barrera que los impide desarrollarse efectivamente y ser mucho más competitivos, por lo que determinar los factores de éxito es un aspecto clave para que puedan lograr el éxito deseado.

Pero, algunas unidades de negocio han logrado consolidarse en el mercado a diferencia de las mencionadas anteriormente, ante ello se plantea las siguientes preguntas: ¿Por qué algunas empresas están consolidadas y otras han fracasado?, ¿Cuáles son los factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote? por tanto, tras evidenciar el rápido cierre de las mypes a muy temprana edad, según las estadísticas mencionadas y la consolidación solo de algunos negocios; la investigación trata de reducir estas estadísticas mostrando los factores más relevantes para el éxito de las mypes.

Al respecto, se han tomado antecedentes correspondientes al ámbito internacional, teniendo la investigación realizada por Osorio y Pacheco (2017), en su tesis de licenciado realizado en Ocaña, Colombia, planteó como objetivo general determinar la importancia de los colaboradores y su relación con los factores claves de éxito en las pequeñas empresas de Ocaña y el tipo de investigación fue de enfoque descriptivo. Se trabajó con una muestra de 355 empresas de diferente objeto y razón social. Concluyó que los factores para el éxito de una organización son la ubicación, la marca, la imagen corporativa, la experiencia, trayectoria en el mercado para lograr credibilidad y reconocimiento. Además, gestionar los procesos, ofrecer al cliente productos y servicios más baratos, pero de calidad, excelente atención, innovación y creatividad.

Según Neira (2015), en su tesis de maestría, estudio aplicado en pymes de Cuenca, Ecuador, planteó como objetivo general determinar los factores internos y externos que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos. Estudio descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo. Se tomó una muestra de 20 empresas y se aplicó la entrevista. Concluyó como factor del éxito la constancia y perseverancia. Además, que no retroceden frente a los obstáculos, ni aceptan un no por respuesta ante un sin número de dificultades, por lo que se ha identificado esta característica como la de mayor peso entre las unidades de análisis. Con

respecto a los factores de fracaso se identificaron la escasa capacitación, el desconocimiento del negocio propio y conformismo.

Asimismo, Bautista (2013), en su tesis de maestría se planteó el objetivo principal de identificar los factores que influyen en el éxito de las microempresas. La investigación fue exploratoria – explicativo. Se tomó una muestra de 960 microempresarios de la ciudad de Arauca, Colombia. Concluyó que los más importantes en el éxito son: La relación con los clientes, motivación, gestión del conocimiento, estrategia, estructura, rivalidad de las empresas y la competencia local y externa, fueron factores relevantes para contribuir a la competitividad y el éxito del sector. Por otra parte, los encuestados no dieron importancia al Gobierno debido que no ha habido acciones o apoyo.

En España, para Rubio y Aragón (2005), en su artículo científico de las pymes industriales. Trató de conocer cuáles son los principales factores de dirección y gestión que se relacionan con el éxito competitivo de las pequeñas y medianas empresas con una muestra de 1.201 pymes. Concluyó que son de gran importancia para el éxito, una adecuada dirección de recursos humanos, la innovación, recursos tecnológicos, financieros y flexibilidad de la estructura.

En Colombia, Franco y Urbano (2010), en su artículo científico el éxito de las pymes, estudio comparativo de casos múltiples de empresas. Concluyó que los recursos estratégicos para el éxito empresarial son: Los recursos humanos, especialmente la experiencia previa y formación del área administrativa; recursos intangibles como buen nombre comercial que impacte en el cliente y proveedores; manejo de tecnología. En cuanto a los rasgos psicológicos y destrezas de los empresarios estas fueron las más comunes, la confianza, vitalidad y entusiasmo, visión de futuro e iniciativa, las habilidades de comunicación y de manejo de relaciones personales. En el aspecto organizacional, el manejo excelente de las relaciones con el cliente y proveedores, enfocado en la calidad del producto y servicio, conocimiento del cliente y producto, por último, capacitaciones constantes.

En República Dominicana, Aristy (2012), en su artículo científico determinantes del éxito de las pymes. Se tomó una muestra de 254 pymes con el objetivo de identificar los factores de éxito. Concluyó que dentro de los aspectos determinantes están los modos de adquisición de los recursos durante la iniciación de la empresa, la edad temprana y nivel de conocimiento del dueño respecto a gestión; enfoque hacia el mercado y los consumidores; la preparación y formación de los colaboradores; el financiamiento y la visión del entorno a escala macroeconómica. Asimismo, se demostró que las políticas de apoyo estatales no son relevantes en cuanto al logro del éxito.

En el ámbito nacional teniendo la investigación realizada por Vílchez (2018), en su tesis de licenciado expuso como objetivo identificar los factores determinantes que contribuyen en el éxito de los emprendedores y fue un estudio cualitativo y cuantitativo. Se trabajó con una muestra de 385 emprendedores de Lima, Perú. Concluyó que la edad, nivel de estudio, género e inversión promedio son las variables de éxito sobre emprendimiento en Lima Metropolitana. Pero, la influencia del gobierno no fue significativa para el estudio.

De igual manera, en Perú, Rocca, García y Gómez (2016), en su artículo científico factores determinantes del éxito, estuvo conformada por una muestra de 94 empresas, con más de cinco trabajadores. Concluyó que las empresas exitosas al contar con mejores sistemas de control de gestión, tecnologías en los procesos, poniendo énfasis en la calidad de sus productos o servicios y aplicando métodos de gestión de recursos humanos más modernos contribuyen al éxito. Asimismo, la experiencia de los gerentes y el tamaño de la mipyme lo complementan. Por tanto, contar con estos antecedentes nos proporciona la base y argumentos sólidos sobre la variable de estudio.

Por otro lado, dentro de las teorías relacionadas con la presente investigación se tiene al emprendedor quien da el primer paso para la creación del negocio y su respectivo crecimiento y éxito en el tiempo. Según Ibáñez (como se citó en Alcaez, 2011, p.2), señala que el emprendedor es un individuo que está dentro de la economía, donde sus destrezas son novedosas y es una persona que sale de las rutinas y prácticas que la mayoría realiza. Asimismo, Kuriloff y Hemphill (como se citó en Alcaez 2011, p.5), señalan que el

emprendedor tiene necesidades de afiliación, poder y logro, y se identifican por su capacidad para inventar algo fuera de lo común, mejor dicho, algo diferente o innovar destacando sus cualidades. Además, se puede ver desde diferentes puntos de vista, donde para un economista el emprendedor es un recurso, trabajo, materiales, mientras que para un psicólogo es una persona que surge por necesidad de conseguir algo o tal vez porque se cansó de estar bajo el mando de un superior. Para un hombre de negocios, lo visualiza como un fuerte competidor entrante o un socio estratégico, en tanto que para un filósofo capitalista este representa un gestor de riqueza para otros individuos (Vesper, 1982, p. 2).

Asimismo, en el trabajo de investigación es importante conocer las diferencias que existe entre emprendedor y empresario. Por tanto, para Pereira (2003, p.12), la diferencia es que el emprendedor está en constante innovación. Mientras que el empresario es la persona que está al mando de una empresa o de alguna negociación en la que interviene junto con otras personas, en la cual pone los fondos que se necesitan para llevarse a cabo, y quien es responsable por las ganancias o pérdidas que se puedan tener (Kirchner, 1997, p. 66). Por tanto, tras la revisión de los autores un emprendedor es un individuo que realiza cosas distintas, está en constante innovación y que presenta necesidades mientras que un empresario es el que toma las decisiones y asume toda la responsabilidad.

Además, es preciso tener claro cuándo se considera una mype, que requisitos y características debe cumplir. Por ello el Estado Peruano (2019, párr. 1), menciona que “la mype es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”. Asimismo, en el artículo 3 de la Ley 28015, “por el número de trabajadores, la microempresa abarca de uno hasta diez trabajadores y la pequeña empresa desde uno hasta cincuenta trabajadores. Por el nivel de ventas anuales: Las microempresas hasta el monto máximo de 150 UIT y la pequeña empresa a partir del monto máximo señalado hasta 1700 UIT”.

Pero también es preciso conocer las definiciones de éxito para que se pueda tener claro cuando se considera una mype de éxito. Para Cáliz et al. (2016, p. 4), el éxito empresarial es

la capacidad que tienen las empresas para alcanzar, perdurar y acrecentar su buen posicionamiento en el mercado, adquiriendo un buen flujo económico en comparación con sus demás competidores. Según Gonzales et al. (2016, p. 14), la forma de alcanzar el éxito empresarial depende de una serie de factores que varían según las necesidades y la posición en que estas se encuentren. Al respecto, Miralles (2013, p. 14), sostiene que las empresas solo podrán ser exitosas si mantienen de manera coordinada el aspecto organizativo, la dirección de los recursos humanos, las estrategias y relación con el entorno a fin de cumplir con los objetivos y pueden alcanzar así el éxito que desean.

Diversos autores consideran el éxito desde diferentes posturas, pero en esta investigación se utilizó la postura de que una mype ha alcanzado el éxito cuando esta ha logrado la consolidación, el cual es respaldado por un estudio realizado por GEM, que fue elaborado por Ruiz, et al. (2008, p. 115), los cuales consideran a las empresas consolidadas a personas implicadas en la generación de nuevos negocios ya sea como propietarios o gerentes, quienes a su vez continúan generando ingresos por más de 42 meses o 3.5 años. Al repasar la realidad problemática tanto a nivel internacional y nacional se puede apreciar el constante problema respecto al alto porcentaje de mypes que no logran pasar la valla de los años y fracasan, es por ello que en esta investigación se utilizó este enfoque para poder determinar cuándo una mype ha alcanzado el éxito.

Seguidamente los factores de éxito para Leidecker y Bruno (1984, p.23), son “características que cuando están debidamente soportadas o administradas tienen un impacto importante en el éxito de una empresa que lucha en una industria”.

Para reforzar la investigación se hizo uso de la teoría de recursos y capacidades que conforman el lineamiento base para el resultado de ventajas competitivas razonable para alcanzar el éxito. Por ello hay que tener bien claro a los recursos, que básicamente son aquellos con los que cuenta la empresa para el desarrollo de cada una de sus actividades (Franco y Urbano, 2010, p. 4). Sin embargo, estos no generan la ventaja competitiva de una empresa por si sola por lo tanto, se tiene que ver la forma de incorporar la capacidad de los recursos que domina y los procedimientos operativos que superpone, es allí donde las

capacidades por su parte, evidencian la habilidad de los emprendedores o quien esté a cargo de las organizaciones, en la búsqueda y logro de una mayor competitividad a través de la integración de capacidades internas que permitan a la organización responder ágilmente a los cambios que puedan suscitarse (Fong, 2005, p. 94). Al respecto, Amit y Schoemaker (1993, p. 327), sostienen que las capacidades están relacionadas con la utilización de los recursos a lo largo de los diversos procesos que tienen lugar dentro de la empresa con el objeto de obtener un fin establecido. Por ello, que dentro de la teoría de recursos y capacidades se identificaron a las características del emprendedor y a los factores ligados al negocio.

Para Schiffman y Kanuk (2005, p.22), mencionan que las características del emprendedor son “cualidades, atributos, rasgos, factores y hábitos que distinguen a una persona de las demás. Asimismo, McClelland (1961, p.45), realizó diferentes experimentos que le permitieron descubrir que las características de la personalidad no son obligatoriamente innatas, sino que se puede desarrollar.

Por tanto, dentro de las características del emprendedor encontramos, las particularidades de un gerente o dueño de un negocio que son relevantes en la gestión y rentabilidad de las mypes. Estudios muestran variados factores del propietario que tienen relación con el éxito empresarial. Uno de ellos es la edad que es considerada por Entrialgo (como se citó en Sánchez, 2003, p.61), como un factor que afecta el desempeño de la función emprendedora pues algunas aptitudes como la capacidad de aprender, capacidad de análisis y memoria parecen disminuir con la edad, también menciona que los jóvenes tienen o han tenido una formación más reciente. De igual manera Ronstadt (como se citó en Sánchez 2003, p.61), menciona que no hay una edad ideal para empezar a emprender, aunque es preferible comenzar temprano, una de las razones es que cuando uno está en una edad temprana es más fácil dejar un puesto de trabajo e iniciarse como emprendedor, pues es más difícil asumir las cargas familiares y las necesidades financieras que cuando se es mayor.

Con respecto a los factores desencadenantes suelen provenir de distintos ámbitos como son el trabajo, la situación familiar, la necesidad de logro, el deseo de independizarse, como también deciden emprender al ver una oportunidad de mercado que les genera más

posibilidades de alcanzar el éxito empresarial, todo esto influye en el comportamiento que se vaya a tener y en la dirección que seguirá el emprendedor (Sánchez, 2003, p.48; Moriano, Palací y Morales, 2005, p.64).

Otro punto es la educación y ocupación anterior en conjunto con el desempeño empresarial y el nivel de experiencia de los emprendedores, que son primordiales para alcanzar el éxito. Además, los emprendedores de éxito tienen como característica fundamental la capacidad para poder identificar oportunidades donde el punto clave es la habilidad para poder percibir lo que otros no perciben, por ejemplo, hay personas que no se encuentran completamente satisfechas, hay nichos de mercado que aún no han sido descubiertos o que no se sabe de su existencia y no están siendo atendidos. Por tanto, la capacidad para poder identificar oportunidades es esencial tanto para iniciar un emprendimiento como para hacer crecer el negocio y el estar dispuestos a tomar riesgos (Bruderl, Preisendorfer y Ziegles, 1992, p. 4; Wennekers, Acs y Szerb, como se citó en Jolonch y Ferreira, 2015, párr. 20; Carvajal et al., Engaña y Esc, Domínguez, et al., como se citó en Sánchez, 2003, p.68; Peterson, Kozmetsky y Ridgway, 1983, p. 4; Alcaez, 2011, p.5; Moriano, et al, 2005, p.64).

El emprendedor debe tener, además, las características psicológicas necesarias para poder afrontar el camino que le depara a una persona cuando inicia un negocio, donde el no querer rendir cuentas a un jefe, ser de mente abierta para poder despertar la creatividad y así innovar. De igual manera la capacidad para poder dirigir a un equipo de trabajo, la forma en la que se desenvuelven con las personas para obtener lo que quiere y el deseo de ser alguien importante, sentir la satisfacción de haber alcanzado o cumplido una o más metas personales ayudará a no rendirse y por la tanto poder mantener su negocio, hacerlo crecer y alcanzar el éxito (Wennekers, Acs y Szerb, como se citó en Jolonch y Ferreir, 2015, párr. 20; Argyle, et al., como se citó en Sánchez, 2003, p.77, Vander, Brush y Stacey, como se citó en Alcaez, 2011, p. 4; Moriano, et al, 2005, p.64).

Por otro lado, podemos encontrar que los factores ligados a la empresa, son un conjunto de factores disponibles y susceptibles de control interno que permiten llevar a cabo cada una de las estrategias. Estos a su vez, están clasificados en tangibles comprendiendo los recursos

financieros y físicos, las características del producto, mientras que los intangibles engloban tanto el factor humano como la cultura empresarial y tecnología, la gestión de las estrategias, entre otros (Suarez y Ibarra, 2002, p. 7). Con respecto a la gestión de personas, diversos autores mencionan que los conocimientos, habilidades y actitudes de los trabajadores, así como, contar con personal competente, la adecuada selección y capacitación del personal, la motivación, son factores cada vez más importantes para las empresas porque promueve el desarrollo y éxito de la organización (Pfeffer, 1994, p.9; Crowley, 2002, p. 14; Chaves, Ramos y Figueiredo, 2011, párr.3; Bonilla, et al., 2015, p.5).

En relación a las Tic permiten que las organizaciones dispongan en menor tiempo y costo de la información necesaria para la toma de decisiones pues han permitido mejorar en aspectos como generar nuevos enlaces entre las actividades dentro y fuera de la organización, optimizando la forma en que se realizan ciertos procesos, el e-commerce y el uso de redes para poder conectarse rápidamente con los clientes (Alemna y Sam, 2006, p. 237; Shin, 2009, p. 71). Otro aspecto es la buena gestión de la empresa, la cual es vital para la sobrevivencia y el éxito, donde inicia con una buena planificación de las estrategias, seguido de un control y la alineación estratégica donde el comportamiento del colaborador sea coordinado e integrado (Raduan, Kumar y Li, 2006, p.45).

Además, en los recursos financieros, los problemas más frecuentes que confrontan las mypes es los escasos de liquidez, en esta situación se tiene que ver la opción de solicitar préstamos a las entidades bancarias o buscar financiamiento entre las personas cercanas. (Huck y Mcewen, 1991, p.90; Acar, 1993, p.86; Yusuf, 1995, p.68; Gadenne, 1998, p. 36; Warren y Hutchinson, 2000, p.86). Por otro lado, con respecto al producto o servicio, las mypes de éxito se identifican por la calidad, la imagen que genera la marca, innovación tanto en el producto o servicio, lo que da como resultado el éxito competitivo (Luck, 1996, p.68; Powell, 1996, p.323 y Viedma, 1992, p.102).

Por ello, las compañías deben tener un soporte de recursos y capacidades para alcanzar el desarrollo y éxito. Diversos autores muestran evidencias sobre la significación que

simbolizan los recursos y capacidades para el éxito y en el sustento de la ventaja competitiva (Hall, 1992, p.135; Majumdar, 1998, p.809; Bharadwaj, 2000, p.169).

Por otra parte, se utilizó la teoría económica institucional que para North (como se citó en Díaz, Urbano y Hernández, 2005, p. 2), esta teoría hace hincapié a los diversos factores presentes en la sociedad y que conducen las relaciones o comportamiento de las personas. Asimismo, hace distinción entre las instituciones formales (leyes, reglamentos) e informales (ideas, creencias y cultura de la sociedad) como determinantes claves del desempeño económico. Por su parte, Urbano, Díaz y Hernández. (2007, p. 8), sostienen que la conducta de los emprendedores se puede ver afectado por factores propios del entorno. Por tal motivo, esta teoría intenta explicar la influencia de los factores externos en el desarrollo y éxito empresarial.

Por tanto, se hizo las observaciones de las investigaciones que analizan los factores externos que intervienen en el éxito empresarial y el vínculo con las instituciones formales e informales que se aprecia en la Teoría Económica Institucional. De acuerdo con Arano, Cano y Olivera (2012), mencionan que los factores externos son todos aquellos factores a la que la empresa no puede controlar, pero tiene influencia significativa en su estratégica empresarial. Ante ello, Blázquez, Dorta y Verona, (2006, p.9), menciona que los factores externos integran tanto la demanda, las mejoras tecnológicas y el gobierno.

Con respecto a la demanda viene a ser todos los bienes o servicios que los clientes pueden adquirir para lograr su satisfacción (Mankiw, 2012, p.99), y está en función de una serie de aspectos como las decisiones del consumidor respecto al nivel de aceptación del producto disponible; las tendencias de demanda que puedan producirse en un momento dado; y por ultimo las necesidades y deseos de los clientes que motiven la adquisición de los productos ofertados bajo ciertos niveles de exigencia y selectividad cada vez más rigurosos (Blázquez, et al, 2006, p. 10).

De igual manera, la tecnología viene a ser un medio representativo cuyo impacto va a depender del propósito en las que se utilice, pues están relacionadas con aspectos como las

tecnologías emergentes, los procesos automatizados, el desarrollo de nuevos productos, equipos y/o maquinarias, los cuales tienen incidencia en una mejor competitividad, por lo tanto, las empresas que se orienten más a la tecnología tienen mayores probabilidades de éxito (Leal y Labarca, 2013, p.157; Rocca, et al, 2016, p.34; Blázquez, et al, 2006, p. 12; Rubio y Aragón, 2005, p. 18). Por último, algunos autores plantean que el gobierno cumple un papel importante en las mypes al realizar programas de apoyo para fomentar el crecimiento, brindar asistencia técnica y capacitaciones constantes, lo cual contribuye a conseguir los objetivos trazados y el éxito esperado (Barrios, Peñaloza y Ramírez, 2016, p. 67; Leal y Labarca, 2013, p.156; Aristy, 2012, p. 21; Blázquez, et al, 2006, p. 10).

Por tanto, tras la revisión de la literatura de la teoría de recursos y capacidades, y la teoría económica institucional, se identificaron las características del emprendedor, los factores ligados al negocio y factores externos que en su conjunto propician el logro del éxito empresarial. Por ello, se tomó estas tres dimensiones lo cual están respaldadas por varios autores de la literatura. Cabe mencionar que dichas teorías se han mantenido constante en el tiempo, debido a que estudios recientes se basan en estas dos teorías para poder determinar los factores de éxito (Rubio y Aragón, 2005, p. 3; Barrios, et al, 2016, p. 4; Rubio y Aragón, 2008, p. 7; Blázquez, et al, 2006, p. 4).

Tomando en consideración lo expuesto, se planteó el problema: ¿Cuáles son los factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019?

Asimismo, la relevancia de la investigación se justificó con un valor teórico, ya que contribuyó con el desarrollo de nuevos conocimientos y permitió a los futuros investigadores tener un enfoque más completo del entorno que se está abordando y para que se puedan aplicar las herramientas necesarias para lograr finalmente el éxito en las mypes. Asimismo, los factores de éxito determinadas sirvieron de base para ampliar al conocimiento que se tiene actualmente sobre esta realidad en la zona el Progreso. De igual manera, tuvo implicancias prácticas ya que actualmente el desempeño de las mypes no es favorable y las probabilidades de supervivencia es solo 8 de cada 10 que se crean, por lo tanto, los resultados derivados de

la investigación sirvieron como un medio de apoyo y fuente de información para lograr el éxito que desean, y contribuyó finalmente a reducir los problemas presentes en este sector.

Además, tuvo una gran relevancia social, puesto que por medio de la investigación se beneficiaron muchos micros y pequeños empresarios del sector el Progreso, quienes al conocer los factores de éxito claves para sus unidades de negocio pudieron aplicarlos, de tal manera mejoró los resultados en sus empresas, siendo más rentables y competitivos en el sector. Asimismo, propicio aportes significativos para el desarrollo económico y social como la generación de mayores oportunidades de empleo para la sociedad. Finalmente, contó con utilidad metodológica por que los resultados que se obtuvieron sirvieron como base sólida para futuras investigaciones que profundicen más afondo el tema de investigación, tomando en cuenta los métodos, técnicas e instrumentos utilizados en la investigación.

Por ser la investigación descriptiva y con una sola variable no se contó con hipótesis. Al respecto, Sampieri (2014, p. 116), señala que en caso de estudios descriptivos no se formulan hipótesis, dado que es difícil determinar el valor exacto en que se manifiesta sobre una variable. Además se tuvo como objetivo principal, determinar los factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019, así como objetivos específicos que van desde identificar los factores de éxito ligado a las características del emprendedor de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019; identificar los factores de éxito ligados al negocio de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019; identificar los factores de éxito externos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019 y desarrollar una propuesta de capacitación sobre los factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

No experimental

La presente investigación fue no experimental debido a que solo se trató como un objeto de estudio y no se manipuló la variable.

De corte transversal

Asimismo, fue de corte transversal porque los datos empleados solo correspondieron a un periodo de tiempo.

Nivel de investigación

Además, fue descriptiva porque buscó definir características y rasgos relevantes de un determinado grupo o población. Estuvo representado en el siguiente gráfico.

M ----- O

Donde:

M= Mypes ubicadas en la zona el Progreso, Chimbote

O= Factores de éxito

Enfoque

Por último, la investigación fue de enfoque mixto, como lo señala Guelmes y Nieto (2015), que este enfoque trata de recolectar, analizar y vincular los datos tanto cualitativos y cuantitativos para una misma investigación.

2.2. Operacionalización de variables

Variable: Factores de éxito

Tabla 1. *Matriz de operacionalización de variables*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Ítem	
Factores de Éxito	“Características que cuando están debidamente soportadas o administradas tienen un impacto importante en el éxito de una empresa que lucha en una industria” (Leidecker y Bruno, 1984, p. 23).	Los Factores de Éxito son representativos y deben tener una base sostenible, estas contemplan las características del emprendedor, los factores ligados al negocio y factores externos.	Características del emprendedor	Edad	Nominal	1	
				Factores desencadenantes	Nominal	2,3	
				Nivel de conocimiento	Nominal	4,5,6	
				Capacidad de identificar oportunidades	Nominal	7	
				Factores psicológicos	Ordinal	8,9,10,11,12,13	
				Gestión de Personas	Nominal	14,15,16,17	
				Tecnología de la Información y la comunicación	Nominal	18,19	
			Factores Ligados al Negocio	Gestión	Nominal	20,21,22	
				Recursos Financieros	Ordinal	23	
				Producto o Servicio	Ordinal	24,25	
				Factores Externos	Demanda	Ordinal	26,27,28
					Mejoras tecnológicas	Nominal	29,30
					Gobierno	Nominal	31,32,33,34

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

La población estuvo conformada por las mypes formales de la zona el Progreso, registradas en el Ministerio de Producción al 2019, siendo un total de 32 mypes. Según Mark y Workman (2003, p. 20), la población está representada por un grupo de personas u objeto donde se busca conocer datos en una investigación.

2.3.2. Muestra 1

En la investigación, en vista de que la población es pequeña se tomará toda para el estudio y esta se denomina muestra censal y se aplicó los criterios de inclusión y exclusión, por tanto, la muestra quedó con 32 mypes de la zona el Progreso, Chimbote, donde (Castro, 2003, p.69), nos dice que si la población es menor a cincuenta individuos, la población es igual a la muestra.

Criterios de inclusión:

Se tomó mypes que tengan como mínimo 4 años en la zona el Progreso

Se tomó mypes que cuenten con un mínimo de 4 trabajadores.

Criterios de exclusión:

No se tomó mypes que tengan menos de 4 años en la zona el Progreso.

No se tomó mypes que no pertenecen a la zona el Progreso.

2.3.3. Muestra 2:

Estuvo representado por 6 mypes consolidadas, los cuales fueron seleccionados aplicando un muestreo no probabilístico por conveniencia y considerando los criterios de inclusión y exclusión. Para Majid (2018, p. 1), menciona que la

muestra por conveniencia tiende a ser más disponible para el investigador dadas las características del estudio.

Criterios de inclusión:

Se tomó mypes que tengan como mínimo 4 años en la zona el Progreso

Se tomó mypes que cuenten con un mínimo de 4 trabajadores.

Criterios de exclusión:

No se tomó mypes que tengan menos de 4 años en la zona el Progreso.

No se tomó mypes que no pertenecen a la zona el Progreso

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas

Como primera técnica que se utilizó para la investigación fue la encuesta. Una encuesta es una técnica que permite la recopilación de datos, ideas y opiniones (García, 2002, p.34).

La segunda técnica que se utilizó fue la entrevista que reforzó la investigación. Para Díaz et al. (2013, p. 163), la entrevista viene a ser una comunicación fluida interpersonal que se da entre el investigador y un individuo que va ser parte de su estudio, con el objetivo de obtener respuestas sobre la problemática planteada.

2.4.2. Instrumentos

Se utilizó el cuestionario lo cual fue aplicado a las mypes de la zona el Progreso, obtenidas de la muestra 1. Según García (2002, p.40), menciona que el cuestionario viene a ser preguntas que tienen coherencia y un sentido lógico y que se expresa de manera clara y sencilla.

Asimismo, se hizo uso de la guía de entrevista la cual estuvo conformada por la muestra 2. Para Bonilla y Rodríguez (2005, p. 134), la guía de entrevista viene a ser una fuente de ayuda para el investigador tanto temático como conceptual.

2.4.3. Validez y Confiabilidad

Para la validez del instrumento se sometió a cordura de 5 expertos conocedores del tema de investigación, quienes tras analizarlo otorgaron su conformidad al instrumento.

Respecto a la confiabilidad del cuestionario se aplicó una prueba piloto a 15 mypes que tengan como mínimo 4 años en el mercado y luego se utilizó el Alfa de Cronbach y tras aplicarlo dio como resultado 0.8535 mostrando que el instrumento es confiable para poder utilizarlo.

2.5. Procedimiento

Los datos se recogieron de la muestra 1 seleccionada para el estudio, donde se recopilaron información relevante de las unidades de estudio seleccionadas. Respecto a los datos estas fueron de tipo primaria debido a que la información se recogió de forma directa. Además, se registraron los valores de características del empresario, factores ligados al negocio y factores externos, a los ítems correspondientes. Los instrumentos a considerar fueron dos, como se detalló anteriormente y se aplicó mediante la técnica de la encuesta y la entrevista a las muestras seleccionadas. Finalmente, las respuestas obtenidas previamente codificadas se transfirieron a una base de datos y se procedió para su análisis mediante el paquete estadístico IBM SPSS.

2.6. Métodos de análisis de datos

La investigación utilizó la estadística descriptiva para interpretar la variable, mediante tablas, figuras y gráficos para presentar la información recopilada. La estadística

descriptiva hace uso tanto de cuadros y gráficos de forma clara y sencilla (Macías, Keever y Novales, 2016, p.1).

2.7. Aspectos éticos

La investigación respetó los principios de originalidad y autenticidad de los datos mostrados. Con respecto a la persona, no hubo discriminación ya sea de raza, clase social o credo.

III. RESULTADOS

Objetivo general: Determinar los factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Tabla 2. Factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

FACTORES DE ÉXITO	AUTONOMÍA		CREATIVIDAD		RIESGO		EMPRENDER POR OPORTUNIDAD		CAPACIDAD DE IDENTIFICAR OPORTUNIDADES		ALINEACIÓN ESTRATÉGICA		GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LA DEMANDA	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
	SÍ	28	87.5%	29	90.6%	29	90.6%	24	75%	29	90.6%	24	75%	30
NO	4	12.5%	3	9.4%	3	9.4%	8	25%	3	9.4%	8	25%	2	6.2%
TOTAL	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1
	AUTORREALIZACIÓN		MOTIVACIÓN		SATISFACCIÓN DE NECESIDADES Y DESEOS		CALIDAD DEL PRODUCTO							
	N°	%	N°	%	N°	%			N°	%				
MUY POCAS VECES	3	9.3%												
ALGUNAS VECES	3	9.4%	8	25.0%	1	3.1%	REGULAR	6	18.8%					
CASI SIEMPRE	16	50.0%	10	31.2%	22	68.8%	BUENA	21	65.6%					
SIEMPRE	10	31.3%	14	43.8%	9	28.1%	MUY BUENA	5	15.6%					
TOTAL	32	1	32	1	32	1		32	1					

Fuente: Encuesta aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

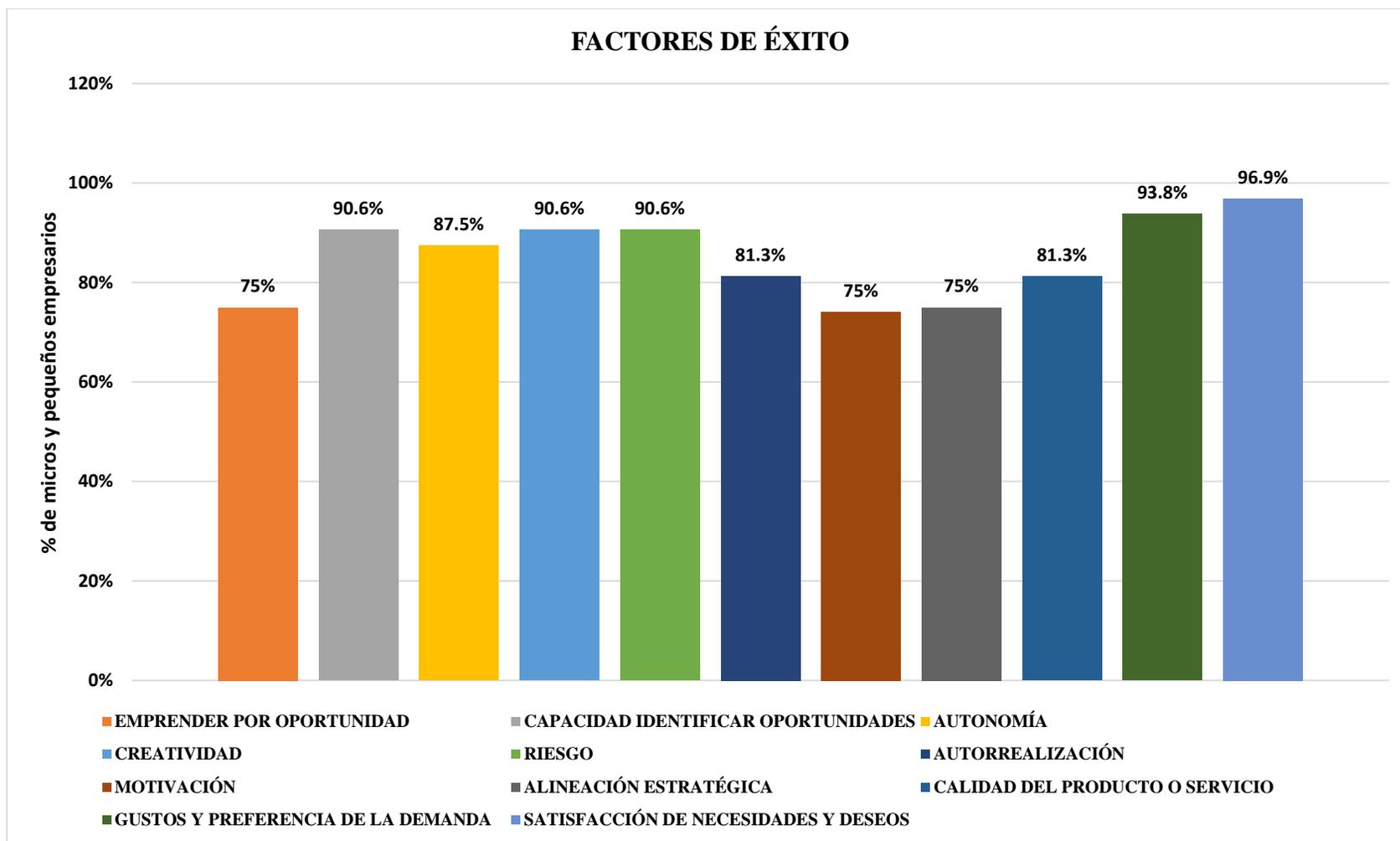


Figura 1. Factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Fuente: Tabla 2

Interpretación:

En la figura 1 se muestra los factores de éxito de las mypes en la zona El Progreso. Dentro de las características del emprendedor se obtuvo: Empezar por una oportunidad (75%), capacidad para identificar oportunidades (90.6%), autonomía (87.5%), creatividad (90,6%), riesgos (90.6%) y autorrealización (81.3%). Por otro lado, en los factores ligados al negocio se identificó: La motivación (75%), alineación estratégica (75%) y calidad del producto o servicios (81.3%). Por último, dentro de los factores externos fueron: Los gustos y preferencias de la demanda (93.8%) y la satisfacción de necesidades y deseos (96.9%). Por tanto, los factores de éxito en la zona el Progreso, Chimbote fueron 11 que permitió a estos micros y pequeños empresarios lograr el éxito y desarrollarse en el tiempo.

Objetivo específico 1: Identificar los factores de éxito ligado a las características del emprendedor de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Tabla 3. Factores de éxito ligado a las características del emprendedor de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	EDAD QUE INICIÓ LA EMPRESA				EDUCACIÓN				LIDERAZGO		NEGOCIACIÓN		AUTORREALIZACIÓN				
	N°		%		N°		%		N°	%	N°	%	N°	%			
	15 A 20 AÑOS	2	6.2%							NUNCA	2	6.2%	5	15.5%	-	-	
	21 A 30 AÑOS	15	46.9%	PRIMARIA	3	9.3%				POCAS VECES	3	9.4%	6	18.8%	3	9.3%	
	31 A 40 AÑOS	9	28.1%	SECUNDARIA	10	31.3%				ALGUNAS VECES	10	31.3%	7	21.9%	3	9.4%	
	41 A 50 AÑOS	4	12.5%	SUPERIOR TÉCNICA	10	31.3%				CASI SIEMPRE	12	37.5%	10	31.3%	16	50.0%	
	51 A MÁS	2	6.3%	SUPERIOR UNIVERSITARIA	9	28.1%				SIEMPRE	5	15.6%	4	12.5%	10	31.3%	
	TOTAL	32	1	TOTAL	32	1	TOTAL	32	1	TOTAL	32	1	32	1	32	1	
		NECESIDAD	OPORTUNIDAD	EXPERIENCIA LABORAL	EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO		CAPACIDAD DE IDENTIFICAR OPORTUNIDADES		AUTONOMÍA	CREATIVIDAD	RIESGO						
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%		
	SÍ	21	65.6%	24	75%	19	59.4%	8	25%	29	90.6%	28	87.5%	29	90.6%	29	90.6%
	NO	11	34.4%	8	25%	13	40.6%	24	75%	3	9.4%	4	12.5%	3	9.4%	3	9.4%
	TOTAL	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1

Fuente: Encuesta aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia.

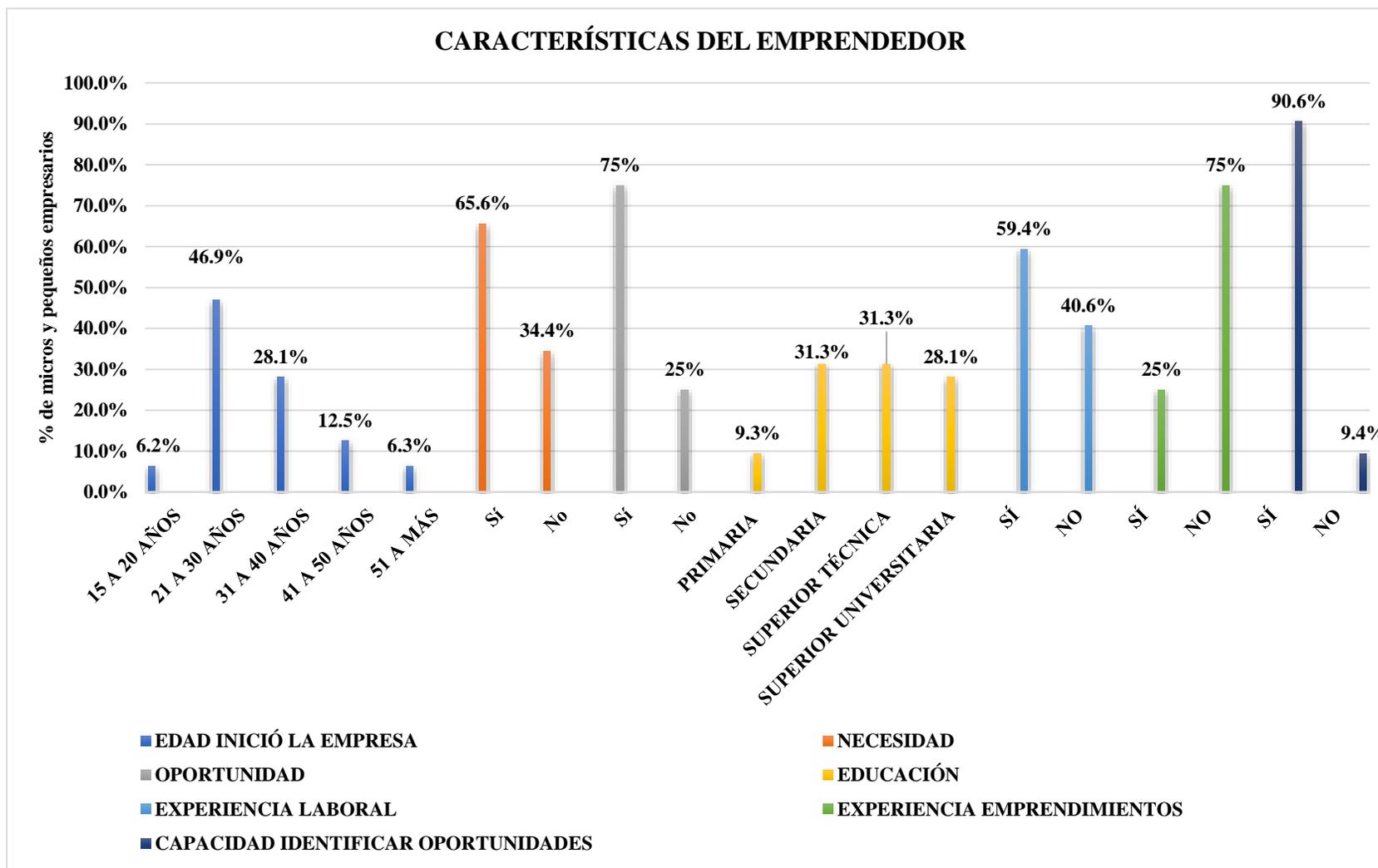


Figura 2. Factores de éxito ligado a las características del emprendedor de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Fuente: Tabla 3.

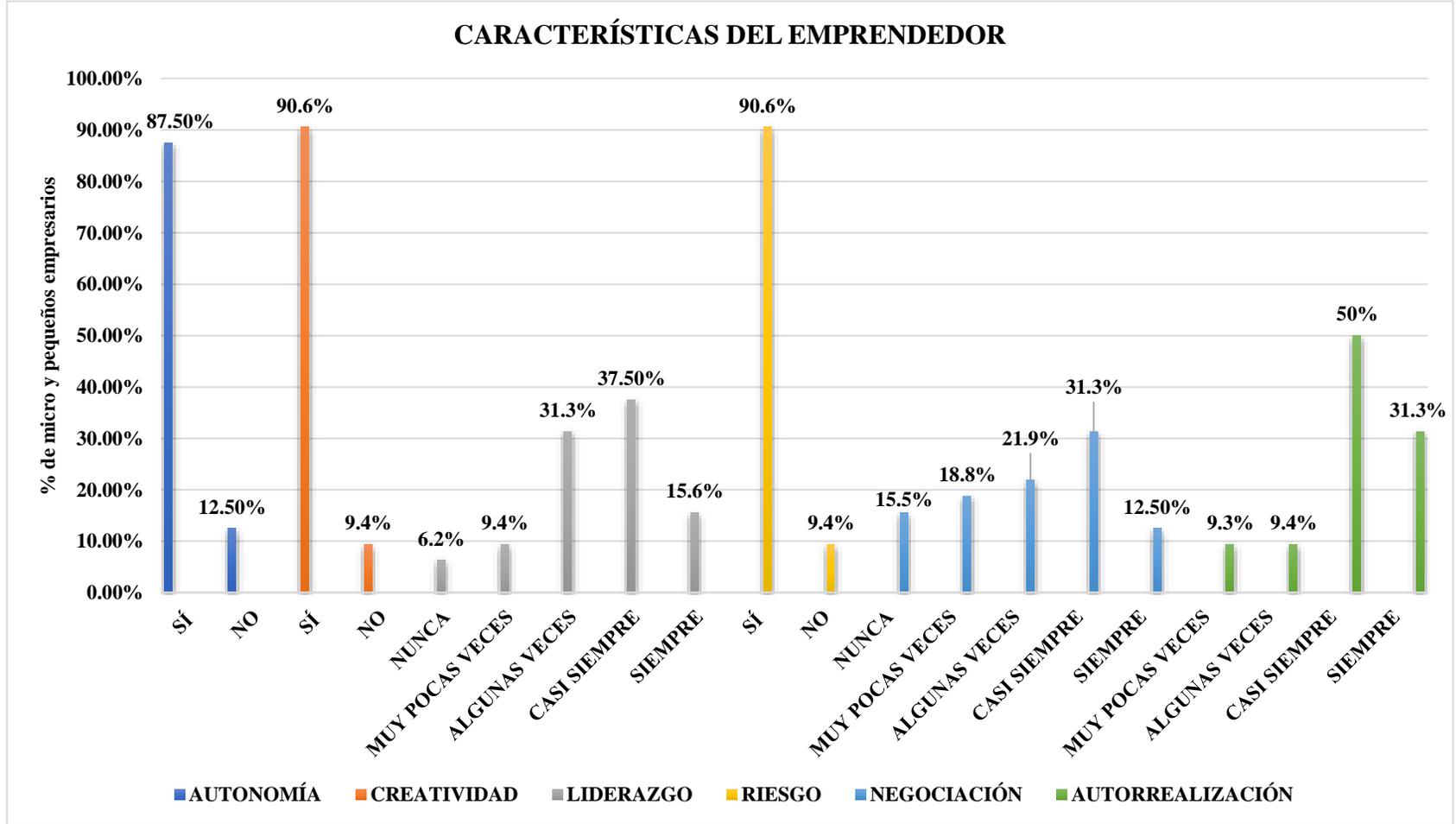


Figura 3. Factores de éxito ligado a las características del emprendedor de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Fuente: Tabla 3.

Interpretación:

En la figura 2 y 3 se identificó los factores de éxito ligado a las características del emprendedor como: La edad, donde la mayoría de los encuestados (46.9%) sostuvo que inició su emprendimiento entre los 21 a 30 años, a diferencia de otros que empezaron entre 15 a 20 años (6.2%) y de 31 a 40 años (28.1%); por otro lado, respecto a los factores desencadenantes el 65.6% de los encuestados si inició su negocio producto de una necesidad, no obstante, la oportunidad fue el factor más rescatable con un 75%. En lo que corresponde al nivel de conocimiento, se tiene en primer lugar al nivel educativo, donde el 28.1% de los encuestados contaba con estudios superiores universitarios, mientras que gran parte de los ellos contaba con educación superior técnica (31.3%) y secundaria (31.3%). En segundo lugar, un 59.4% de los encuestados tenía experiencia laboral cuando inició su negocio; por último, un 25% de los mismos había realizado anteriormente un emprendimiento, en tanto el 75% restante no tenía este tipo de experiencia. Asimismo, se evidenció que el 90.6% de los encuestados tuvo la capacidad de identificar oportunidades que le permitieron emprender. Además, dentro de los factores psicológicos gran parte de los encuestados contaron con autonomía (87.5%), creatividad (90.6%), asumir riesgo (90.6%), y casi siempre con liderazgo (37.5%), negociación (31.3%) y autorrealización con un total de casi siempre y siempre (81.3%).

Objetivo específico 2: Identificar los factores de éxito ligados al negocio de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Tabla 4. Los factores de éxito ligados al negocio de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

FACTORES LIGADOS AL NEGOCIO	PERSONAL COMPETENTE		RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN		CAPACITACIONES		HERRAMIENTAS DE CONTROL		REDES SOCIALES		PLANIFICACIÓN		CONTROL		ALINEACIÓN ESTRATÉGICA	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
	SÍ	9	28.1%	6	18.7%	10	31.2%	19	59.4%	7	21.9%	19	59.4%	19	59.4%	24
NO	23	71.9%	26	81.3%	22	68.8%	13	40.6%	25	78.1%	13	40.6%	13	40.6%	8	25%
TOTAL	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1
FACTORES LIGADOS AL NEGOCIO	MOTIVACIÓN		RECURSOS FINANCIEROS		CALIDAD		INNOVACIÓN									
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%								
	ALGUNAS VECES	8	25.0%	PROPIO	18	56.3%	REGULAR	6	18.8%	NADA INNOVADOR	1	3.1%				
			FAMILIARES	8	25.0%				POCO INNOVADOR	2	6.3%					
CASI SIEMPRE	10	31.2%	PRESTAMISTAS	1	3.1%	BUENA	21	65.6%	MODERADAMENTE INNOVADOR	13	40.6%					
			FINANCIERAS / BANCOS	5	15.6%	MUY BUENA	5	15.6%	INNOVADOR	13	40.6%					
SIEMPRE	14	43.8%						MUY INNOVADOR	3	9.4%						
TOTAL	32	1	TOTAL	32	1	TOTAL	32	1	TOTAL	32	1					

Fuente: Encuesta aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia.

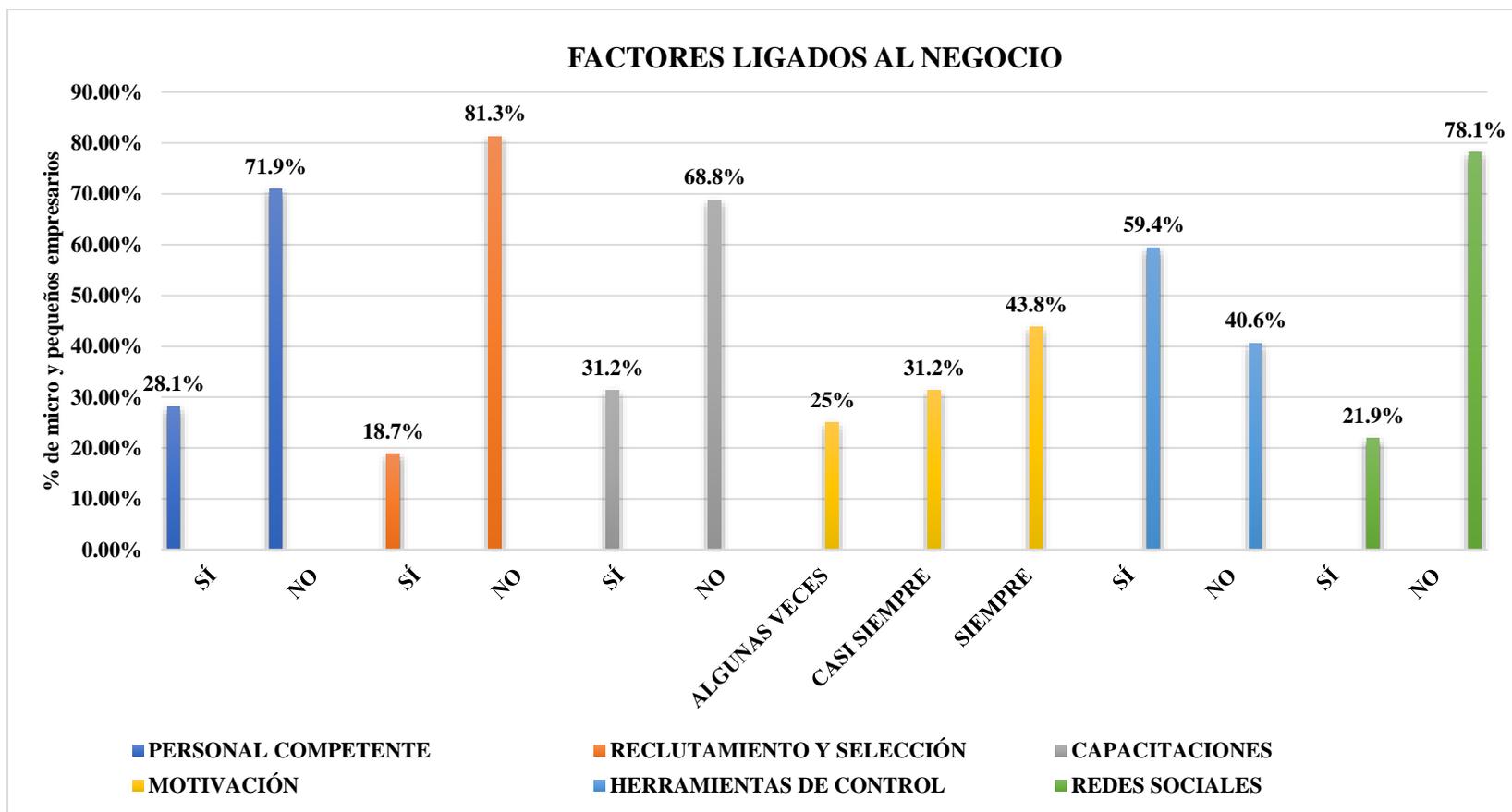


Figura 4. Los factores de éxito ligados al negocio de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Fuente: Tabla 4.

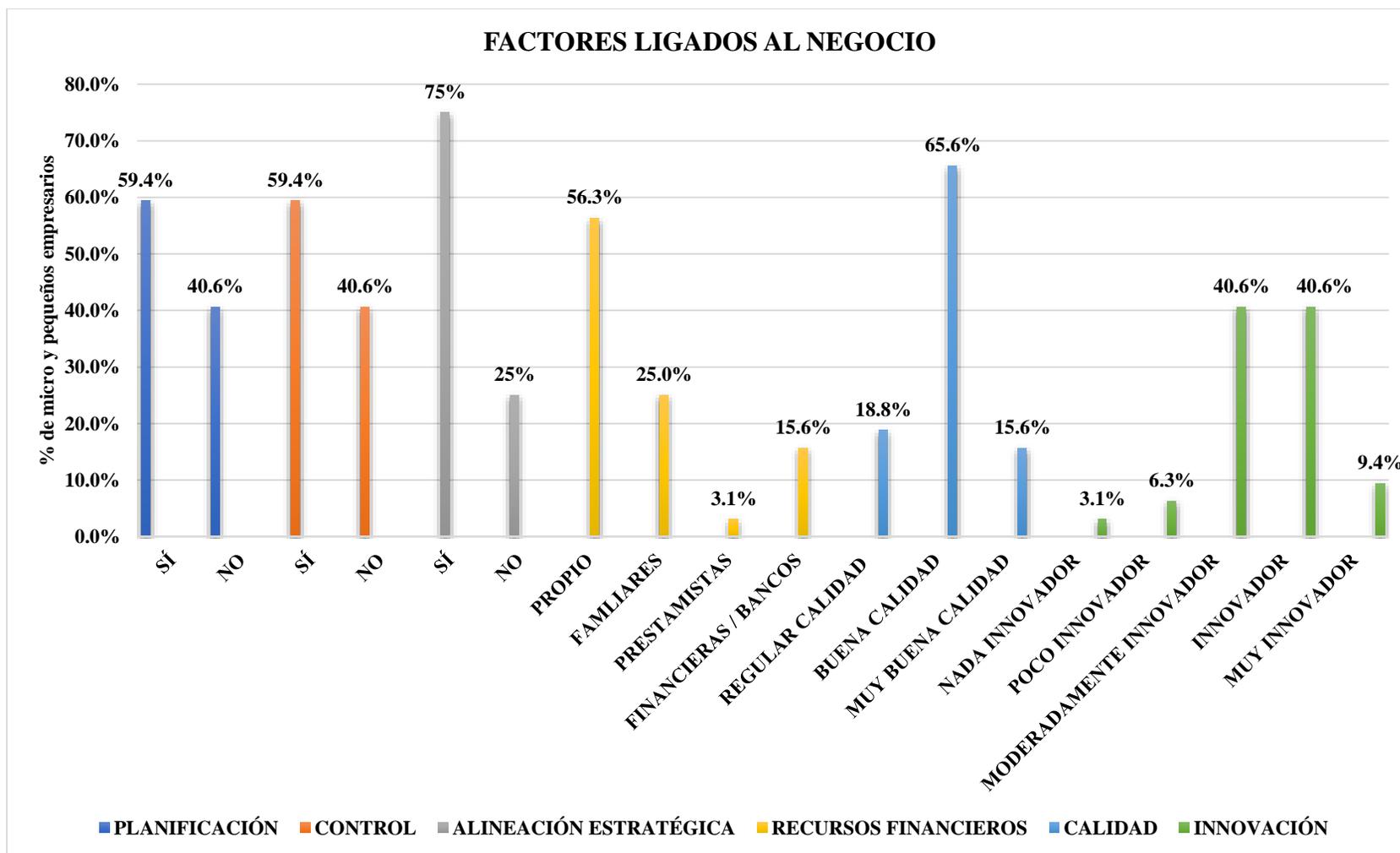


Figura 5. Los factores de éxito ligados al negocio de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Fuente: Tabla 4.

Interpretación:

En la figura 4 y 5 se identificó los factores de éxito ligado al negocio. En lo que respecta a la gestión de personas la mayoría de los encuestados (71.9 %) sostuvo que no contó con personal competente mientras que un 28.1% considero que sí. De igual manera los encuestados manifestaron que no emplearon técnicas de reclutamiento y selección (81.3%), asimismo los trabajadores no se encontraban capacitados (68.8%), sin embargo siempre y casi siempre estuvieron motivados al personal (75%). En lo que corresponde a las Tic's los encuestados manifestaron que si hicieron uso de herramientas de control (59.4%), pero no emplearon las redes sociales (78.1%) en sus negocios. Asimismo, se evidenció que si realizaron planificación (59.4%), establecieron sistemas control (59.4%), y mantuvieron una alineación estratégica (75%). En lo que respecta a los recursos financieros gran parte de los encuestados inició con recursos propios (56.3%) a diferencia del restante (43.7%) que incluye familiares, prestamistas y bancos. Por último, en relación al producto y servicio los encuestados se enfocaron en proporcionar productos de buena y muy buena calidad (81.3%) y moderadamente innovadores e innovadores (40.6%).

Objetivo específico 3: Identificar los factores de éxito externos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Tabla 5. Los factores de éxito externos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

FACTORES EXTERNOS	GUSTOS Y PREFERENCIAS		AUTOMATIZACIÓN		EQUIPOS Y MAQUINARIAS		PROGRAMAS DE APOYO		ASISTENCIA TÉCNICA		CAPACITACIONES		INCENTIVOS FISCALES	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
	SÍ	30	93.8%	12	37.5%	13	40.6%	2	6.2%	0	-	3	9.4%	-
NO	2	6.2%	20	62.5%	19	59.4%	30	93.8%	32	100%	29	90.6%	32	100%
TOTAL	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1	32	1
VOLUMEN DE VENTAS		N°	%				N°	%						
	MUY BAJO	1	3.1%			ALGUNAS VECES	1	3.1%						
	BAJO	5	15.6%											
	REGULAR	18	56.3%		SATISFACCIÓN, NECESIDADES Y DESEOS	CASI SIEMPRE	22	68.8%						
	ALTO	7	21.9%											
MUY ALTO	1	3.1%			SIEMPRE	9	28.1%							
TOTAL	32	1					32	1						

Fuente: Encuesta aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia.

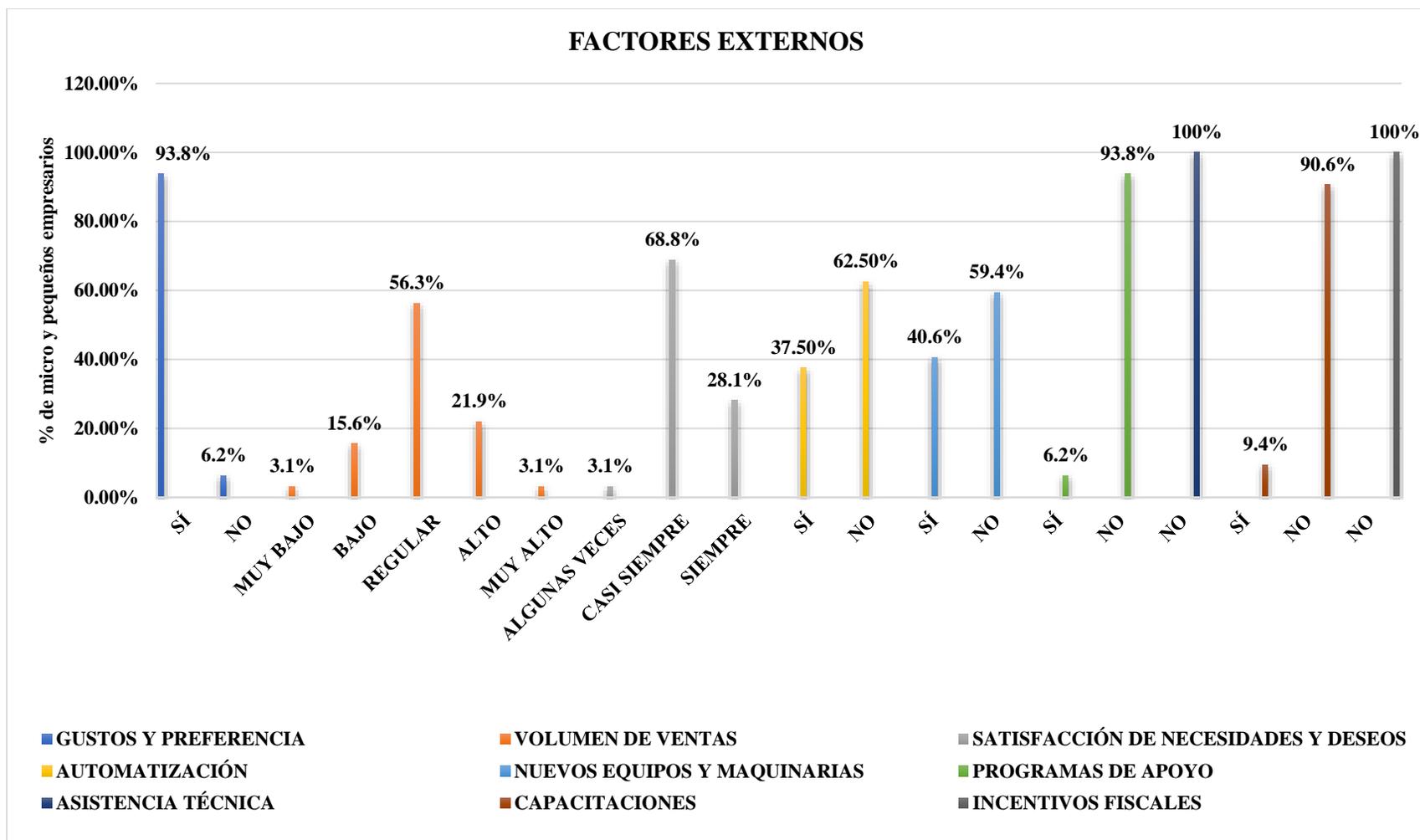


Figura 6. Factores de éxito externos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.

Fuente: Tabla 5.

Interpretación:

En la figura 6 se identificó los factores externos de éxito. En lo que respecta a la demanda la mayoría de los encuestados (93.8%) sostuvo que tuvo en cuenta las tendencias de gustos y preferencias, además que un 56.3% tuvieron regular índice de venta desde sus inicios y solo una minoría obtuvo muy altos índices de venta (3.1%), además que casi siempre satisfacían las necesidades y deseos de sus clientes (68.8%) y siempre (28.1%). En lo que corresponde a las mejoras tecnológicas el 62.5% no automatizaron sus procesos en el desarrollo de sus negocios, así como no implementaron nuevos equipos y maquinarias (59.4%). Por último, respecto al gobierno los encuestados no formaron parte de los programas de apoyo por el gobierno (93.8%), tampoco no recibieron asistencia técnica (100%) ni capacitaciones (90.6%) e incentivos fiscales (100%).

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación estuvo enfocada en determinar los factores de éxito, para ello se analizó cada uno de los indicadores y sus respectivas dimensiones, considerando a los empresarios exitosos que hayan cumplido los 4 años o sobrepasado. Según el análisis dentro de los factores ligados a las características del emprendedor se determinó los factores de éxito, el emprender por oportunidad (75%), y se refuerza en las entrevistas donde mencionaron que iniciaron al ver necesidades no satisfechas, carencia de productos y por tener conocimiento del negocio pues conocían el movimiento del mercado y productos, por tanto, al implementarlo fue punto clave para tener ventas altas.

Este factor de éxito corresponde con Sánchez (2003, p.48) y Moriano, Palací y Morales (2005, p.64), quienes mencionan que las personas que deciden emprender al ver una oportunidad de mercado les genera más posibilidades de alcanzar el éxito empresarial, debido a que ubica una necesidad insatisfecha, la aborda y aprovecha, a diferencia de cuando emprenden por necesidad que no siempre se presenta con la mayor oportunidad a triunfar, debido a que ponen en marcha una idea de negocio rápidamente, muchas veces debido a la falta de opciones, escasez de trabajo y está orientado a la generación de ingresos en poco tiempo, donde no siempre está presente un estudio para entender el mercado y posibles clientes. Pero esto refuta con la tesis de Neira (2015), porque no se consideró como un factor de éxito en su investigación, a pesar de que el factor emprender por oportunidades estuvo dentro de las teorías, se asemejo a la investigación realizada, pero en sus resultados no se consideró.

Del mismo modo, la capacidad de identificar oportunidades (90.6%), es un factor de éxito y se llegó a profundizar por medio de las entrevistas en la que los micros y pequeños empresarios manifestaron que contaron con un local propio el cual pudieron aprovechar y evitar el alquiler, contaban con ahorros los cuales usaron para iniciar su negocio, también aprovecharon que eran reconocidos en la zona para poder tener ventas altas, este factor de éxito encaja con Bruderl, Preisendorfer y Ziegles (1992, p. 4), Wennekers, Acs y Szerb, (como se citó en Jolonch y Ferreira, 2015, párr. 20), Carvajal et al., Engaña y Esc, Domínguez, et al., (como se citó en Sánchez, 2003, p.68), Peterson, Kozmetsky y Ridgway, (1983, p. 4), Alcaez (2011, p.5) y

Moriano, et al, (2005, p.64), los cuales respaldan que el punto clave es la habilidad para poder percibir lo que otros no perciben, debido a que hay clientes que no se encuentran completamente satisfechos, hay nichos de mercado que aún no han sido descubiertos y no están siendo atendidos. Pero no concuerda con la tesis de Vílchez (2018), a pesar de tener el mismo enfoque ser de la realidad peruana, no se consideró como un factor de éxito en sus resultados, debido a que las teorías utilizadas fueron diferente por tanto no se pudo evidenciar en sus resultados y conclusiones. Pero en esta investigación la capacidad para poder identificar oportunidades es esencial tanto para iniciar un emprendimiento como para hacer crecer el negocio, sin embargo, no basta con identificar una oportunidad, pues se debe realizar esfuerzos gerenciales y organizacionales para tratar de aprovecharlas.

Dentro de los factores psicológicos de éxito podemos encontrar a la autonomía (87.5%), que según los entrevistados manifestaron que el motivo por el que decidieron poner un negocio fue para independizarse y tomar sus propias decisiones, pasar más tiempo con la familia pues al tener su propio negocio uno es su propio jefe y el tiempo que le dedica depende de cada uno, a diferencia de las empresa privadas o públicas que establece horarios, también porque no encontraron un trabajo que se adapte a sus necesidades. Además, la creatividad es un factor de éxito (90.6%), y se evidenció en las entrevistas que la creatividad influyó en satisfacer las necesidades del cliente, pero muchas veces a los precios bajos, con variedad de productos, buena calidad, la atención al cliente y la accesibilidad del producto.

Asimismo, asumir riesgos te garantiza el éxito (90.6%), y esto lo manifestaron los entrevistados que asumieron riesgos de cambio de temporada lo cual podía generar un sobre stock, el riesgo que más resaltó fue la inseguridad ciudadana pues hay un miedo que en cualquier momento pueda llegar alguien y amenazarles para que entreguen el dinero, hasta incluso los trabajadores pueden ser los que terminen robando en el negocio, también la variación de la demanda y quebrar por un mal manejo del negocio. Por último, la autorrealización es un factor de éxito (81.3%), y esto lo refuerzan los entrevistados que sentían una satisfacción por sus objetivos alcanzados, el venir de una familia de negocios y que también pudieran sacar su propio negocio adelante es un gran logro.

Los factores psicológicos mencionados anteriormente concuerdan con Wennekers, Acs y Szerb (como se citó en Jolonch y Ferreir, 2015, párr. 20), Argyle, et al. (como se citó en Sánchez, 2003, p.77), Vander, Brush y Stacey, (como se citó en Alcarez 2011, p. 4) y Moriano, et al (2005, p.64), quienes indican que las características psicológicas son necesarias para poder afrontar el camino que le depara a una persona cuando inicia un negocio, donde el no querer rendir cuentas a un jefe, ser de mente abierta para poder tener creatividad y así innovar, la capacidad para poder dirigir a un equipo de trabajo, la forma en la que se desenvuelven con las personas para obtener lo que quieren y el deseo de ser alguien importante, sentir la satisfacción de haber alcanzado o cumplido una o más metas personales ayudará a no rendirse y por la tanto poder mantener su negocio y hacerlo crecer.

La autorrealización se consideró como un posible factor de éxito debido a la teoría mencionada anteriormente, a pesar de no ser considerada en los trabajos previos, sin embargo, en la investigación fue determinada como un factor de éxito. Con respecto al factor de éxito creatividad concuerda con Osorio y Pacheco (2017), en su tesis de licenciado que la creatividad es un factor para el éxito de una organización. Asimismo, el factor de éxito autonomía concuerda con los resultados de Bautista (2013), en su tesis de maestría en la cual el motivo de mayor representatividad para iniciar un negocio fue la idea de independizarse, sin embargo, este resultado no estuvo considerado dentro de la relación de los factores de éxito, sino como característica del emprendedor. Además, el factor de éxito asumir riesgos formó parte del marco teórico de los trabajos previos usados en esta investigación como es el caso del artículo de Franco y Urbano (2010) quienes usaron las mismas teorías que nosotros, sin embargo, no fue considerado como un posible factor de éxito en ninguna investigación, aun así, se decidió ponerlo en base a la teoría revisada y fue determinado como un factor de éxito de nuestra investigación.

Dentro de los factores ligados al negocio se pudo determinar que la motivación del personal es un factor de éxito con un 75%, con respecto a los entrevistados ellos motivaron a su personal mediante la enseñanza de cómo se realizaba cada tarea, estaban atentos y ayudaban en cualquier duda que tengan los trabajadores, también les daban incentivos económicos de acuerdo a las metas alcanzadas, todo con el fin de que pueda haber un ambiente de confianza, que haya

armonía dentro del negocio para que esto se puede ver reflejado al momento que llegue un cliente, este factor de éxito se asemeja en parte con diversos autores que mencionan que los conocimientos, habilidades y actitudes de los trabajadores, así como, contar con personal competente, la adecuada selección y capacitación del personal, la motivación, son factores cada vez más importantes para las empresas debido a que promueve el desarrollo de la organización (Pfeffer, 1994, p.9; Crowley, 2002, p. 14; Chaves, Ramos y Figueiredo, 2011, párr.3; Bonilla, et al., 2015, p.5).

A la vez concuerda con el artículo científico de Rubio y Aragón (2005) quienes concluyeron que una adecuada dirección de recursos humanos es de gran importancia para el éxito, pues se debe retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

Otro factor de éxito que se determinó es que el 75% de los encuestados si mantuvieron una alineación estratégica en sus mypes. Asimismo, a través de la entrevista realizada se pudo constatar que algunos de los microempresarios si tenían establecido metas y visiones futuras para sus negocios, así como, una cultura basada en valores como la calidad de servicio, respeto y amabilidad; los cuales se convirtieron en aspectos que contribuyeron con el éxito de estos negocios lo cual guarda relación con Raduan, Kumar y Li (2006, p.45), quienes sostienen que la buena gestión de la empresa es vital para la sobrevivencia y el éxito, donde inicia con una buena planificación de las estrategias, seguido de un control y la alineación estratégica. Pero este factor refuta con la tesis de Bautista (2013), debido a que en su investigación no se consideró un factor de éxito pesar que estuvo dentro de su instrumento, pero tras la aplicación los resultados no evidenciaron la alineación estratégica. De igual manera concuerda con Rocca, García y Gómez (2016), en su artículo científico que menciona este factor en sus teorías, sin embargo, no se consideró en sus dimensiones por tanto no se pudo medir este factor, pero en el caso de esta investigación en la zona el Progreso, si se consideró en las teorías y dimensiones y fue un factor de éxito.

Igualmente, la calidad de producto o servicio (81.3%) fue también otro factor de éxito ya que, de acuerdo a las entrevistas, los micros y pequeños empresarios se enfocaron desde sus inicios

en ofrecer productos y servicios de buena calidad y a precios accesibles para sus clientes, y ello concuerda con la tesis de Osorio y Pacheco (2017), con el artículo de Franco y Urbano (2010) realizados en Colombia y de Rocca, García y Gómez (2016), realizado en Perú, quienes mencionaron que ofrecer un producto de calidad es un factor de éxito. Asimismo, Luck (1996, p.68), Powell (1996, p.323) y Viedma (1992, p.102) mencionan, que las mypes de éxito se identifican por la calidad tanto en el producto o servicio, la imagen que genera la marca, además que fomentan la innovación al producto, lo que da como resultado el éxito competitivo. Ante ello, se evidencia que independientemente del tamaño de la empresa o lugar donde se ubique el negocio, el nivel de calidad de los productos es un factor importante y relevante para el éxito, sin embargo, la imagen de la marca e innovación no estuvo presente en esta realidad, debido a que estuvieron más enfocados en lo que cliente requiere y no tomaron en consideración otras variables.

Por último, en los factores de éxito externo la demanda fue determinada como un factor de éxito; la cual estuvo comprendida por los gustos y preferencias de los clientes (93.8%), y la satisfacción de necesidades y deseos (96.9%), aspectos donde según los entrevistados se cumplió con mantener precios accesibles, nuevos productos, disponibilidad, calidad, modas y variedad de los mismos, concordando a su vez con Mankiw (2012, p.99), que menciona que la demanda viene a ser todos los bienes o servicios que los clientes pueden adquirir para lograr su satisfacción y está en función de aspectos como las decisiones del consumidor; las tendencias de demanda; y por ultimo las necesidades y deseos de los clientes que motiven la adquisición de los productos ofertados, bajo ciertos niveles de exigencia y selectividad cada vez más rigurosos (Blázquez, et al, 2006, p. 10).

De igual manera concuerda con el artículo de Franco y Urbano (2010) y Aristy (2012), quienes sostienen que el éxito empresarial comprende el conocimiento del cliente, producto y enfoque hacia el mercado. Por lo que, el enfoque que tuvieron los microempresarios para los gustos y preferencias de sus clientes y el logro de su satisfacción, siempre estuvo presente en los pequeños negocios de igual forma en las empresas internacional por tanto atender a la demanda en diferentes contextos si contribuye al logro del éxito.

Respecto a los que no fueron considerados factores de éxito se tiene a los más representativos como la edad donde la mayoría de los encuestados (46.9%), sostuvo que inició su emprendimiento entre los 21 a 30 años, siendo personas jóvenes con todas las energías y entusiasmo para dirigir el negocio. Sin embargo, en el análisis cualitativo los resultados de las entrevistas mostraron que algunos microempresarios emprendieron a una edad más adulta, y a pesar de tener carga familiar lograron el éxito. Lo cual concuerda con Ronstadt (como se citó en Sánchez 2003, p.61), Vílchez (2018) y el artículo de Aristy (2012), realizado en República Dominicana quienes mencionaron que no hay una edad ideal para empezar a emprender, aunque es preferible comenzar temprano, pero no guarda relación que cuando uno está en una edad temprana es más fácil, asumir cargas familiares y las necesidades financieras que cuando se es mayor. Por tanto, la edad no es considerada como un factor de éxito porque el éxito se puede dar tanto a una edad temprana como adulta, esto va a depender de las habilidades, capacidades de cada persona para poder ser exitoso, incluso en algunos casos el tener una familia por quien velar es una motivación para que uno no se rinda y siga constante en su negocio y a la vez alcanzar el éxito.

Asimismo, el iniciar el negocio con recurso propio estuvo presente con un 56.3% en los resultados de la encuesta. Además, los entrevistados consideraron que fue la base para iniciar porque se tenía el control del negocio, pero tras el crecimiento si es necesario los prestamos financieros, porque en la investigación hubo personas que trabajaron con préstamos bancarios y lograron alcanzar el éxito, además uno de los entrevistados indicó que los préstamos en los bancos es un mal para tener un historial crediticio, porque puede llegar a ser una estrategia a largo plazo. Por tanto, el iniciar un negocio con financiamiento propio no es un factor de éxito, por lo mencionado anteriormente, a pesar de que los resultados de la encuesta concuerdan con el artículo de Aristy (2012), realizado en República Dominicana quien concluyó que la adquisición de los recursos propios durante la iniciación de la empresa es un factor de éxito.

Además, la mayoría de los encuestados (71.9%) sostuvo que no contó con personal competente. De igual manera que no hicieron uso de técnicas de reclutamiento y selección (81.3%), y que los trabajadores no se encontraban capacitados (68.8%). Sin embargo, para Rubio y Aragón (2005), Franco y Urbano (2010), y Rocca, García y Gómez (2016) en sus artículos científicos

realizados en España, Colombia y Perú respectivamente, evidencian que el recurso humano es fundamental para el éxito y que cada vez deben ser más modernas, esto es debido a que la mayoría de los negocios de la zona son comerciales el personal que necesitan mayormente es para atención y ventas, para lo cual los micros y pequeños empresarios no vieron la necesidad de usar técnicas de reclutamiento y selección, tampoco el que cuenten con ciertos estudios, ellos se enfocaron en que el personal tenga ganas de trabajar y de superarse, eso es lo necesario para formar parte del negocio, y sobre todo estar motivado para dar buenos resultados y así obtener las máximas utilidades posibles.

De igual manera, los encuestados manifestaron que el gobierno no es un factor de éxito porque no realizan programas de apoyo (93.8%), asistencias técnicas (100%), capacitaciones (90.6%), incentivos fiscales (100%) y los entrevistados manifiestan que las entidades locales no fomentan incentivos para los negocios, sí realizan capacitaciones, pero siempre son los mismos temas, ellos sienten que a las autoridades solo les interesa su propio beneficio y no el crecimiento y desarrollo de los negocios. Lo cual concuerda con Bautista (2013), Aristy (2012) y Vélchez (2018), quienes consideran que el gobierno no realiza acción, no hay políticas de apoyo estatales y realizan poca inversión en los programas de apoyo por tanto no contribuyen a que las mypes alcancen el éxito.

Sin embargo, algunos autores plantean que el gobierno si cumple un papel importante en las mypes al realizar programas de apoyo para fomentar el crecimiento (Barrios, Peñaloza y Ramírez, 2016, p. 67; Leal y Labarca, 2013, p.156; Blázquez, et al, 2006, p. 10). Por tanto, el gobierno no es considerado como un factor de éxito porque presenta deficiencias en la gestión de los recursos para estos negocios, que actualmente representan un 95% de aporte al PBI y son generadores de trabajo lo cual mejora la calidad de vida de muchas personas. Pero esto no solo pasa en el Perú sino a nivel internacional como se evidenció en los estudios realizados.

Tras el análisis de las entrevistas, estas proporcionaron nuevos factores como son la atención al cliente, precios accesibles, únicos en el mercado, tener conocimiento del negocio y contar con un local propio, pero estos factores no se pueden generalizar por ser una muestra pequeña, sin embargo, pueden ser consideradas para futuras investigaciones y profundizar más a fondo.

V. CONCLUSIONES

1. Se determinó que los factores de éxito de las mypes según los empresarios encuestados en la zona el Progreso fueron 11, el emprendedor emprende por oportunidad, tiene la capacidad de identificar oportunidades, posee autonomía, creatividad, asume riesgos, se siente autorrealizado, y dentro del negocio debe existir la alineación estratégica, mantener la motivación del personal y enfocarse en la calidad del producto o servicio. Por último, enfocarse en los gustos y preferencias, y la satisfacción de las necesidades y deseos de la demanda. (Tabla 2)
2. Se identificó que los factores de éxito ligado a las características del emprendedor según los empresarios encuestados de las mypes en la zona el Progreso fueron el emprender por oportunidad (75%), el contar con la capacidad de identificar oportunidades (90.6%), la autonomía (87.5%), el contar con creatividad (90.6%), el saber asumir riesgos (90.6%) y sentirse autorrealizado con cada logro (81.3%). (Tabla 3)
3. Se identificó que los factores de éxito ligados al negocio según los empresarios encuestados de las mypes en la zona el Progreso fue, el contar con una alineación estratégica (75%), mantener la motivación del personal (75%) y que la calidad del producto o servicio sea buena (81.3%). (Tabla 4)
4. Se identificó que los factores de éxito externos de las mypes según los empresarios encuestados en la zona el Progreso fueron, el satisfacer las necesidades y deseos de la demanda (96.9%) y el complacer los gustos y preferencias de la demanda (93.8%). (Tabla 5)

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Municipalidad Provincial del Santa pueda realizar capacitaciones con temas relacionados a los factores de éxito pues en los resultados de la investigación realizada se encontró 11 factores que van desde el emprender por oportunidad, la capacidad de identificar oportunidades, autonomía, creatividad, asumir riesgos, sentirse autorrealizado, y dentro del negocio debe existir la alineación estratégica, mantener la motivación del personal y enfocarse en la calidad del producto o servicio. Por último, enfocarse en los gustos y preferencias, la satisfacción de las necesidades y deseos de la demanda. Por tanto, capacitar en estos temas ayudará tanto a los empresarios actuales como futuros personas que puedan emprender y puedan tener una base sólida.
2. Se recomienda a los empresarios de la zona el Progreso puedan adoptar los factores de éxito ligado a las características del emprendedor, puesto que en la investigación realizada resalta principalmente emprender por oportunidad, detectar una oportunidad, ser una persona autónoma, creativa, que asuma riesgos y ser autorrealizado, todas estas características en conjunto propician que el negocio logre alcanzar el éxito según el análisis realizado en la zona el Progreso.
3. Se recomienda a los futuros emprendedores y actuales empresarios de la zona el Progreso puedan aplicar los factores ligados al negocio porque está sustentado en esta investigación, teniendo una base sólida para alcanzar el éxito y se debe partir desde la alineación estratégica, la constante motivación al personal y enfocarse a la calidad del producto o servicio.
4. Se recomienda a los futuros investigadores a profundizar más a fondo en estos factores que encamina a logra el éxito las cuales son: La atención al cliente, precios accesibles, únicos en el mercado, contar con conocimiento del mercado y contar con un local propio. Estas fueron encontradas tras el análisis de las entrevistas a los empresarios de la zona el Progreso, esto ayudara a adquirir nuevos conocimientos y reforzar teorías respecto a los factores de éxito.

VII. PROPUESTA

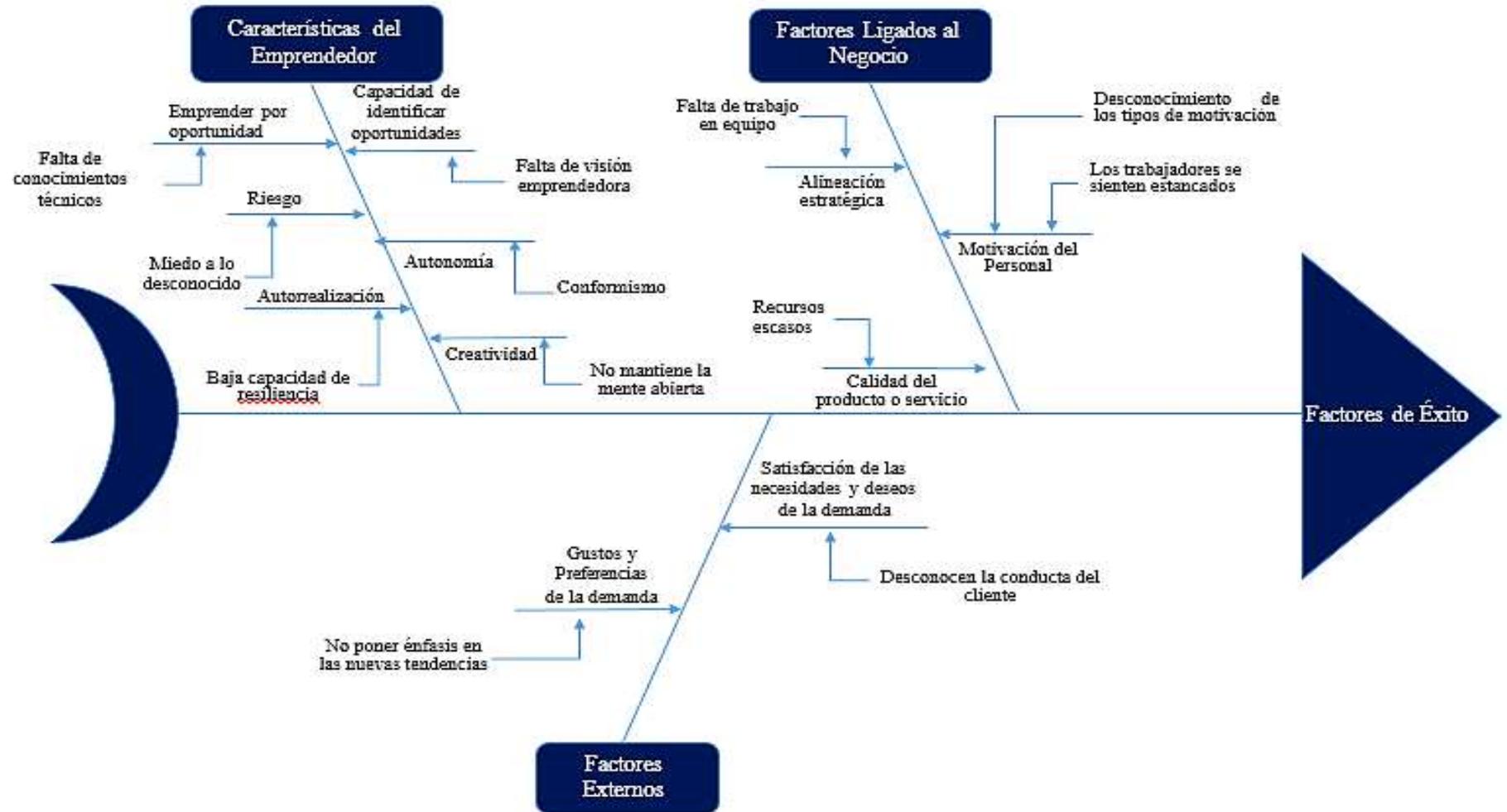


Figura 7. Causas que no fomentan el éxito.

Elaboración: Propia.

Tabla 6. *Acciones de mejora.*

ACCIONES DE MEJORA	Peso Crítico	Factibilidad	Total
Curso taller de especialización con temas sobre los conocimientos que todo empresario debe tener.	0.07	3	0.21
Desarrollar plan de acción para fomentar las competencias personales y sociales para que puedan ser capaces de identificar oportunidades.	0.12	3	0.36
Taller para aprender a trabajar el miedo.	0.12	4	0.48
Plan de acción para motivar a adoptar una actitud emprendedora.	0.11	4	0.44
Taller de fomento de la resiliencia.	0.09	3	0.27
Taller para estimular la creatividad.	0.11	4	0.44
Capacitación para desarrollar la integración y el trabajo en equipo.	0.07	4	0.28
Capacitación en técnicas y herramientas para la motivación laboral.	0.08	3	0.24
Capacitación en gestión de recursos.	0.1	2	0.2
Capacitación en comportamiento del consumidor.	0.13	4	0.52
TOTAL	1		3.44

Fuente: Diagrama de Ishikawa

Elaboración: Propia.

Nota:

Los pesos asignados a cada acción de mejora están en relación con los porcentajes de los factores de éxito obtenidos de la encuesta realizada, donde la acción de mejora para el factor de éxito con mayor porcentaje tiene el mayor peso.

Donde:

1: Poco factible. 2: Medianamente factible. 3: Factible. 4: Muy factible.

PLAN DE CAPACITACIÓN

A) JUSTIFICACIÓN

Las mypes hoy en día tienen una gran participación en la economía nacional, conformando aproximadamente el 95.5% del total de empresas. El éxito que pueda llegar a tener estos, representa un factor fundamental tanto para un mejor desarrollo económico, como social, generando así mayores oportunidades de empleo y mejorando la calidad de vida de las personas.

Este tipo de empresas, se han convertido en una fuente principal para satisfacer las necesidades de la sociedad, debido a su alta disponibilidad en el mercado y la accesibilidad a precios más favorables de acuerdo a los recursos con los que cuenta la población. Asimismo, su alta flexibilidad permite mantener una adecuada relación jefe-cliente y jefe-colaborador, lo que a su vez contribuye a fomentar un mejor clima laboral y servicio al cliente.

A pesar de los beneficios que estas empresas brindan a la sociedad, el porcentaje de las mypes que alcanzan el éxito es reducido, ante ello, resulta evidente la necesidad de capacitar y orientar a estos emprendedores en la medida que ello le permita conocer y mejorar sus debilidades para obtener de ello, mayores ventajas competitivas que contribuyan a lograr el éxito deseado.

Por tal motivo, se ha efectuado el presente plan de capacitación, a fin de ayudar con el cumplimiento de las metas organizacionales, el cual se planteó luego de los resultados obtenidos de esta presente investigación, donde se tomaron los temas relacionados a los factores de éxito que fueron de más ayuda a las mypes que hoy en día son exitosas.

B) ALCANCE

El presente plan de capacitación está dirigido a las personas que han tenido en mente la idea de realizar un emprendimiento y no se han decidido a desarrollarlo, así como también a los micros y pequeños empresarios que quieran alcanzar el éxito, de la zona el Progreso, Chimbote.

C) FINES DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

Los fines del presente plan de capacitación están principalmente enfocados en:

- ✓ Fomentar las competencias personales y sociales relacionadas con el emprendimiento.
- ✓ Mejorar el espíritu creativo dentro de las mypes para el logro de mejores ventajas competitivas.
- ✓ Reducir el miedo a lo desconocido para que sea más fácil afrontar riesgos.
- ✓ Mantener una adecuada relación con los clientes y colaboradores orientado en la satisfacción de sus necesidades.

D) OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

Objetivo general

- Brindar los conocimientos y aportes necesarios que contribuya a lograr el éxito deseado a las personas que deseen emprender, así como también a los micros y pequeños empresarios de la zona el Progreso, Chimbote.

Objetivos específicos

- Realizar un plan de acción para motivar a adoptar una actitud emprendedora.
- Realizar un taller para aprender a trabajar el miedo.
- Realizar un taller para estimular la creatividad.
- Capacitar sobre el comportamiento del consumidor.

E) METAS

- Impulsar a emprender a las personas que han tenido en mente la idea de realizar un emprendimiento y no se han decidido a desarrollarlo.
- Capacitar al 100% de los micros y pequeños empresarios de la mypes del sector El Progreso de la ciudad de Chimbote, Perú.

F) ESTRATEGIAS

- Dinámica de grupos
- Coaching
- Talleres grupales
- Retroalimentación

G) TIPOS, MODALIDADES DE CAPACITACIÓN

Tipos de Capacitación

La capacitación a efectuar es de tipo preventiva puesto que está orientado en proporcionar los conocimientos claves que los emprendedores deber saber para evitar formar parte de los índices de tasa de mortalidad que existen.

Modalidades de Capacitación

La modalidad empleada para llevar a cabo el presente plan de capacitación es principalmente la formación, puesto que la mayoría de emprendedores no cuenta con los conocimientos básicos o claves requeridos para llevar al éxito a las mypes.

H) ACCIONES A DESARROLLAR

Las acciones a desarrollar están enfocadas principalmente en los siguientes aspectos:

Plan de acción para motivar a adoptar una actitud emprendedora

- Charlas de motivación
- Exposiciones de la experiencia de emprendedores
- Visita a empresas en las cuales se explica cómo se gestionó el negocio, cómo funciona y la posibilidad de repetir el modelo exitosamente.

Taller para aprender a trabajar el miedo

16:00hs: Introducción:

- Testimonio de como venció el miedo

16:30: Identificar los miedos

- Dinámica 1: Concretando a que se le tiene miedo

17:00: ¿Cómo afrontar los miedos?

- Dinámica 2: Seleccionando situaciones de miedo

17:30: Elementos de resistencia

- Dinámica 3: Lluvia de ideas de modos de afrontar el miedo

Taller para estimular la creatividad

16:00hs: Introducción:

- Charla 1: “Ser emprendedor”.
- Charla 2: “Emprender con triple impacto: negocios que resuelven problemáticas sociales y ambientales”.

16:45: Taller

- Ejercicios varios para calentar el cerebro, despertar creatividad. Armado de grupos.
- Dinámica 1: Relevar necesidades y deseos insatisfechos en la comunidad.

- Dinámica 2: Tormenta de ideas. Encontrar la idea de negocio innovadora.

18:00: Coffe break

- Presentación grupal de ideas generadas
- Dinámica 3: Plantear problemáticas sociales y ambientales y generar ideas de negocio para satisfacerlas.

20:00: Cierre

Capacitación en comportamiento del consumidor

- Tema 1: El papel del consumidor en el proceso de toma de decisión para una compra.
- Tema 2: La conducta y motivaciones de los consumidores para lograr la satisfacción plena de sus necesidades.
- Tema 3: Conocer los gustos, preferencias, hábitos y tendencias de los consumidores.

I) RECURSOS

Humanos:

Lo conforman los participantes, facilitadores y expositores especializados en la materia, como: Líderes coach y empresariales, emprendedores que lograron el éxito, especialistas en el rubro mypes y jóvenes voluntarios que fomenten el emprendimiento.

Materiales:

INFRAESTRUCTURA. - Las actividades de capacitación y talleres se desarrollarán en ambientes adecuados proporcionados por la Municipalidad Provincial del Santa.

MOBILIARIO, EQUIPO Y OTROS. - Está conformado por carpetas y mesas de trabajo, pizarra, plumones, hojas, lapiceros, laptop, proyector, y ventilación adecuada.

DOCUMENTOS TÉCNICO – EDUCATIVO. - entre ellos tenemos: Certificados, encuestas de evaluación, trípticos, material de estudio, etc.

J) FINANCIAMIENTO

El monto de inversión de este plan de capacitación y talleres será financiado con ingresos propios presupuestados por la Municipalidad Provincial del Santa y por asociaciones de empresas que desean impulsar el emprendimiento aportando los recursos necesarios para su realización.

K) PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plumones de colores	10	1.00	10.00
Hojas de colores	50	0.1	5.00
Lapiceros	50	0.8	40.00
Alquiler de proyector	1	40	40.00
Alquiler de Laptop	1	50	50.00
Certificados	60	3.5	210.00
Trípticos	60	1.00	60.00
Refrigerios	60	4.00	240.00
Honorario de expositores	12	200	2,400.00
Imprevistos			400.00
TOTAL PRESUPUESTO			S/. 3,455

L) CRONOGRAMA

ACTIVIDADES A DESARROLLAR	ABRIL 2020			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Plan de acción para motivar a adoptar una actitud emprendedora.				
Taller para estimular la creatividad.				
Taller para aprender a trabajar el miedo.				
Capacitación en comportamiento del consumidor.				

REFERENCIAS

- Acar, A. (1993). The impact of key internal factors on firms performance: An empirical study of small Turkish firms. *Revista Journal of Small Business Management*; 31(4), 86-92.
- Alcaez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. Recuperado de https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO_GUIA_1_El_emprende_d_o_r_de_E_x_i_t_o.pdf
- Alemna, A. & Sam, J. (2006). Critical issues in information and communication technologies for rural development in Ghana. *Information Development*, vol. 22, núm.4, November, 2006, pp. 236-239. Recovered from <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-84997860433&origin=inward&txGid=36be64e014959ee0bfd48a4ff6484749>
- Amit, R. & Shoemaker, P. (1993). Strategic assets and organization rent. *Review Strategic Management Journal*, vol. 14, núm. 1, January, 1993, pp. 33-46. Recovered from https://www.researchgate.net/publication/310670808_Strategic_Assets_and_Organizational_Rent
- Arano, R., Cano, M. y Olivera, D. (2012). La importancia del entorno general en las empresas. *Revista ciencia administrativa*, vol. 2, núm. 1, 2012, pp. 62-65. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/06CA201202.pdf>
- Aristy, J. (2012). Determinantes del éxito de las pymes en la República Dominicana. *Revista Redalyc*, vol. 37, núm. 4, 2012, pp. 497-528. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87025385006>
- Barrios, M., Peñaloza, M. y Ramírez, D. (2016). Factores de permanencia y éxito competitivo en la PyMI del municipio Libertador de Mérida, Venezuela. *Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, vol. 41, núm. 41, enero-junio, 2016, pp.

151-175. Recuperado de https://www.redalyc.org/html/1956/195649910007/index.html?fbclid=IwAR2qSCwb5BF_H1rfz9tO69smTEPSH26ypC7XJCwECaZxuyWgmYJrqoNk

Bautista, A. (2013). *Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca*. (Tesis de magister), Universidad Nacional de Colombia, Arauca, Colombia. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/9637/1/7709552.2013.pdf>

Bharadwaj, A. (2000). A resource- based perspective on information technology capability and firm performance: an empirical investigation. *Revista Mis Quarterly*, 24(1), 169-196.

Bonilla, J. et al. (2015). La importancia de tener un personal motivado y su incidencia en la eficiencia laboral. *Revista CCCSS*, vol. 1, núm. 30, octubre-diciembre, 2015, pp. 1-29. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/2015/04/motivacion.html>

Bonilla, E. y Rodríguez, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos*. Colombia: Norma.

Blázquez, F., Dorta, J. y Verona, M. (2006). Factores de crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Revistas Innovar*, vol. 16, núm. 28, julio-diciembre, 2006, pp. 43-56. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/818/81802804.pdf?fbclid=IwAR0zkRXxZ5d6B5K_K82af6jO8wIWkjB0BtTOUo3KDC8G3uYxz4ZMhLmLJ4

Bruderl, J., Preisendorfer, P. & Ziegler, R. (1992). Survival chances of newly founded business organizations. *Review American Sociological*, vol. 57, núm. 2, april, 1992, pp. 227-242. Recovered from https://www.researchgate.net/publication/228271230_Survival_Chances_of_Newly_Founded_Business_Organization?

Cálix, C., Martínez, L., Vigger, H. y Nuñez, J. (2016). El rol del empowerment en el éxito empresarial. *Revista Redalyc* vol. 45, núm. 117, enero-junio, 2016 , pp.

23-37. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/4560/456046142002.pdf?fbclid=IwAR3wekAarR9WyU_kkm3DdS0xQuRk8FW2zbif_TTYEKs-nSZNDNHcoR1iOq0

Castro, M. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*. (2°. ed.). Caracas: Uyapal.

Comercio. (28 de noviembre de 2015). Premios a la microempresa: Conoce tres historias de éxito. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/premios-microempresa-conoce-tres-historias-exito-181127>

Correo. (17 de mayo de 2017). Mypes pagan tasas de interés de hasta 400% en el sistema financiero informal. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/economia/mypes-pagan-tasas-de-interes-de-hasta-400-750360/>.

Correo. (8 de marzo de 2015). Conoce los tips para Mypes que buscan el éxito. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/economia/tips-para-mypes-que-buscan-el-exito-570428/>

Chaves, L., Ramos, L. & Figueiredo, E. (2011). Professional satisfaction of occupational health nurses in Brazil. *Paulista Nursing Act*, vol. 24, núm. 4 2011, pp. 507-513. Recovered from <https://dx.doi.org/10.1590/S0103-21002011000400010>

Crowley, E. (2002). Personnel Selection Employment Interviews. *Innovations*, vol. 2, núm. 3, 2002, pp.13-15. Recovered from <http://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/30>

Díaz, J., Urbano, D. y Hernández, R. (2005). Teoría Económica Institucional Y Creación De Empresas. *Revista AEDEM*, vol. 11, núm. 3, enero, 2005, pp.209-230. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1358011>

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y

dinámico. *Revista Scielo*, vol. 2, núm. 7, Julio-Setiembre, 2013, pp.162-167. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-5057_2013000300009

Esan. (2018). A nivel mundial, Perú es el tercer país con mayor cantidad de emprendimientos en fase temprana, pero pocas logran consolidarse. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/sala-de-prensa/2018/08/peru-tercer-pais-con-mayor-cantidad-de-emprendimientos-en-fase-temprana/>

Estado Peruano (2019). Iniciando mí negocio. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>

Fong, C. (2005). *La teoría de recursos y capacidades: fundamentos microeconómicos*. México: Universidad de Guadalajara.

Franco, M. y Urbano, D. (2010). El éxito de las pymes en Colombia: un estudio de casos en el sector salud. *Revista Estudios Gerenciales*, vol. 26, núm. 114, enero-marzo 2010, pp. 77-96. Recuperado de https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592310701030?fbclid=IwAR1A19IDueNWmUI7ROS_gGS4F7v3ILCufUqNMBLoACY1TukAxCFMpnwmlQ

Gadenne, D. (1998). Critical success factors for small business: An inter-industry comparison. *Revista International Small Business*, 17(1), 36-56.

García, F. (2002). *El cuestionario*. México: Limusa.

Guelmes, L. y Nieto, E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, vol. 7, núm. 2, enero - abril, 2015, pp.23-29. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v7n1/rus03115.pdf?fbclid=IwAR1Ss4cVLeHiaMFT1IlcTN7tW5wXhiZs-CNegGEYuQrTp7y3OtrGgbMfdQ>

- Gonzales, M., Mendoza, J., Carro, K. y Martínez, L. (2016). Herramientas para la consolidación de las MiPymes. *Revista Horizontes de la contaduría*, vol. 1, núm. 5, julio-diciembre, 2016, pp. 105-120. Recuperado de <https://www.uv.mx/icp/files/2018/02/Num05-Art08.pdf>
- Hall, R. (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Review Strategic management journal*, 13(2), 135-144.
- Huck, J. & Mcewen, T. (1991). Competencies needed for small business success: Perceptions of Jamaican entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 29 (2), 90-93.
- Jolonch, X. y Ferreira, S. (2015). ¿De qué están hechos nuestros emprendedores? *Revista Universidad Empresa*. vol. 18, núm. 30, junio–octubre, 2015, párr. 20. Recuperado de Colombia <http://www.redalyc.org/jatsRepo/1872/187244133011/html/index.html>
- Kirzner, I. (1997). “Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach”. *Journal of Economic Literature*, vol. 35, núm. 1, 1997, pp. 60-85. Recovered from [https://econfaculty.gmu.edu/pboettke/summer/summer%20docs/kirzner 1997.pdf](https://econfaculty.gmu.edu/pboettke/summer/summer%20docs/kirzner%201997.pdf)
- La República. (20 de junio de 2018). Las Pymes dan trabajo al 75% de la Población Económicamente Activa. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1264545-pymes-dan-trabajo-75-poblacion-economicamente-activa>
- La República. (19 de mayo de 2015). Las pymes y la economía peruana. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/189727-las-pymes-y-la-economia-peruana>
- Leal, M. y Labarca, N. (2013). Factores determinantes de competitividad en pymes del sector confección del Municipio Macaibo. *Revista visión gerencial*, vol.5, núm. 1, enero-junio, 2013, pp. 151-172. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545895004.pdf>

- Leidecker, J. & Bruno, A. (1984). Identifying and Using Critical Success Factors. *Elsevier*, vol.17, núm. 1, febrero, 1984, pp. 23-32. Recovered from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0024630184901638#aepabstract-id4>
- Luck, S. (1996). Success in Hong Kong: Factors self-reported by successful small business owners. *Review Journal of Small Business Management*, 34 (3), 68-75.
- Macías, M., Keever, V. y Novales, M. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, vol.63, núm. 4, enero-marzo, 2016, pp. 397-407. Recuperado de <http://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/230/387>
- Majumdar, S. (1998). On the utilization of resources: perspective from the US telecommunications industry. *Review Strategic management*, 19 (9), 809-831.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving society*. USA: A Free Press Paperback.
- Majid, U. (2018). Research Fundamentals: Study Design, Population, and Sample Size. *URNCSST Journal*, vol.2, núm. 1, febrero, 2018, pp. 1-7. Recovered from https://www.researchgate.net/publication/322375665_Research_Fundamentals_Study_Design_Population_and_Sample_Size
- Mankiw, N. (2012). *Principles of economics*. (6ª ed.). USA: South-Western Cengage Learning
- Mark, H. & Workman, J. (2003). *Populations and Samples: The Meaning of "Statistics"*. Recovered de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780124725317500433>
- Marcelo, F. y Vila, V. (2016). ¿Qué tan importantes son las MYPES para la economía del país? Recuperado de <http://altavoz.pe/2016/01/11/13329/quetan-importantes-son-las-mypes-para-la-economia-del-pais-por-francisco-marcelo-yvaleria-vila>

- Miralles, M. (2013). *Factores que influyen en el éxito empresarial: recursos humanos, estrategia, diseño organizativo y entorno*. (Grado en relaciones laborales). Universidad de Bellaterra, Barcelona, España. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2013/108429/TFG_mmirallesconsuegra.pdf
- Moriano, J., Palací, F. y Morales, J. (2005). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, vol. 21, núm, 1, noviembre, 2005, pp. 51-64. Recuperado de https://www2.uned.es/dpto-psicologia-social-y-organizaciones/paginas/profesores/moriano/copiaseguridad/J.A.Moriano_archivos/21_1%5B1%5D.%20MORIANO%20ET%20AL.pdf
- Neira, F. (2015). *Los factores internos y externos que inciden en el éxito o fracaso de los emprendimientos en la ciudad de Cuenca, estudio aplicado en pymes*. (Tesis maestría), Universidad de Uzuay, Cuenca, Ecuador. Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4556>
- Organización de las Naciones Unidas. (2018). Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas. Recuperado de <https://www.un.org/es/events/smallbusinessday/>
- Osorio, A. y Pacheco, H. (2017). *Importancia de los colaboradores y su relación con los factores claves de éxito en las pequeñas empresas de Ocaña*. (Tesis de licenciado). Universidad de Francisco de Paula Santander, Ocaña, Colombia. Recuperado de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/1695/1/30596.pdf>
- Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Revista Economía*, vol. 1, núm. 1, agosto, 2003, pp. diciembre - septiembre. Recuperado de http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_1/art1.pdf

- Peterson, R., Kozmetsky, G. & Ridgway, N. (1983). Perceived causes of small business failures: a research note. *American Journal of Small Business*, vol. 8, núm. 1, july-september, 1983, pp. 15-20. Recovered from https://www.researchgate.net/publication/236965160_Perceived_Causes_of_Small_Business_Failure_A_Research_Note?fbclid=IwAR2KKswaBggOTm2IFy1Pm4dEw7LSyzSK9W0GhRO1VY-a2PMSG6-CrkA6LY4
- Pfeffer, J. (1994). Competitive advantage through people. *Review California Management*, 1 (36), 9-29.
- Powell, T. (1996). How much industry matter? An alternative empirical test. *Review Strategic Management Journal*, 7 (2), 323-334.
- Raduan, R., Kumar, N. y Li, L. (2006). Factores de éxito de empresarios y Escalada de la Pequeña y Mediana Empresas en Malasia. *Revista de Ciencias Sociales* vol. 2, núm. 3, noviembre, 2006, pp.40-59. Recuperado de <http://www.asiaentrepreneurshipjournal.com/AJESII3Kumar.pdf>
- Rocca, E., García, D. y Gómez, A. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Revista Redalyc*, vol. 11, núm. 22, noviembre-diciembre, 2016, pp.52-68. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/2816/281649953005/index.html>
- Rubio, A. y Aragón, A. (2008). Recursos estratégicos en las pymes. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 17, núm. 1, mayo-octubre, 2008, pp.103-126. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2581343>
- Rubio, A. y Aragón, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo las pymes industriales en España. *Revista Universia Business Review*, vol. 1, núm. 8, setiembre-octubre, 2005, pp.38-51. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/433/43300803.pdf>

- Ruiz, G., Medina, A., Lorenzo, D., Ramos, A. y Urbano, D. (2008). Global entrepreneurship Monitor. Recuperado de http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/Catedra_Emprendedores/358266450_2432010104822.pdf
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). México: Mcgraw-Hill.
- Sánchez, L. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/4742/1/T26888.pdf>
- Schiffman, L. y Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson Educación.
- Shin, N. (2009). Information Technology and Diversification: How Their Relationship Affects Firm Performance. *International Journal of e-Collaboration*, vol. 5, núm.1, January, 2009, pp. 69-83. Recovered from https://www.researchgate.net/publication/220474917_Information_Technology_and_Diversification_How_Their_Relationship_Affects_Firm_Performance
- Suárez, J. y Ibarra, S. (2002). La teoría de los recursos y capacidades. Un enfoque actual en la estrategia empresarial. *Revista Anales de estudios económicos y empresariales*, vol. 1, núm. 15, 2002, pp. 63-89. Recuperado de http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/19783/1/AEEE2002-15-teoria-recursos-capacidades.pdf?fbclid=IwAR0kShvrhLTH5ndMahv93_CGHEmtCe4vZenVVr4XI-OdjWIRIJ5nNuwgkw0
- Urbano, D., Díaz, C. y Hernández, R. (2007). La teoría económica institucional: el enfoque de North en el ámbito de la creación de empresas. *Revista AEDEM*, vol. 2, núm. 1, enero, 2007, pp.1-15. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/28200742_La_teor%C3%ADa_econ%C3%B3mica_institucional_el_enfoque_de_North_en_el_ambito_de_la_creacion_de_empresas

Vesper, K. (1982). *Research on education for entrepreneurship en, C.A. Kent and D.L.* Mexico: Prentice-Hall.

Viedma, J. (1992). *La excelencia empresarial española.* (2ª ed.). España: Mc Graw Hill.

Vílchez, E. (2018). *Factores determinantes que influyen en el éxito de los emprendedores de mypes de lima metropolitana 2018.* (Tesis de licenciado), Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3847/1/2018_Vilchez-Carbajal.pdf

Warren, L. & Hutchinson, W. (2000). Success factors for high-technology SMEs: A case Study from Australia. *Revista Journal of Small Business Management*, 8 (2), 21- 32.

Yusuf, A. (1995). Critical success factors for small business: perceptions of South Pacific entrepreneurs. *Revista Journal of Small Business Management*, 10 (3), 68-73.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia.

Factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Cuáles son los factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019?	GENERAL:	La presente investigación contará con una sola variable y será de carácter descriptivo. Al respecto, Sampieri (2014, p. 116), señala que en caso de estudios descriptivos no se formulan hipótesis, dado que es difícil determinar el valor exacto en que se manifiesta sobre una variable.	Factores de éxito	Características del emprendedor	Diseño de investigación: No experimental-De corte transversal	Población: 32 Mypes de la zona el Progreso. Muestra 1: Censal conformada por las 32 Mypes. Muestra 2: De conveniencia conformada por 6 mypes consolidadas
	ESPECIFICOS:					
	Identificar los factores de éxito ligado a las características del emprendedor de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.			- Encuesta - Entrevista		
	Identificar los factores de éxito ligados al negocio de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.			Instrumento		
	Identificar los factores de éxito externos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.			Tipo: Descriptiva		- Cuestionario - Guía de entrevista
	Desarrollar una propuesta de capacitación sobre los factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019.			Enfoque: Mixto		

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Instrumento

ENCUESTA PARA DETERMINAR LOS FACTORES DE ÉXITO DE LAS MYPES EN LA ZONA EL PROGRESO, CHIMBOTE 2019

Introducción: El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los micros y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: Factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019. La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; por ello, se le agradece por su valiosa colaboración. Responder todas las interrogantes que se plantean a continuación

Marcar con x la alternativa según corresponda.

DATOS GENERALES

Edad:

- a) 18 a 25 años
- b) 26 a 35 años
- c) 36 a 45 años
- d) 46 a 55 años
- e) 56 a más años

Sexo: a) Masculino b) Femenino

Grado de instrucción:

- a) Ninguno
- b) Primaria: Completa.....Incompleta.....
- c) Secundaria: Completa.....Incompleta.....
- d) Superior Universitaria
- e) Superior no Universitaria

Actividad de la mype:

- a) Industrial
- b) Comercio
- c) Servicio
- d) Construcción
- e) Otra (Especificar).....

1. ¿Qué edad tenía cuando inició su negocio?

- a) 15 - 20 b) 21 - 30 c) 31 - 40
- d) 41 - 50 e) 51 a más

2. ¿Tuvo alguna necesidad que le motivará a emprender?

- a) Si b) No
3. ¿Se le presentaron oportunidades que conllevaron a iniciar con su negocio?
- a) Si b) No
4. ¿Cuál fue su grado de nivel de estudios al iniciar su negocio?
- a) Ninguno b) Primaria c) Secundaria
 - d) Estudios técnicos e) Estudios universitarios
5. ¿Adquirió experiencias en otras empresas que le ayudaron a gestionar de mejor manera su negocio?
- a) Si b) No
6. ¿Realizó anteriormente algún tipo de emprendimiento (negocio) cuya experiencia le sirviera de apoyo para su actual negocio?
- a) Si b) No
7. ¿Fue capaz de reconocer las nuevas oportunidades en el mercado para nuevo productos y servicios?
- a) Si b) No
8. ¿Estuvo siempre en la constante búsqueda de independencia y libertad para actuar o tomar decisiones?
- a) Si b) No
9. ¿Creó, diseñó o incorporó productos que satisfagan las necesidades de los clientes?
- a) Si b) No
10. ¿Alentó a sus trabajadores en la toma de iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones?
- a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces d) Casi siempre e) Siempre

11. ¿Estuvo dispuesto a aceptar riesgos y asumir responsabilidades pese a lo que ello significaba?
a) Si b) No
12. ¿Tuvo la capacidad de influir en los demás para que le permitiera formar asociaciones o alianzas con otros?
a) Nunca b) Muy pocas veces
c) Algunas veces d) Casi siempre
e) Siempre
13. ¿Se ha sentido satisfecho y realizado por la solución de problemas y el alcance de objetivos?
a) Nunca b) Muy pocas veces
c) Algunas veces d) Casi siempre
e) Siempre
14. ¿Contó con personal competente y calificado en los inicios de su negocio?
a) Si b) No
15. ¿Se emplearon técnicas de reclutamiento y selección (solicitudes, aviso en diarios, agencias de reclutamiento, etc.) a sus trabajadores
a) Si b) No
16. ¿Los trabajadores estaban capacitados en sus primeros años?
a) Si b) No
17. ¿Los trabajadores se mostraron motivados en sus primeros años?
a) Nunca b) Muy pocas veces
c) Algunas veces d) Casi siempre
e) Siempre
18. ¿En los primeros años de su negocio se emplearon herramientas de control como Excel, cuadros estadísticos, entre otros?
a) Si b) No
19. ¿En los primeros años se emplearon las redes sociales para generar y mantener contacto con clientes y proveedores?
a) Si b) No
20. ¿Al momento de iniciar las operaciones en su negocio, se tenían bien definidas las metas y objetivos dentro del negocio?
a) Si b) No
21. ¿Se evaluó constantemente el desempeño y cumplimiento de los objetivos?
a) Si b) No
22. ¿Se ha mantenido una buena relación e integración entre las áreas del negocio?
a) Si b) No
23. ¿Con que tipo de financiamiento se contó en los inicios del negocio? (Puede marcar varias opciones)
a) Propio b) Familiares c) Amigos
d) Prestamistas e) Financieras/Bancos
24. El producto o servicio que ofrecía en sus primeros años era de:
a) Muy mala calidad b) Mala calidad
c) Regular d) Buena calidad e) Muy buena calidad
25. El producto o servicio que ofrecía en sus primeros años era:
a) Nada innovador b) Poco innovador
c) Moderadamente innovador
d) Innovador e) Muy innovador
26. ¿Se tuvo en cuenta las nuevas tendencias de demanda (gustos y preferencias) de los clientes?
a) Si b) No
27. ¿Tuvieron altos índices de ventas en sus inicios?
a) Muy bajo b) Bajo c) Regular
d) Alto e) Muy alto
28. ¿Satisfacían las necesidades y deseos de sus clientes?
a) Nunca b) Muy pocas veces c) Algunas veces
d) Casi siempre e) Siempre
29. ¿Automatizaron sus procesos en el transcurso del desarrollo del negocio?
a) Si b) No
30. ¿Durante el transcurso de su negocio adquirieron nuevos equipos y maquinarias para mejorar la eficiencia de sus procesos?
a) Si b) No
31. ¿Formaron parte de los programas de apoyo por parte del gobierno?
a) Si b) No
32. ¿Recibieron asistencia técnica por parte del gobierno?
a) Si b) No

Anexo 3: Ficha técnica del cuestionario.

FICHA TÉCNICA

I. DATOS INFORMATIVOS

- 1. Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario
- 2. Nombre del instrumento:** Cuestionario “Factores de éxito”
- 3. Autores:** Palacios Sánchez Máximo y Valencia Salazar Edward
- 4. Forma de aplicación:** Individual
- 5. Medición:** Factores de Éxito
- 6. Administración:** Mypes de la zona el Progreso, Chimbote.
- 7. Tiempo de aplicación:** 20 minutos

II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Determinar los factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso.

III. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indican Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la validación se emplearon como procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro de operacionalización de la variable, instrumento y ficha de opinión de los expertos; y se realizó la mejora del instrumento en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, factores de éxito, se aplicó la prueba piloto; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alfa de Cronbach, sin embargo, solo se tomaron en consideración a las preguntas que cuenten con las mismas alternativas de escala de Likert, las cuales fueron 5 preguntas y

se sometió al alfa de Cronbach y se obtuvo, $\alpha= 0,8535$, resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alfa de Cronbach se asume como una confiabilidad muy fuerte, que permite determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,8535	5

IV. DIRIGIDO A:

32 Mypes de la zona el Progreso

V. MATERIALES NECESARIOS:

Fotocopias del instrumento y lapiceros.

VI. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:

El instrumento presenta 34 ítems de los cuales 5 preguntas están en valoración del 1 a 5 puntos cada uno (Nunca= 1, Muy pocas veces=2, algunas veces=3, casi siempre=4 y siempre=5). Asimismo, presenta 23 ítem con preguntas de cotejo (si, no), y las 6 preguntas restantes presentan diferentes alternativas de respuestas. Por tanto, se utilizaron preguntas con escala y de cotejo para que de esta manera se describa mejor la variable

La evaluación de los resultados se realizó por dimensiones y por cada uno de los enunciados, considerando la valoración referenciada. Los resultados, de la escala de estimación fueron organizados o agrupados en función a la escala establecida.

DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES

Características del microempresario	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13
Factores Ligados al Negocio	14,15,16,17,18,19,20,21,22,13,24,25
Factores Externos	26,27,28,29,30,31,32,33,34

PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

Niveles	A nivel de variable	A nivel de las dimensiones		
		D1	D2	D3
Importante	18 – 25	11 - 15	4 - 5	4 - 5
Indiferente	14 – 17	9 – 10	3	3
Insignificante	5 - 13	3 - 8	1 - 2	1 - 2

Anexo 4: Resultado del Alfa de Cronbach.

N° ENCUESTADOS	12	14	15	19	30	SUMA
	¿Alentó a sus trabajadores en la toma de iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones?	¿Tuvo la capacidad de influir en los demás para que le permitiera formar asociaciones o alianzas con otros?	¿Se ha sentido satisfecho y realizado por la solución de problemas y el alcance de objetivos?	¿Al inicio de su trabajo, los trabajadores se mantenían motivados?	¿Satisficieron las necesidades y deseos de sus clientes?	
1	4	4	5	4	5	22
2	4	3	3	4	4	18
3	5	3	4	3	5	20
4	4	4	4	5	5	22
5	4	4	5	4	5	22
6	4	3	4	4	4	19
7	5	5	4	4	5	23
8	4	3	4	3	5	19
9	5	4	5	4	4	22
10	5	3	4	4	4	20
11	5	3	4	3	4	19
12	4	2	4	2	3	15
13	2	3	3	2	2	12
14	4	4	5	4	4	21
15	2	2	3	3	3	13
	0.9238	0.6667	0.4952	0.6952	0.8381	11.4095

suma de var/item 3.6190
 k 5
 alfa 0.8535

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_T} \right]$$

α - Alfa de Cronbach
 K - Número de ítems
 V_i - Varianza de cada ítem
 V_T - Varianza del total

α	Interpretación
> 0,9	excelente
> 0,8	bueno
> 0,7	aceptable
> 0,6	cuestionable
> 0,5	malo
$\leq 0,5$	inaceptable

El presente cálculo corresponde a un instrumento de 5 preguntas y se realizó a una muestra piloto de 15 personas, con una escala de liker de 1 a 5, desde la categoría "Nunca" hasta la categoría "Siempre".

LEYENDA DE CODIGOS

5=Siempre
 4=Casi siempre
 3=Algunas veces
 2=Muy pocas veces
 1=Nunca

Anexo 5: Base de datos de las mypes encuestadas.

DIMENSIONES	DIMENSIÓN 1														DIMENSIÓN 2														DIMENSIÓN 3													
	A	B	C	D	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34				
1	4	1	4	2	2	1	2	3	2	2	1	1	1	3	1	3	5	2	2	2	5	2	2	2	2	2	1	4	3	1	1	4	2	1	2	2	2	2	2			
2	5	1	3	2	4	1	1	2	1	2	1	1	1	4	1	1	4	2	2	2	5	1	2	1	1	1	1	3	2	1	2	4	2	2	2	2	2	2				
3	3	1	5	2	2	2	1	3	1	2	2	1	1	3	1	3	4	2	2	2	3	1	2	1	1	2	5	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2	2				
4	3	1	6	2	2	1	1	5	1	1	1	1	1	3	1	4	4	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	4	1	4	4	1	2	2	2	2	2				
5	4	2	7	2	4	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	4	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	4	3	1	3	4	2	1	2	2	2	2				
6	5	1	3	2	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	5	1	2	2	2	1	1	4	4	1	3	5	2	1	2	2	1	2				
7	4	2	2	2	5	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	5	2	2	2	4	1	2	1	1	2	1	4	3	1	4	4	2	2	2	2	2	2				
8	4	1	7	2	2	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	5	4	2	1	2	5	1	2	1	1	1	1	4	5	1	3	4	2	1	2	2	2	2				
9	5	2	6	2	4	2	1	5	1	2	1	2	1	4	1	2	4	2	2	2	5	2	2	2	2	1	1	4	4	1	4	5	2	1	2	2	2	2				
10	1	1	4	2	1	1	2	3	2	2	1	1	1	4	1	1	4	2	2	2	4	2	2	2	2	1	2	3	3	1	3	5	2	2	2	2	2	2				
11	2	1	6	2	2	1	1	5	2	2	1	1	1	3	1	3	4	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	4	3	1	3	4	1	2	1	2	1	2				
12	4	2	7	3	3	2	1	4	2	1	1	1	1	3	1	4	4	2	2	2	3	1	1	2	2	1	1	4	5	1	2	4	2	2	2	2	2	2				
13	3	1	4	2	2	1	1	3	2	1	1	1	1	4	1	4	4	1	1	1	5	1	2	1	1	1	2	4	4	1	3	4	1	1	2	2	2	2				
14	5	1	7	2	4	1	2	4	2	2	1	1	1	4	1	4	5	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	5	5	1	3	5	1	2	2	2	2	2				
15	2	1	6	2	3	1	1	5	1	2	1	1	1	4	1	5	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	4	4	1	3	4	1	1	2	2	2	2				
16	5	2	4	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	2	5	5	2	2	2	5	1	2	1	2	2	2	5	4	1	5	5	2	2	2	2	2	2				
17	5	2	4	2	5	1	2	3	1	2	1	1	2	5	1	4	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	1	3	1	1	3	4	2	2	2	2	2	2				
18	4	1	6	2	3	2	1	5	1	1	1	1	1	5	1	4	5	1	2	2	5	1	2	1	1	1	5	5	4	1	2	4	2	1	2	2	2	2				

19	3	2	4	3	3	1	2	4	2	2	2	1	1	3	1	1	3	2	2	1	4	1	1	2	2	1	5	4	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2
20	1	2	6	2	2	2	1	5	2	2	1	1	1	4	1	3	4	2	2	1	5	2	2	2	2	1	2	3	3	1	4	4	2	2	2	2	2	2
21	4	1	4	3	2	2	1	4	1	2	1	2	2	3	1	4	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	5	4	4	1	3	4	2	2	2	2	2	2
22	4	1	5	3	2	2	1	3	2	2	1	1	1	4	2	2	2	2	1	1	5	2	1	1	1	1	5	4	3	1	2	5	2	1	2	2	2	2
23	2	1	4	2	2	1	1	4	2	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	2	4	1	2	2	1	2	4	4	3	1	3	4	2	2	2	2	2	2
24	4	2	7	3	2	2	1	4	1	2	1	2	1	3	2	3	5	2	2	2	4	2	2	1	1	1	2	4	4	1	4	5	2	2	1	2	1	2
25	3	1	6	3	3	2	1	5	1	2	1	1	1	5	1	2	5	1	1	1	5	1	2	1	1	1	1	4	4	1	3	5	2	1	2	2	2	2
26	3	1	4	2	3	1	1	3	1	2	1	1	1	3	1	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	1	1	4	4	1	3	4	1	2	2	2	2	2
27	4	2	7	2	3	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	4	5	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	4	1	3	4	1	2	2	2	2	2	
28	3	1	6	2	3	2	1	5	1	2	1	1	1	5	1	4	4	2	2	1	5	1	1	1	1	1	5	3	1	4	4	1	2	2	2	2	2	
29	5	1	7	3	2	1	1	4	2	2	1	1	1	2	1	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1	4	4	1	4	4	1	1	2	2	2	2
30	3	1	4	2	2	1	2	3	1	2	1	1	1	4	1	5	5	2	2	2	4	2	2	1	1	1	1	4	2	1	2	4	1	1	2	2	2	2
31	2	2	5	2	1	1	1	4	1	2	2	1	1	4	1	3	4	1	2	1	4	1	2	1	1	1	2	4	3	1	3	5	1	1	2	2	2	2
32	4	1	5	2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	3	1	2	4	1	2	1	4	1	2	2	2	2	2	4	3	1	3	4	2	2	2	2	2	2

Anexo 6: Validación del instrumento.

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario Factores de Éxito

OBJETIVO: Determinar los factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

DIRIGIDO A: Micro y pequeños empresarios de la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				<input checked="" type="checkbox"/>

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :

Seby Lina J Franco

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :

Magister

DNI

94152812

Mg. Juan Franco Seby Lina

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario Factores de Éxito

OBJETIVO: Determinar los factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

DIRIGIDO A: Micro y pequeños empresarios de la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		✓		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : *TINOCO NEIRA DAVID ARURO*
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : *DOCTOR EN ADMINISTRACION*


DNI: *08480142*

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que correspondá (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario Factores de Éxito

OBJETIVO: Determinar los factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

DIRIGIDO A: Micro y pequeños empresarios de la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : *Chacón Arenas Edinson Miguel*
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR *Magister*


DNI: *25573328*
Mg. Edinson M. Chacón Arenas

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignar una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario Factores de Éxito

OBJETIVO: Determinar los factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

DIRIGIDO A: Micro y pequeños empresarios de la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : *Gutierrez Chilca Randall Mondo*
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : *Magister*

DNI: *41952904*

Randall M. Gutierrez Chilca

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario Factores de Éxito

OBJETIVO: Determinar los factores de éxitos de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

DIRIGIDO A: Micro y pequeños empresarios de la zona el Progreso, Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : *LLENQUE TUME SANTOS FELIPE*
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : *DOCTOR EN ADMINISTRACION*

sf. L. T. S. F.
DNI: 32957531

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

Anexo 7: Guía de entrevista.

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA
1. ¿Cree usted que a la edad que inició el negocio fue de gran importancia para lograr el éxito hasta la actualidad?
2. ¿Qué tipo de oportunidades se le presentaron para iniciar el negocio?
3. ¿Cuál fue el motivo de independizarse y tomar sus propias decisiones para emprender el negocio?
4. ¿De qué manera logro satisfacer las necesidades de sus clientes? ¿Estas necesidades se siguen manteniendo o han ido cambiando con el tiempo?
5. ¿Qué riesgos y responsabilidades asumió cuando iniciaba el negocio? ¿sigue arriesgándose o ya se mantiene conservado?
6. Ante un problema ¿Cómo lograba resolverlo? ¿Qué tipo de objetivos se planteaba para hacer crecer el negocio y ser más reconocido?
7. ¿Cómo motivaba a sus trabajadores en los inicios del negocio? ¿Cree usted que contando con otros trabajadores hubiera logrado los mismos resultados?
8. ¿Cómo fue el ambiente de trabajo en el negocio durante los primeros años? ¿Cómo eran atendidos los clientes?
9. ¿Cree usted que la inversión propia fue suficiente para el negocio?
10. ¿Cómo era la calidad de su producto o servicio que ofrecía en sus primeros años? ¿Cómo era la de su competencia?
11. Ante nuevas tendencias o novedades ¿Que exigía el cliente en los productos y servicios? ¿Fue difícil cumplir con las exigencias del cliente?
12. En su opinión que razones cree usted que han hecho que su negocio crezca, haya logrado el éxito y no quebrado en el intento. ¿Cuál cree que se la causa principal para que muchos emprendimientos fracasen?

Anexo 8: Resultados de la entrevista en las mypes el Progreso.

ENTREVISTA A MYPES EL PROGRESO	
Pregunta 1: ¿Cree usted que a la edad que inició el negocio fue de gran importancia para lograr el éxito hasta la actualidad?	
Transcripción de respuestas	Categorías
Persona 1: “Si fue importante porque al principio había gente acá, este mercado era pequeño entonces no había el rubro que yo tenía yo he iniciado acá el primer negocio ”.	Única en el mercado
Persona 2: “Si de hecho porque mi papá trabajo en el sindicato de camioneros en ese tiempo entonces ellos tenían una flota de camiones que transportaban la harina desde las fabricas hasta el muelle para que lo lleven a otros países entonces fue una buena época (...), hubo ingresos porque a pesar que tenía cargo manejaba un camión a rutas nacional”.	Ingresos
Persona 3: “Si fue importante porque a esa edad contaba con ahorros propios, ya tenía una familia, mi esposo trabajaba, pero igual quería apoyar en los ingresos del hogar”.	Ingresos
Persona 4: “Yo empecé mi negocio a los casi 20 años informalmente, ya conforme pasaron los años me fui legalizando con lo que es con la Sunat, esto tuvo sus ventajas y desventajas, porque a veces cuando uno empieza muy joven, uno inmaduro comete muchos errores tanto personal como lo que es en el negocio no, y como también que a veces te ayudar a madurar más cosas, pero claro también con mi familia como que yo ya tenía su escuela, porque mi familia viene de negocios, y no tenía esposa ni hijos.”	Aprender
Persona 5: “(...) Bueno yo trabajé en la pesca 25 años y de ahí una vez que por enfermedad me salí de la pesca, me dediqué a esto”.	Irrelevante
Persona 6: “Claro para fue importante porque nos fuimos a la aventura, maso menos inicia a los 26 años, un familiar me influencio ya que tenían el rubro de este negocio y por allí nos abrió los ojos maso menos este negocio si camina depende como lo manejas lo conduces y más ese año me hice de familia y con más importancia todavía”.	Familia
Pregunta 2: ¿Qué tipo de oportunidades se le presentaron para iniciar el negocio?	
Transcripción de respuestas	Categorías
Persona 1: “O sea yo encontré acá cuando vine acá encontré una señora que vendía algunos artículos de piñatería, pero no era declarado piñatería	

<p>sino tenía algunas cosas en esa pequeña tienda ya tenía clientela entonces cuando yo vengo resulta que yo me di cuenta que pedían lo que la señora vendía y entonces yo vendía con otro rubro de juguetes, pero al ver que buscaban, pedían inmediatamente fui cambiando esos juguetes”.</p>	Benchmarking
<p>Persona 2: “Hubo la oportunidad de iniciar el negocio porque había ingresos y él inicio pensando también en un momento retirarse del trabajo”.</p>	Ahorros propios
<p>Persona 3: “Este local es propio de mi mamá, ella empezó vendiendo desayunos, después ya vendía comida, vendió menú, pero casi como que no daba mucho, de ahí como restaurant cevichería, fuimos uno de los primeros que vendían esto”.</p>	Local Propio
<p>Persona 4: “Como mis padres ya tenían negocio de ropa, entonces yo ya sabía cómo se manejaba el negocio, entonces eso me aventó un poco a ir a lo seguro porque una cosa es empezar un negocio así sin saber cómo que te da un poco de miedo, pero ya un negocio como que tus padres ya te has criado con ellos, tú ya sabes el tipo de negocio que es, como que vas a algo seguro por la experiencia”.</p>	Conocimiento del negocio
<p>Persona 5: “Contábamos con recursos propios”.</p>	Local propio Reconocimiento, fama
<p>Persona 6: “El mismo mercado que nos ofrecía porque acá en Chimbote estaba no había casi que ejercían este negocio y esa es la oportunidad que agarramos y hasta ahora acá yo soy el único”.</p>	Único en el mercado
<p>Pregunta 3: ¿Cuál fue el motivó de independizarse y tomar sus propias decisiones para emprender el negocio?</p>	
<p>Transcripción de respuestas</p>	<p>Categorías</p>
<p>Persona 1: “Yo trabajaba en la Sunat me he jubilado entonces para mi yo quería seguir trabajando me sentía con deseos de trabajar no mira hace más de 25 años desde que yo lo sigo manteniendo esto desde que había salido de jubilarme”.</p>	Generar ingresos
<p>Persona 2: “Pensando ya retirarse este porque aparte de la pesca, ya la edad se veía avanzado (...), estar más tiempo con nosotros y todo lo que ganaba iba invirtiendo”.</p>	Tiempo con la Familia
<p>Persona 3: “Porque era muy trabajadora, ósea no le gustaba estar quieta en su casa, era emprendedora, no era porque le faltaba tanto sino porque mi</p>	Generar ingresos

<p>papá trabajaba y le daba, sino que ella le gustaba trabajar, por ella es que tenemos tanto”.</p>	
<p>Persona 4: “Porque en mi había así algo propio no forzado, como que siempre me ha gustado a mí trabajar, siempre me ha gustado experimentar muchas cosas en los negocios que me he metido, he trabajado en los bancos también y no me he acostumbrado a trabajar así para una empresa por eso decidí también poner un negocio”.</p>	<p>Ser su propio jefe</p>
<p>Persona 5: “Como le digo primero trabajé en la pesca y ya al sentirme con una enfermedad que tenía del asma, el médico me prohibió y de eso fue el motivo para yo poner hacer este negocio no, para subsistir no, para mis hijos para que puedan estudiar, mire antes de este negocio cuando salí de la pesca yo hacía transporte de automóvil de pasajeros de Chimbote a Lima (...) trabajé ahí varios años, después de eso cuando ya hubo cambio de gobierno subió la gasolina con Fujimori, ya no era rentable para nosotros porque trabajábamos con un carro de ocho cilindros para Lima, los antiguos entonces ya no era rentable, mi suegra trabajaba acá en el mercado tenía un puesto de comida, ella fue la que nos animó para hacer el restaurante inclusive nos ayudó nos dio todas las pautas para poder nosotros hacer el restaurante y por eso me quede con este restaurante hasta hoy día, nos dijo que lo hagamos porque era rentable en esos tiempos, también mi casa me ayudó a sobresalir porque ya pagando arriendo no existiría ya”.</p>	<p>No tenía trabajo rentable</p>
<p>Persona 6: “El motivo general son las cargas familiares, de pareja de familia y ese fue el principal motivo para respaldar a la familia y como todos del campo venimos a una apuesta de conseguir algo y los sueños y eso era mi empuje con muchas ganas y hasta ahora muy dedicado”.</p>	<p>Familia</p>
<p>Pregunta 4: ¿De qué manera logró satisfacer las necesidades de sus clientes? ¿Estas necesidades se siguen manteniendo o han ido cambiando con el tiempo?</p>	
<p>Transcripción de respuestas</p>	<p>Categorías</p>
<p>Persona 1: “Mira yo le daba los precios muy muy baratos entonces porque yo quería traer la gente de espinar que están todas las piñaterías quería que la gente venga acá por lo barato entonces yo iba allá y sacaba proformas a como lo venden entonces yo lo vendía a la mitad de precio (...) a veces la gente te dice allá esta menos y te obliga a bajar el precio el mismo cliente pero si tú sabes que hay un buen margen lo bajas sin problemas”.</p>	<p>Precios bajos</p>
<p>Persona 2: “(...) haciendo un análisis no había ferretería por aquí ninguna desde esa fecha hasta ahora han abierto acá arriba pero que es material de construcción y otra aquí una pequeñita que no tiene la variedad que</p>	<p>Variedad de productos</p>

tenemos nosotros gracias a dios, hay en las Malvinas, pero la gente pues por una pequeñez no se va al centro entonces lo compra acá”.	
Persona 3: “Porque era muy amable”.	Buen trato Buena calidad
Persona 4: “Mayormente el cliente busca barato y bueno , por la experiencia que tenía ya sabía y entré en eso, precios accesibles y que sean de buena calidad ”.	Precios bajos y bueno
Persona 5: “Por la preparación, la atención y sobre todo yo por los amigos no, porque yo he sido luchador profesional he sido cachacanista, inicié aquí en Chimbote con el seudónimo del águila, viajé al extranjero, he estado en nueve países, he hecho la lucha libre en nueve países he llevado el nombre de Chimbote en todos esos sitios y a raíz de eso la gente acudía porque me conocían eran prácticamente como mis fans. Había variedad de platos no, semanalmente había platos a la carta, había jugoso todas esas cosas, pero ahora como le digo ya no se puede hacer todas esas cosas, porque la gente solamente se dedica al menú, ya no la gente ya casi come platos a la carta, sobre todo acá en el barrio, en el centro si veo que es rentable, pero aquí no en la zona”.	Atención al cliente, variedad de platos
Persona 6: “Con el mismo producto que ofrecíamos, cada producto tiene su envase mejor dicho su saco aquí en Chimbote como le digo no había muchos de este rubro la gente buscaba se iba a Trujillo, Lima traían entonces vi la necesidad de los clientes y me implementado y hoy muy pocos se van a Trujillo acá nomas el cliente sabe comprar”.	Accesibilidad al Producto
Pregunta 5: ¿Qué riesgos y responsabilidades asumió cuando iniciaba el negocio? ¿Sigue arriesgándose o ya se mantiene conservado?	
Transcripción de respuestas	Categorías
Persona 1: “como todo comerciante riesgo de que la mercadería se te quede y no lo tengas que sacar a tiempo , pero cuando ya uno está en el negocio ya ves por ejemplo esta mercadería tiene su vencimiento no que se vence se vence en si la figura”.	Sobre stock Cambio de temporada
Persona 2: “En un primer momento cuando iniciamos el negocio, estaba mi esposo, mi papá, mi mamá y yo pues entonces no había tanta gente en quien desconfiar dejábamos las cosas allí, sin seguridad, pero había momentos que entrabas de 2 y 3 cuando robaron , se llevaron chapas de allí de acá y es allí que empezamos a poner más seguridad porque empezaron	Inseguridad Ciudadana

<p>la delincuencia, asaltaban aquí en la esquina solo pues así riesgos fuertes como crediticios no”.</p>	
<p>Persona 3: “Claro había riesgos, nunca se sabe el tipo de gente que entra, hasta ahora yo puedo atender a alguien y no sé quién es, de repente viene y me asalta, puede ser muy bien vestido, pero de repente es un asaltante, no sabemos, el riesgo en un negocio siempre está”.</p>	<p>Inseguridad ciudadana</p>
<p>Persona 4: “Riesgos de inseguridad, riesgo de robo, mal manejo también puedes quebrar quedarte sin capital, cosa que también una vez me pasó algo parecido, porque cuando tienes un negocio manejas dinero, tenía un capital y mi padre me prestó un dinero también un capital aparte, eso era un riesgo también, decidí igual sacar el negocio porque ya tenía la experiencia, ya sé cómo se maneja el negocio”.</p>	<p>Inseguridad ciudadana, Mal manejo del negocio</p>
<p>Persona 5: “En el fracaso no pensaba nunca, hasta ahorita por eso que he durado 40 años, y tampoco nunca he tenido gracias a Dios nunca he tenido una amenaza, por el cariño que me tienen por ser un cachacanista reconocido acá en Chimbote, el ídolo de Chimbote (...) y a raíz de eso mucho me quieren la gente, inclusive ellos mismo me obligaron para poner ahí las fotos (...) y hasta ahora vienen viene los señores ya a mi edad, conversan conmigo, se satisfacen, recuerdan sus tiempos”.</p>	<p>Irrelevante</p>
<p>Persona 6: “Los asaltos si ha habido eso sí, pero exporáneo también más que todo se han llevado el efectivo y mercadería.</p>	<p>Inseguridad Ciudadana</p>
<p>Pregunta 6: Ante un problema ¿Cómo lograba resolverlo? ¿Qué tipo de objetivos se planteaba para hacer crecer el negocio y ser más reconocido?</p>	
<p>Transcripción de respuestas</p>	<p>Categorías</p>
<p>Persona 1: “A veces (...) la mercadería viene ya fallada entonces lo recibo, lo cambio y pierdo porque al cliente tú lo tienes que tener en el bolsillo siempre yo puedo perder, pero el cliente no, ni a ponerme a discutir. Mira fui aprendiendo de que hay que estar viendo televisión, salían personajes y decía a mis hijos háganme ver, yo misma tenía que volver a ser niña (...) tener un alma de niña porque el niño se desespera por algo que le haga bonito para un niño”.</p>	<p>Conocer las nuevas modas</p>
<p>Persona 2: “Si el producto estaba defectuoso se cambiaba o se arreglaba, pero quedando bien con el cliente. El lema de mi papá era que venga la gente traiga el dinero que aquí se quede porque tenemos los productos que necesita y así se vaya contento. La idea de mi papá siempre ha sido abrir sucursales, pero hasta ahora no se ha dado porque requiere dedicación”.</p>	<p>Variedad de Productos</p>

<p>Persona 3: “Digamos que, en la época baja, mi mamá tenía su dinero ahorrado y con ese cubría las épocas bajas, en los problemas que había, ahí entre todos le ayudábamos, le apoyábamos, no dejamos que le pase nada, le acompañábamos”.</p>	<p>Trabajo en equipo</p>
<p>Persona 4: “Los problemas que se presentan mayormente en un negocio es cuando no hay por ejemplo en cualquier tipo de negocio cuando no hay fluidez de tu servicio o de tu producto, cuando no hay salida no hay venta, entonces para eso siempre va a haber en toda empresa, va a haber siempre a veces ventas bajas o si tu vendes un servicio nadie requiere tu servicio, entonces los problemas ya para eso ya uno ya tiene que ya, por ejemplo yo ya sé mi tipo de negocios que tiempo son bajos entonces yo esos meses ya traigo productos más accesibles al mercado, que sean accesibles para una ama de casa porque es como que tú sales a la calle y ves cuánto está un producto y sobrepasa tu costo ya no lo vas a comprar, pero si ves cosas accesibles que normal no pueden afectar tu economía ahí es donde tú tienes que ingresar, prepararte para eso tipo de riesgos esas cosas, en esas partes por ejemplo en las temporadas a veces uno tiene que ser un poco abierto, en el aspecto cuando ya tú ves que ya se viene el cambio de temporada, tú ya entras a lo que son las ofertas, los remates, porque que haces con un producto que ya pasó que ya cierra la temporada y lo que es ropa cada cierto tiempo cambia de moda y si no lo logras vender no lo puedes guardar para el próximo año porque ya esa ropa esa moda ya no la utilizan, entonces ya para eso cuando son los cambios de temporada hago los remates, a veces pueden ir al costo o a veces un poco menos, pero a veces mucha gente no entiende porque es un poco cerrado de que te sirve tener un producto porque no lo piensas vender al costo”.</p>	<p>Conocimiento del Negocio</p>
<p>Persona 5: “Nunca hubo problemas, todos trabajamos en familia, el negocio fue creciendo, el objetivo de uno era pues vender, satisfacer al cliente, que el cliente se vaya contento y pueda regresar, porque si tú lo atiendes mal, tu comida no tiene sazón no tiene nada, el cliente viene por primera vez y ya no vuelve más, entonces uno tiene que tratar de satisfacerlo para que pueda regresar y así es gente viene semanalmente, no se olvidan del restaurant vienen a verme, conversan conmigo, dialogan y se van tranquilos agradeciendo”.</p>	<p>Satisfacción al cliente</p>
<p>Persona 6: “Si ha habido problema con los clientes en lo que se refiere a los créditos hay muchos clientes que no han podido pagar hasta se han olvidado, (...), no he tomado casos legales sino con exigencia de cobranza y otros que no han pagado se quedó allí nomas. Hasta nos vemos vienen te conversan que han pasado estas cositas, pero quiero comprarte y se</p>	<p>No menciona</p>

atendido sin poner diferencias decir que me debes y no te vendo conmigo eso no va, aunque manteniendo una deuda hemos seguido atendiéndoles”.	
Pregunta 7: ¿Cómo motivaba a sus trabajadores en los inicios del negocio? ¿Cree usted que contando con otros trabajadores hubiera logrado los mismos resultados?	
Transcripción de respuestas	Categorías
Persona 1: “Enseñándoles cómo deben vender y tender. Contar con otros trabajadores no porque al final te roban ”.	Enseñando Mala experiencia
Persona 2: “Que tenemos que estar aquí pendiente atender al público y tratar de comprar y tener y todo lo que el público necesita, las necesidades de la gente (...), que el público se su producto y salga contento”. “Considero que no, porque nosotros 7 nos apoyamos (...), y un personal familiar que no sea, y una persona extraña bueno tienes que tener mucha suerte aparte que tienes que pagarle un sueldo”.	Atender al cliente. Desconfianza
Persona 3:	Liderazgo Mala experiencia
Persona 4: “Les doy incentivos de acuerdo a su desenvolvimiento, si veo que le ponen ganas y se esfuerzan por vender más, les doy un adicional a su salario acordado . Todas las personas son diferentes, no todas tienen las mismas ganas de trabajar, yo iba viendo el personal con el que contaba y si lo notaba ineficiente le agradecía y buscaba otro”.	Incentivos
Persona 5: “Tenemos que decirle que traten bien al cliente, que estén bien vestidos que estén limpios que sean amables con el cliente, es la motivación más grande no, tratar bien al cliente; es difícil trabajar con gente ajena, con gente de afuera porque a veces son malcriados, no les guste que el cliente les mire mal o alguna cosa, yo he experimentado eso, muchas quejas tenía yo con una persona que trabajó acá que no les gustaba eso, siempre hay problemas me ponía mala cara, entonces solamente dedicarme a trabajar con mi nieta, mi nuera, mi esposa, mis hijos, en familia más tranquilo porque tienen amor al restaurante para cuidar la imagen del restaurante”.	Atención al cliente Mala experiencia
Persona 6: “Hasta ahora mis exigencias es el trato a los clientes, las atenciones las palabras que le corresponden respeto y ser continuos no hay que desmayarse siempre hay que estar de pie al horario”.	Atención al cliente
Pregunta 8: ¿Cómo fue el ambiente de trabajo en el negocio durante los primeros años? ¿Cómo eran atendidos los clientes?	

Transcripción de respuestas	Categorías
Persona 1: “Bueno le converso porque yo ya se decorar entonces yo le sugiero que así, le doy ideas a veces guardo modelos y digo hágalo así, entonces eso les gusta hay no la señora nos orienta”.	Buen trato
Persona 2: “Si aquí mi papá da la confianza (...) y apoyarnos ante cualquier necesidad porque todos no estamos en una situación estable llega un momento en que te falta el dinero una emergencia de salud por ejemplo hay como apoyar a los hermanos o a la misma familia”.	Confianza
Persona 3: “El trato era amable, por eso es que aquí nosotros en este negocio tenemos gente casi como seleccionada, cualquier tipo de gente no entra, esos peleadores tomadores que vienen de por arriba se pelean, acá no entran porque no es su ambiente porque no les dejo entrar, mareados por ejemplo aquí no entran, solo sanos, vienen a comer o si vienen a tomar una cerveza vienen pero sanos, mareados no, si ya los veo que están mareados, medio que por ahí hablando medio feo, chao hasta acá nomas, mientras las personas se sigan portando bien, hablen bien no hay problema, porque hay personas que tienen la mareades bien bonita, se marean, se van señora gracias, estuvo buena la atención y se van normal pero hay otros que no, con dos tres cervezas ya están locos ya, yo los boto porque ya no les doy más”.	Amabilidad y confianza
Persona 4: “Tratamos de todos llevarnos bien, estar en confianza, cualquier duda o inconvenientes que tengan los trabajadores me lo hacen saber, siempre se atendió de la mejor manera posible”.	Confianza
Persona 5:	Armonía
Persona 6: “Está hecho a la confianza , entonces basado en eso, estoy asignado el trabajo que tienen que realizar (...), hasta nos pasamos del horario podemos quedarnos una horita más”.	Confianza
Pregunta 9: ¿Cree usted que la inversión propia fue suficiente para el negocio?	
Transcripción de respuestas	Categorías
Persona 1: “Era propia mira en ese momento porque no lo manejaba bien el negocio y entonces con ese poco yo podía manejarlo y era primera vez que era comerciante”.	Control del negocio

Persona 2: “En ese momento si, después más adelante con la demanda ya tuvimos que recurrir a préstamos para abastecer al público”.	Base para iniciar
Persona 3: “Yo pienso que si una persona es responsable aunque tú saques un préstamo y sepas manejar tu negocio lo vas a sacar adelante, pero también sabiendo a qué tipo de negocio te vas a meter pues no, porque a veces también tú puedes ser muy responsable, pero te metes a un negocio donde tú no sabes manejar y te va mal, si yo misma ahora con la experiencia que tengo en el negocio, la cervecería nos da un tope mínimo de compra para nosotros comprar la cerveza a la semana y a veces este no puedo manejar cuando el negocio está bajo, es difícil, porque imagínate que suponiendo esta semana tengo que pagar cinco mil y el negocio está bajo de donde pago, hay que tener por ahí un guardadito para poder cubrir pues no, porque uno nunca sabe, a veces no se vende pero si se vende bacán pues ya no agarras lo que tienes guardado”.	Control del negocio
Persona 4: “Yo inicié con mis ahorros y unos ahorros de mis padres que me prestaron, para iniciar si fue suficiente pero considero que los préstamos en los bancos es un mal necesario pues uno tiene que ir sacando préstamos para tener un historial crediticio, porque si más adelante cuando tu negocio crece necesitas sacar un préstamo y no cuentas con historial crediticios es difícil conseguir un buen préstamo con condiciones favorables, por eso es mejor ir sacando préstamos así sea en pequeñas cantidades porque más adelante es de mucha ayuda”.	Conté con el apoyo de mis padres
Persona 5: “Nosotros hemos trabajado con bancos, pero con poca plata, no mucho, no hubo problemas para pagar al banco si salía (...)”.	Irrelevante
Persona 6: “Yo he tenido un capital propio para iniciar y solo fue un inicio un cimiento, pero tras el crecimiento, necesidades que hemos requerido el apoyo de entidades, por primera vez fue difícil adquirir un préstamo a persona nueva hay una pequeña duda, desconfianza pensando cómo va ser el cliente (...), pero con el cumplimiento que has hecho las puertas se abren y un préstamo hemos cuidado bastante pagando puntual”.	Base para iniciar
Pregunta 10: ¿Cómo era la calidad de su producto o servicio que ofrecía en sus primeros años? ¿Cómo era la de su competencia?	
Transcripción de respuestas	Categorías
Persona 1: “Bueno la calidad era buena porque yo misma iba a Lima y buscaba lo mejor para mis clientes a precios bajos y que sean agradables y bonitos . Considero que mi calidad fue mejor que los demás porque mis	Calidad Buena y precios bajos

caseros incluso me exigían abrir más temprano y me decían que paso ya no quiere atender la buscando desde temprano”.	
Persona 2: “No conocíamos casi nosotros muchos productos porque estábamos empezando, los mismos distribuidores nos decían este producto sale hasta que ya nosotros mismos nos hemos dado cuenta que productos sales, de que marca, que es lo que tiene más demanda, siempre lo económico (...), invertimos más porque la gente consume más”.	Calidad Regular
Persona 3: “Digamos que nosotros vendíamos de acuerdo a lo que nosotros en la casa consumíamos , por decir si nosotros comíamos un queso, el queso que nosotros consumíamos lo vendíamos al cliente, algo bueno pues no, tampoco vamos a decir ya yo como lo bueno pero para al cliente hay que darle lo feo, no pues no, de repente eso le subía un poquito el costo al desayuno digamos, y como que la gente está acostumbrada a comer un poco más barato (...) no vendemos ceviche que no sea..., ósea el mínimo el plato esta quince soles (...) el pescado es tramboyo, no vendemos de otro tipo, a veces cabrilla pero que sea fino, no vendemos cualquier pescado”.	Calidad Buena
Persona 4: “La calidad siempre fue buena, tal vez no la mejor del mercado, pero a los precios que se vendían y venden es la mejor calidad que se puede ofrecer, como mencioné antes no enfocamos en precios accesibles , pero manteniendo una buena calidad pues eso es lo que busca el cliente, que pueda estar al alcance de su bolsillo pero que a la vez sea bueno”.	Calidad Regular y precios accesibles
Persona 5: “Bueno nunca me he dado cuenta de eso, siempre me he dedicado a lo mío y no he mirado otros lados, a veces vienen los clientes y se quejan y dicen allá no me gustó eso por esto por esto”.	Calidad buena No tomo en consideración
Persona 6: “Bueno la calidad que se ofrecía siempre hasta hora se ha mantiene la calidad que el cliente mismo lo solicita, yo empecé a vender de primera para que el cliente utilice y no tenga problemas (...) entre con productos nuevo y seminuevo y prestaba más garantía ”.	Calidad Buena
Pregunta 11: Ante nuevas tendencias o novedades ¿Que exigía el cliente en los productos y servicios? ¿Fue difícil cumplir con las exigencias del cliente?	
Transcripción de respuestas	Categorías

<p>Persona 1: “Exigía precios accesibles porque la gente consulta saca proformas por un lado otro lado y a veces te dicen allá esta menos. A veces ellos ven en otros lados y piden esos productos y yo no lo he visto cuando voy a Lima lo busco”.</p>	<p>Precio accesible</p> <p>Nuevos Productos</p>
<p>Persona 2: “La gente que entra por ejemplo que te digo mi vecino que usa siempre un tomacorriente cada tiempo que se malogra él con esa confianza que le duro, el precio viene y lo compra”.</p>	<p>Disponibilidad del producto</p>
<p>Persona 3: “No tanto, porque mientras tú le des un producto bueno y que sea agradable para ellos es suficiente, lo que ellos quieren es que sea agradable, ósea ellos prueban y si les gustó regresan, basta que no les guste y ya no regresan nunca más, el otro plato que casi último se empezó a vender fue el arroz con marisco”.</p>	<p>Calidad</p>
<p>Persona 4: “Siempre se trata de traer lo más a la moda que pueda haber, sin embargo siempre hay algunas cosas que no se tiene en el negocio, a veces preguntas por ciertos modelos o zapatos, lo cual no vendemos en esta empresa, pero se trata de estar a la moda, si tenemos stock de una temporada y ya va a terminar tratamos de rematarlo así sea al mismo costo o a veces por debajo del costo, porque sabemos que esa ropa ya no se va a vender el próximo años, pues las modas cambian”.</p>	<p>Últimos modelos</p>
<p>Persona 5: En el principio sí, pero después ya supimos acomodándonos, viendo los motivos que había, entonces lo íbamos renovando lo íbamos cambiando, para quedar bien con el cliente para que puedan regresar, acá lo que se trata es que regresen no, porque si regresan pues es porque está bien no.</p>	<p>Variedad de productos</p>
<p>Persona 6: “Lo que el cliente exige calidad y un buen producto que cuando tenían que envasar sus productos quiere que el producto esté bueno eso es lo que exige el cliente. En segundo lugar, exige los precios de acuerdo a su economía. No fue difícil porque el producto siempre se encontraba en el mercado”.</p>	<p>Calidad y precios bajos</p>
<p>Pregunta 12: En su opinión ¿Qué razones cree usted que han hecho que su negocio crezca, haya logrado el éxito y no quebrado en el intento? ¿Cuál cree que se la causa principal para que muchos emprendimientos fracasen?</p>	
<p>Transcripción de respuestas</p>	<p>Categorías</p>

<p>Persona 1: “Considero que tratar bien a tus clientes es importante porque ellos hacen crecer el negocio y los precios accesibles porque la gente busca lo barato y bonito. Los negocios fracasan por no tienen clientes y no están atentos lo que busca el cliente que cosas nuevas”.</p>	<p>Buena atención</p> <p>Precios accesibles</p>
<p>Persona 2: “Bueno de las cosas es que estamos prácticamente solos, no tenemos una competencia, otra que tenemos la variedad de productos, esos son los principales. Nosotros trabajamos hasta los feriados porque son los días que más ventas tenemos, aunque parezca mentira porque en la casa siempre hay algo que acomodar, arreglar y ves caras que otros días no los ves (...) y así gente de lejos viene porque sabe que nosotros somos los únicos que en feriado trabajamos.</p> <p>Por esta zona yo pienso que cierran por el poco público que tengan, otra mala administración, sacar un crédito y no lo pudiste devolver y te quedaste endeudado”.</p>	<p>Únicos en el mercado</p> <p>Variedad de productos</p>
<p>Persona 3: “Perseverancia, en épocas bajas que casi no se vendía nada, sin embargo, seguía en su negocio a pesar de todo, y en épocas altas también vendía muy bien”.</p> <p>“Los negocios fracasan porque a veces no conocen el negocio al que se meten y muchos casos cuando empiezan a ver que el negocio les va mal se rinden y cierran”.</p>	<p>Perseverancia</p>
<p>Persona 4: “La experiencia, la experiencia que yo tengo con mi familia trabajando desde joven, trabajando en el negocio de mis padres”.</p>	<p>Conocimiento del negocio</p>
<p>Persona 5: “La atención sobre todo la atención y yo mismo personalmente los atiendo, los trato con cariño, con amor a todos porque sin ese cariño el cliente no se sentiría feliz, la fidelidad del cliente por la amistad que tienen conmigo por el cariño que me tienen por haber sido un ídolo acá en Chimbote. Algunos negocios fracasan por la sencilla razón, a veces la ubicación del restaurante, a veces de repente la mala atención que tienen, la mala sazón del cocinero, todos esos factores influyen a veces para quebrar, y si a veces uno con tanto amor hace una cosa y a las finales no resulta y tú pagas arriendo vas a tener que cerrar porque no puedes pagar (...) contar con un local propio ha sido una gran ayuda porque de local no pagas, lo importante es no pagar arriendo porque el arriendo es el que te mata, porque tienes que pagar luz agua y un restaurante pagas luz comercial agua comercial autoevaluó comercial, no hay ayuda inclusive como negocio más le atacan aun, no hay incentivos de las autoridades, la municipalidad si capacita pero hay que pagar, ellos te dan un carnet de capacitación, la capacitación es que tiene que estar bien limpio esto que</p>	<p>Buena atención, ser conocidos, local propio</p>

<p>tiene que estar esto acá, es obligatorio cada 6 meses, acá hay que tener carnet, el carnet también tenemos que pagarlo pero todas las veces es lo mismo, ellos lo hacen más por el pago, no porque lo que capacitan, porque la capacitación es igual todas las veces que tú vas, las mismas cosas, deberían añadir nuevas cosas por algo cobran porque eso se paga, son cuarenta y tantos soles que se pagan por seis meses, ahora si tú no tienes esas cosas te ponen papeleta, defensa civil de todas esas cosas tienes que pagar, si tienes propaganda tienes que pagar, si tienes avisos dos tres avisos tienes que pagar, por ejemplo esa pequeña carreta que está fuera de la casa no es tuyo, es del municipio, (...) se tiene que pagar 480 soles por derecho de poner esa carreta ahí y vender, deben pagar porque si no lo levantan, parece mentira pero todo lo ven pago, por eso hay gente que por pago de eso, por pago de arriendo todo eso quiebran, la municipalidad se encarga de ver eso, cada vez que vienen te piden los certificados de pago, vienen quincenal una vez al mes”.</p>	
<p>Persona 6: “La primera razón es la responsabilidad que uno tiene y la seriedad en el trabajo y las atenciones en tercero hay muchos negocios que tienden a un fracaso y si no se cuenta con esas virtudes las cosas a veces fracasa, mal trato al cliente, por el producto que ofreces y no es continuo en el trabajo”.</p>	<p>Responsabilidad Seriedad en el trabajo</p>

Anexo 9: Tablas y gráficos de las entrevistas

Tabla 7. Edad

EDAD	ENTREVISTADOS	
	N°	%
ÚNICO EN EL MERCADO	1	17%
INGRESOS	2	33%
APRENDER	1	17%
IRRELEVANTE	1	17%
FAMILIA	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

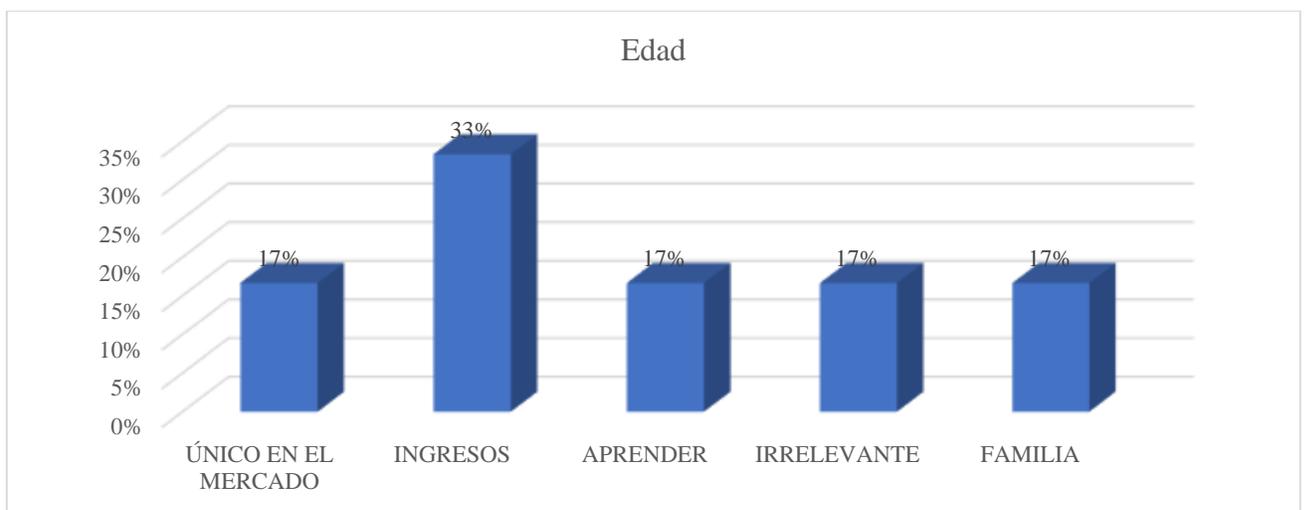


Figura 8. Edad.

Fuente: Tabla 7.

Interpretación:

En la figura número 8, se puede identificar que, del total de los entrevistados a la edad que tuvieron fueron únicos en el mercado (17%), ya contaban con ingresos para iniciar (33%), aprendieron de sus errores (17%) y la familia (17%) influyo para poder iniciar el negocio.

Tabla 8. Oportunidades para iniciar el negocio.

OPORTUNIDADES PARA INICIAR EL NEGOCIO	ENTREVISTADOS	
	N°	%
BENCHMARKING	1	17%
AHORROS PROPIOS	1	17%
LOCAL PROPIO	2	33%
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO	1	17%
ÚNICO EN EL MERCADO	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

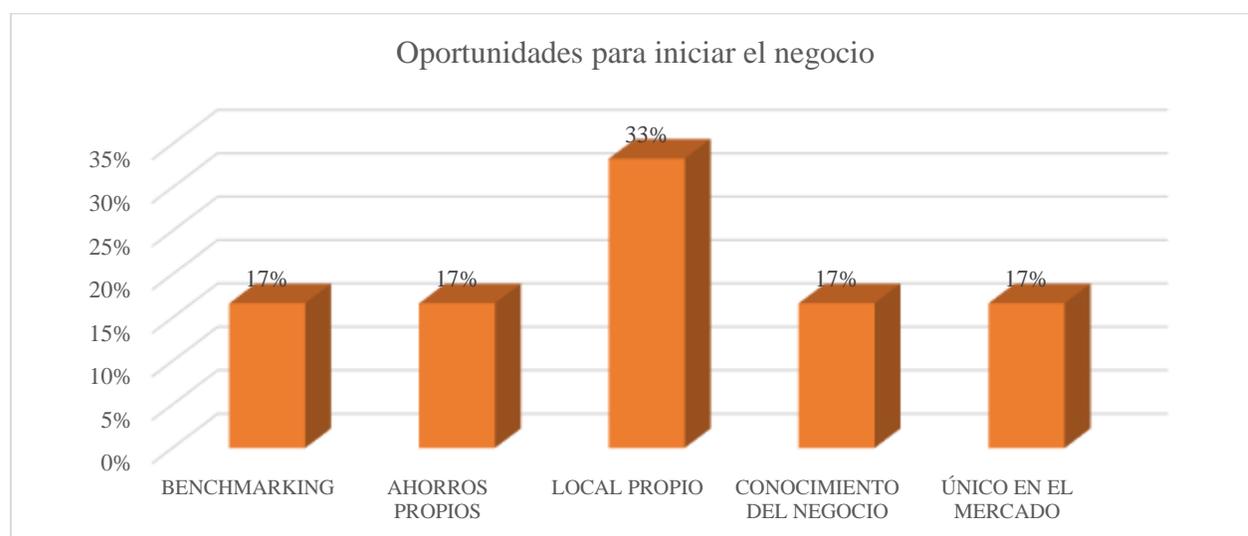


Figura 9. Oportunidades para iniciar el negocio.

Fuente: Tabla 8.

Interpretación:

En la figura número 9 se puede identificar que, del total de los entrevistados manifestaron que las oportunidades para iniciar el negocio fueron por el uso del benchmarking (17%), contaban con ahorros (17%) y local propio (33%), tenían conocimientos del negocio (17%) y también por ser únicos en el mercado (17%) favoreció para poder iniciar el negocio.

Tabla 9. Motivo de independizarse y tomar sus decisiones.

MOTIVO DE INDEPENDIZARSE Y TOMAR SUS DECISIONES	ENTREVISTADOS	
	N°	%
GENERAR INGRESOS	2	33%
TIEMPO CON LA FAMILIA	2	33%
SER SU PROPIO JEFE	1	17%
TRABAJO NO RENTABLE	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

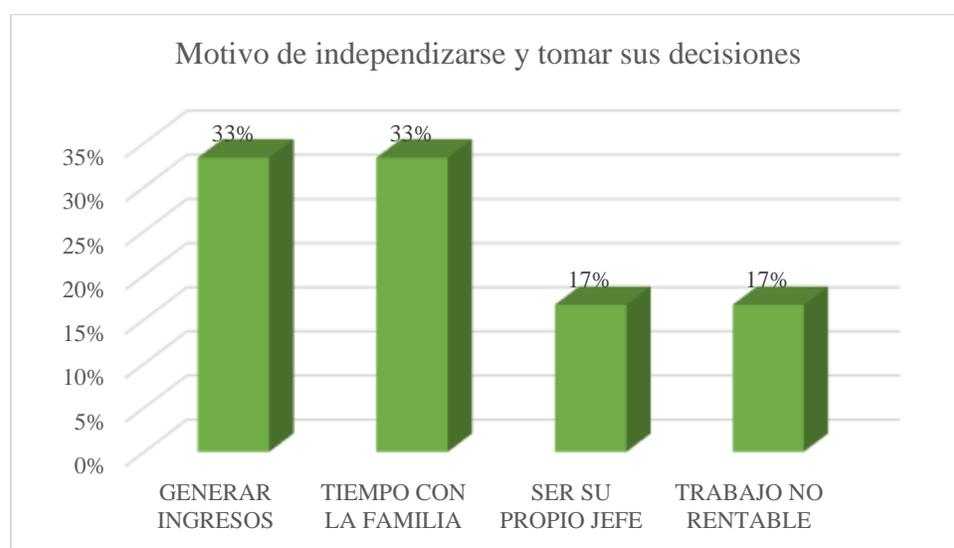


Figura 10. Motivo de independizarse y tomar sus decisiones.

Fuente: Tabla 9.

Interpretación:

En la figura número 10 se puede identificar que, del total de los entrevistados manifestaron que el motivo de independizarse y tomar sus propias decisiones fue porque querían generar sus propios ingresos (33%), pasar más tiempo con la familia (33%), no depender de una nadie y ser su propio jefe (17%), y también porque el trabajo que realizaban no les eran tan rentable (17%).

Tabla 10. Satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes

SATISFACER LAS NECESIDADES Y DESEOS DE SUS CLIENTES	ENTREVISTADOS	
	Nº	%
PRECIOS BAJOS	2	33%
VARIEDAD DE PRODUCTOS	1	17%
BUEN TRATO Y BUENA CALIDAD	1	17%
ATENCIÓN AL CLIENTE	1	17%
ACCESIBILIDAD AL PRODUCTO	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

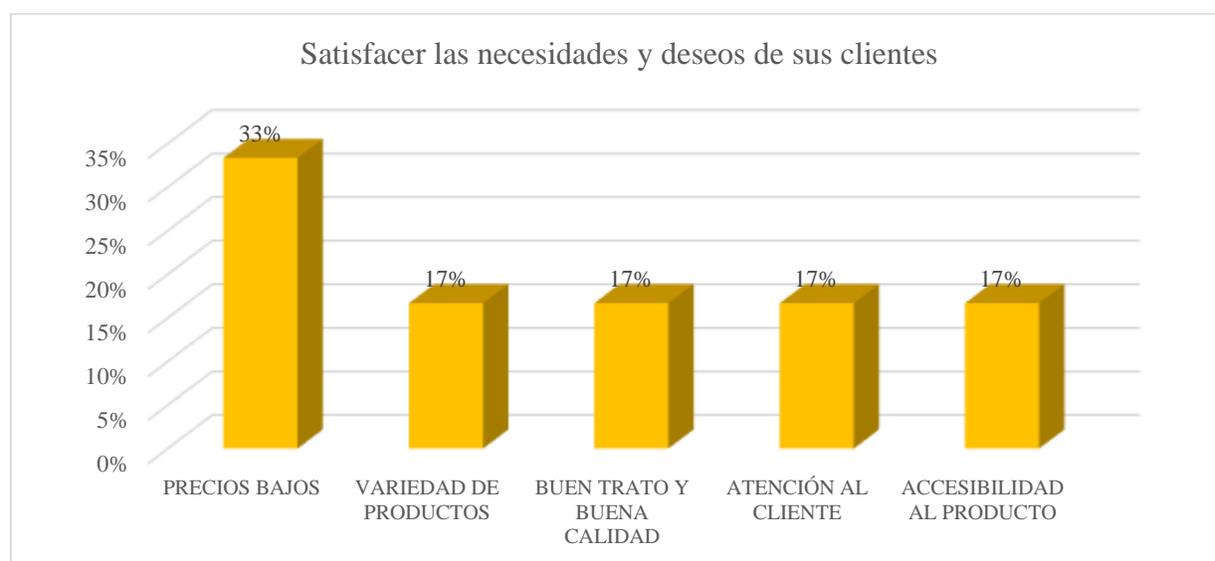


Figura 11. Satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes.

Fuente: Tabla 10.

Interpretación:

En la figura número 11 se puede identificar que, del total de los entrevistados manifestaron que satisfacen las necesidades y deseos de sus clientes con precio bajos (33%), contando con una variedad de productos (17%), un buen trato y buena calidad (17%), con buena atención al cliente (17%) y por tener el producto accesible (17%).

Tabla 11. Riesgos que asumió

RIESGOS QUE ASUMIÓ	ENTREVISTADOS	
	Nº	%
SOBRE STOCK Y CAMBIO DE TEMPORADA	1	17%
INSEGURIDAD CIUDADANA	4	67%
MAL MANEJO DEL NEGOCIO	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

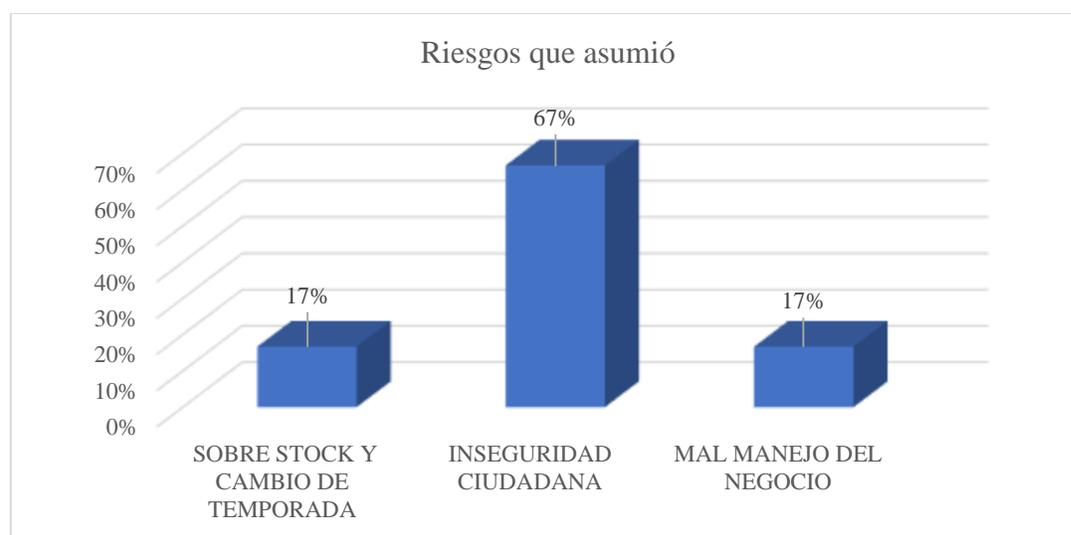


Figura 12. Riesgos que asumió.

Fuente: Tabla 11.

Interpretación:

En la figura número 12 se puede identificar que, del total de los entrevistados manifestaron que los riesgos que más asumieron fueron contara con un sobre stock, cambios de temporada (17%), la inseguridad ciudadana (67%) siendo el más representativo y por último, un mal manejo del negocio (17%).

Tabla 12. *Ante un problema como lo resolvía*

ANTE UN PROBLEMA COMO LO RESOLVIA	ENTREVISTADOS	
	N°	%
CONOCER LAS NUEVAS MODAS	1	17%
VARIEDAD DE PRODUCTOS	1	17%
TRABAJO EN EQUIPO	1	17%
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO	1	17%
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	1	17%
IRRELEVANTE	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

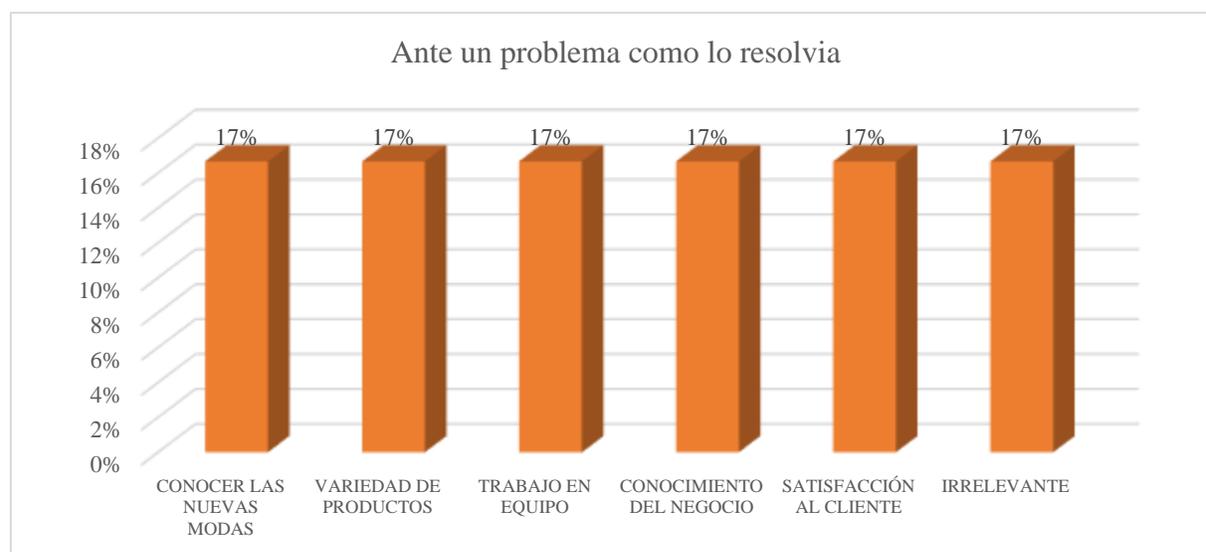


Figura 13. *Ante un problema como lo resolvía.*

Fuente: Tabla 12.

Interpretación:

En la figura número 13 se identifica que, del total de los entrevistados manifestaron que ante un problema lo resolvían conociendo las nuevas modas (17%), contando con variedad de productos (17%), el trabajo de equipo (17%) conociendo el negocio (17%) satisfacción del cliente (17%).

Tabla 13. Motivación a sus trabajadores

MOTIVACIÓN A SUS TRABAJADORES	ENTREVISTADOS	
	N°	%
ENSEÑANDO	1	16.7%
ATENDER AL CLIENTE	3	50.0%
LIDERAZGO	1	16.7%
INCENTIVOS	1	16.7%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

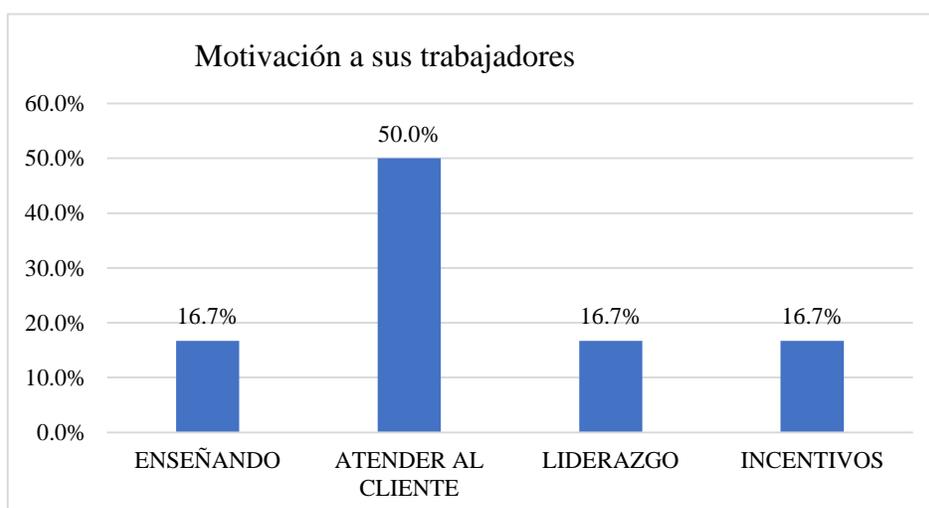


Figura 14. Motivación a sus trabajadores.

Fuente: Tabla 13.

Interpretación:

En la figura número 14 se identifica que, del total de los entrevistados, el 50% mencionó que en los inicios del negocio motivó a sus trabajadores explicándoles como debe ser la atención al cliente, y con un 16.7% encontramos a enseñando, liderazgo e incentivos.

Tabla 14. Ambiente de trabajo.

AMBIENTE DE TRABAJO	ENTREVISTADOS	
	N°	%
BUEN TRATO	1	16.7%
CONFIANZA	4	66.7%
ARMONÍA	1	16.7%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

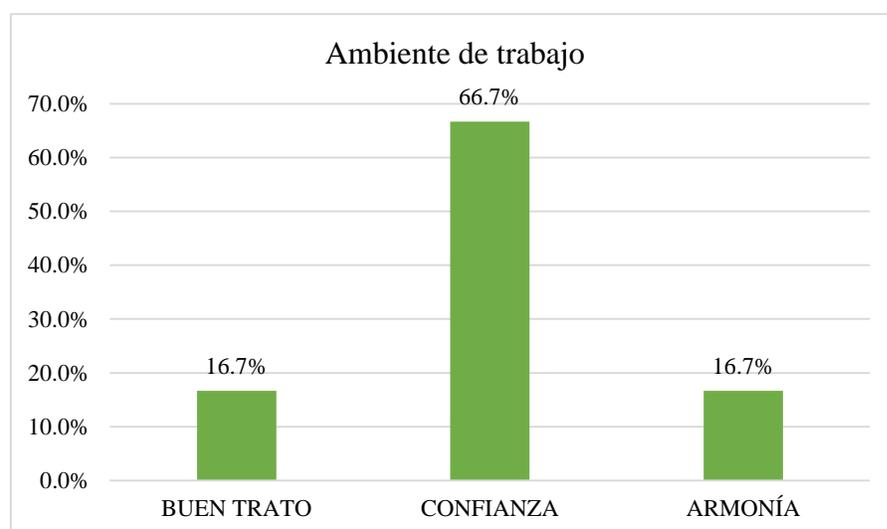


Figura 15. Ambiente de trabajo.

Fuente: Tabla 14.

Interpretación:

En la figura número 15 se identifica que, del total de los entrevistados el 66.7% mencionó que el ambiente de trabajo en los inicios del negocio se basaba en confianza, y con un 16.7% encontramos a buen trato y armonía.

Tabla 15. *Inversión propia para el negocio.*

INVERSIÓN PROPIA PARA EL NEGOCIO	ENTREVISTADOS	
	N°	%
CONTROL DEL NEGOCIO	2	33%
BASE PARA INICIAR	2	33%
APOYO DE PADRES	1	17%
IRRELEVANTE	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

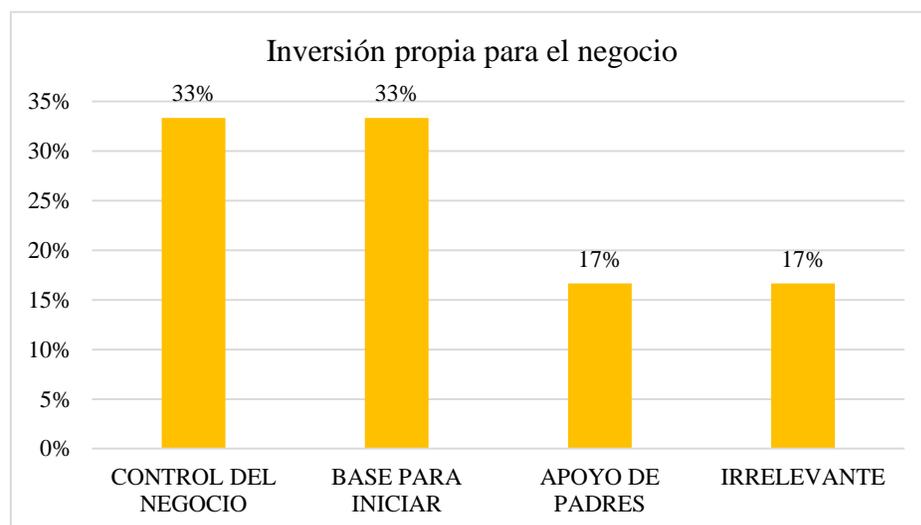


Figura 16. *Inversión propia para el negocio.*

Fuente: Tabla 15.

Interpretación:

En la figura número 16 se puede identificar que, del total de los entrevistados un 33% mencionó que la inversión propia permitió que pudieron tener el control del negocio, otro 33% mencionó que la inversión propia permitió tener una base para iniciar el negocio, y un 17% mencionó que contaron el apoyo de sus padres y otro 17% mencionó que iniciar el negocio con inversión propia es irrelevante.

Tabla 16. *Calidad de su producto o servicio*

CALIDAD DE SU PRODUCTO O SERVICIO	ENTREVISTADOS	
	N°	%
BUENA	4	67%
REGULAR	2	33%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

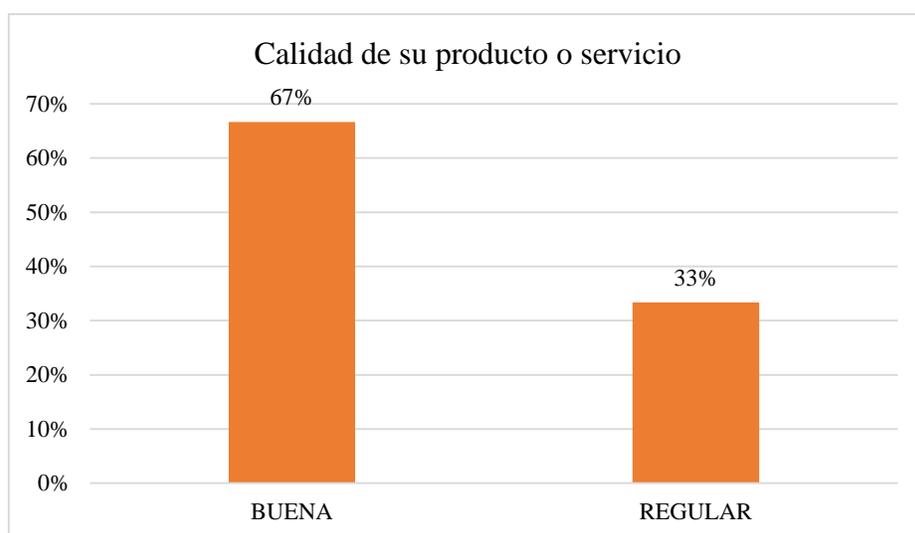


Figura 17. *Calidad de su producto o servicio.*

Fuente: Tabla 16.

Interpretación:

En la figura 17 se puede identificar que, del total de los entrevistados el 67% mencionó que la calidad de sus productos o servicios a los inicios del negocio era buena y el 33% mencionó que la calidad de sus productos o servicios a los inicios del negocio era regular.

Tabla 17. Exigencias del cliente en los productos o servicios

EXIGENCIAS DEL CLIENTE EN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	ENTREVISTADOS	
	Nº	%
PRECIO ACCESIBLE	1	16.7%
DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO	1	16.7%
CALIDAD	2	33.3%
ÚLTIMOS MODELOS	1	16.7%
VARIEDAD	1	16.7%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

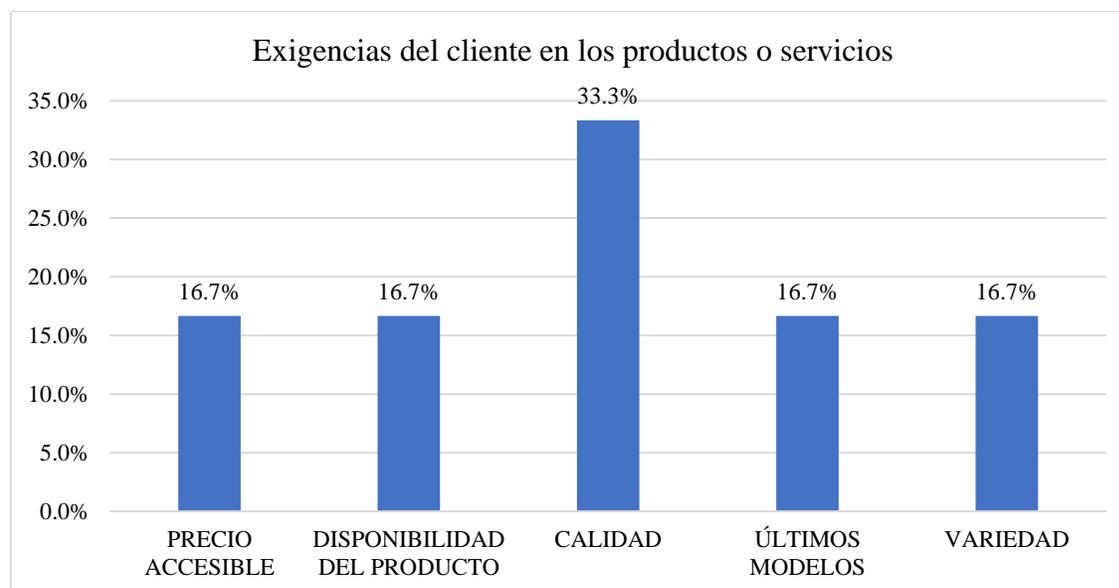


Figura 18. Exigencias del cliente en los productos o servicios.

Fuente: Tabla 17.

Interpretación:

En la figura número 18 se puede identificar que, del total de los entrevistados el 33.33% mencionó que la calidad era lo que exigía el cliente en los productos o servicios, con un 16.7% encontramos a precio accesible, disponibilidad del producto, últimos modelos y variedad.

Tabla 18. Razones que han hecho que su negocio crezca

RAZONES QUE HAN HECHO QUE SU NEGOCIO CREZCA	ENTREVISTADOS	
	Nº	%
BUENA ATENCIÓN, PRECIOS ACCESIBLES, SER CONOCIDOS Y LOCAL PROPIO	2	33.3%
ÚNICOS EN EL MERCADO Y VARIEDAD DE PRODUCTOS	1	16.7%
PERSEVERANCIA	1	16.7%
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO	1	16.7%
RESPONSABILIDAD Y SERIEDAD EN EL TRABAJO	1	16.7%
TOTAL	6	100%

Fuente: Entrevista aplicada a los micros y pequeños empresarios en la zona El Progreso, Chimbote 2019.

Elaboración: Propia

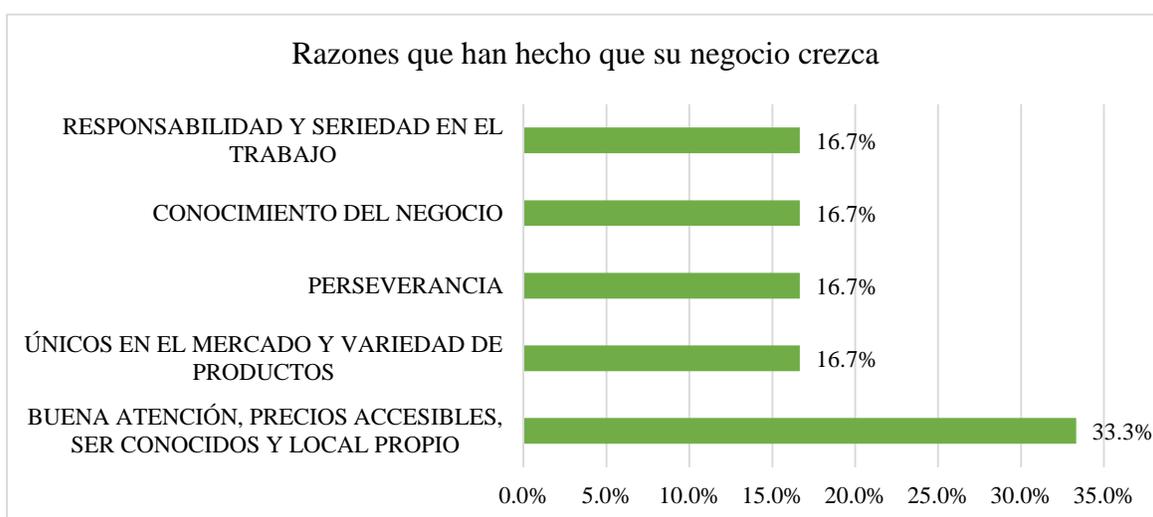


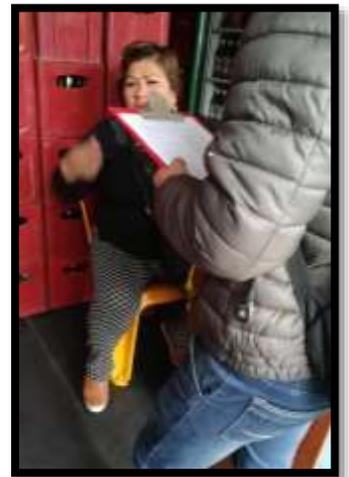
Figura 19. Razones que han hecho que su negocio crezca.

Fuente: Tabla 18.

Interpretación:

En la figura número 19 se puede identificar que, del total de los entrevistados el 33.3% mencionó que la buena atención, precios accesibles, ser conocidos y contar con un local propio fueron las razones que han hecho que su negocio crezca, con un 16.7% encontramos a responsabilidad y seriedad en el trabajo, conocimiento del negocio, perseverancia, únicos en el mercado y variedad de productos.

Anexo 10: Fotos de encuestas Aplicadas a los micros y pequeños empresarios.



Acta de aprobación de originalidad de tesis

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Randall Manolo Gutierrez Chilca, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Chimbote, revisor de la tesis titulada:

"FACTORES DE ÉXITO DE LAS MYPES EN LA ZONA EL PROGRESO, CHIMBOTE 2019", de los estudiantes: Palacios Sánchez Máximo Antonio y Valencia Salazar Edward Abner, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Lugar y Fecha: Nuevo Chimbote 02 de Diciembre de 2019



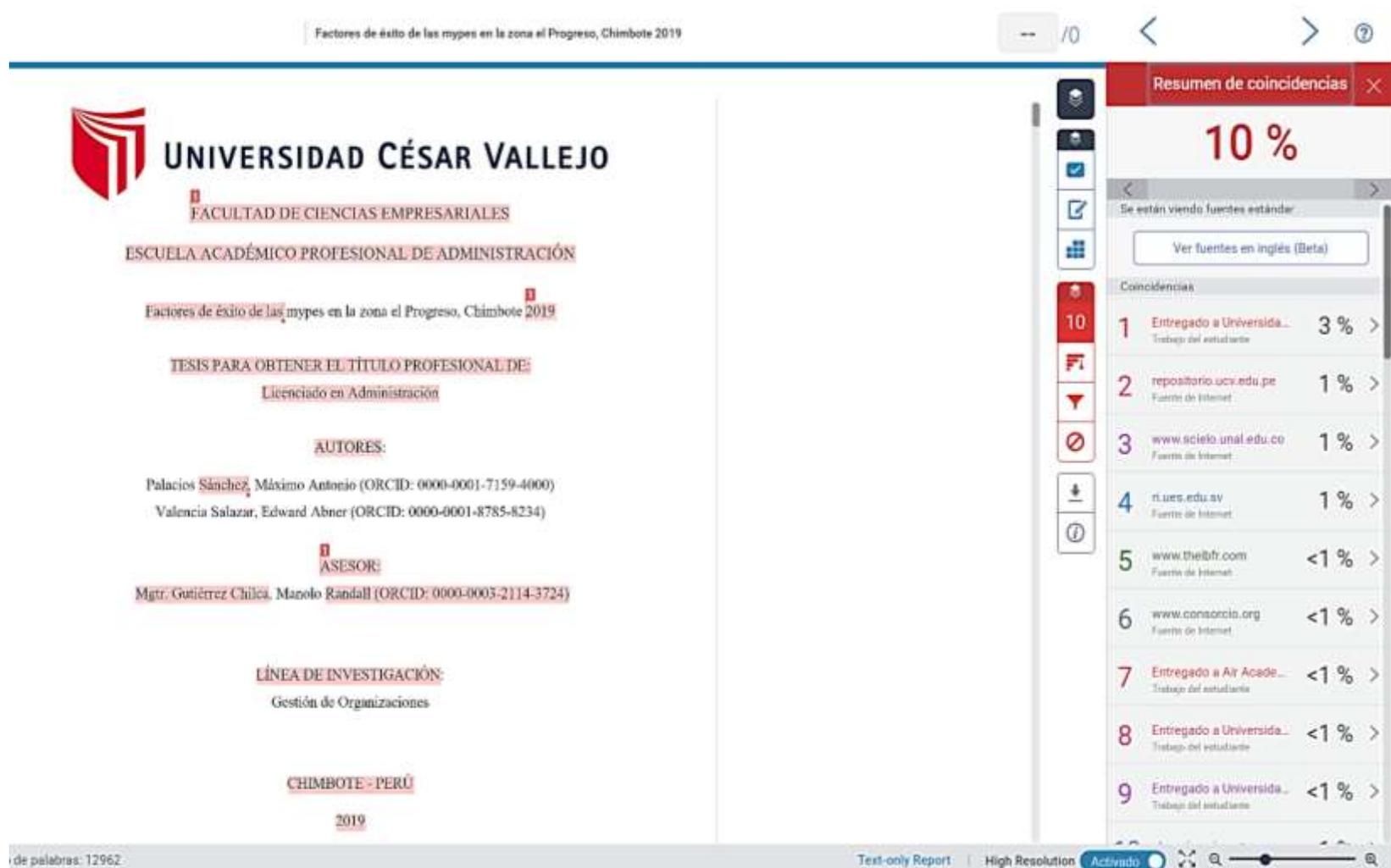
Firma

Randall Manolo Gutierrez Chilca

DNI: 41942904

Captura de pantalla

Factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019



The screenshot shows a mobile application interface. The main content area displays a document page with the following text:

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Factores de éxito de las mypes en la zona el Progreso, Chimbote 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:
Palacios Sánchez, Máximo Antonio (ORCID: 0000-0001-7159-4000)
Valencia Salazar, Edward Abner (ORCID: 0000-0001-8785-8234)

ASESOR:
Mgtr. Gutiérrez Chilcá, Marcelo Randall (ORCID: 0000-0003-2114-3724)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de Organizaciones

CHIMBOTE - PERÚ
2019

de palabras: 12962

Text-only Report | High Resolution Activado

Resumen de coincidencias

10 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	3 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
3	www.scielo.unal.edu.co Fuente de Internet	1 %
4	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet	1 %
5	www.theiftr.com Fuente de Internet	<1 %
6	www.consortia.org Fuente de Internet	<1 %
7	Entregado a Air Acade... Trabajo del estudiante	<1 %
8	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
9	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %

Autorización para la publicación de tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

PALACIOS SANCHEZ MÁXIMO ANTONIO

D.N.I. : 70149470

Domicilio : CALLE BELEN MZ. D LT. 13 - HUARMEY

Teléfono : Fijo : Móvil : 931852709

E-mail : max_palacios_97@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela : ADMINISTRACIÓN

Carrera : ADMINISTRACIÓN

Título : LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Tesis de Post Grado

Maestría

Grado :

Mención :

Doctorado

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

PALACIOS SÁNCHEZ MÁXIMO ANTONIO

VALENCIA SALAZAR EDWARD ADNER

Título de la tesis:

FACTORES DE ÉXITO DE LAS MYPES EN LA ZONA EL PROGRESO,
CHIMBOTE 2019.

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : 

Fecha : 18/12/2019

Autorización para la publicación de tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

VALENCIA SALAZAR EDWARD ABNER

D.N.I. : 70127221

Domicilio : ASENT. H. SANTA CRUZ MZ. 2 LT. 5

Teléfono : Fijo : Móvil : 949947261

E-mail : Edward_vs2011@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela : ADMINISTRACIÓN

Carrera : ADMINISTRACIÓN

Título : LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

PALACIOS SÁNCHEZ MÁXIMO ANTONIO

VALENCIA SALAZAR EDWARD ADNER

Título de la tesis:

FACTORES DE ÉXITO DE LAS MYPES EN LA ZONA EL PROGRESO,
CHIMBOTE 2019.

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha : 18/12/2019

Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:
MÁXIMO ANTONIO PALACIOS SÁNCHEZ

INFORME TÍTULADO:

“FACTORES DE ÉXITO DE LAS MYPES EN LA ZONA EL PROGRESO, CHIMBOTE
2019”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 09/12/2019

NOTA O MENCIÓN: Dieciocho (18)



DR. MANUEL ANTONIO ESPINOZA DE LA CRUZ
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:
EDWARD ABNER VALENCIA SALAZAR

INFORME TÍTULADO:

“FACTORES DE ÉXITO DE LAS MYPES EN LA ZONA EL PROGRESO, CHIMBOTE
2019”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 09/12/2019

NOTA O MENCIÓN: Dieciocho (18)



DR. MANUEL ANTONIO ESPINOZA DE LA CRUZ

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN