



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y
NEGOCIOS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN

TESIS

**LOS PROCESOS CONTABLES Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPES DEL RUBRO FERRETERÍA DE LA CIUDAD DE JAÉN, AÑO
2018**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

BACH. ELAR ISAIAS GONZÁLEZ LOZADA

LINEA DE INVESTIGACION

**DESARROLLO SOSTENIBLE, EMPRENDIMIENTO Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL: SISTEMAS DE NORMAS CONTABLES**

ASESOR

MG. CPCC. SEBASTIAN RAMON LLONTOP

PIMENTEL – PERÚ

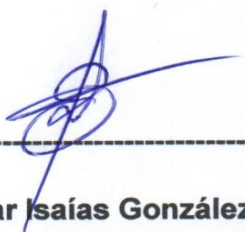
NOVIEMBRE 2019

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

Título de la investigación:

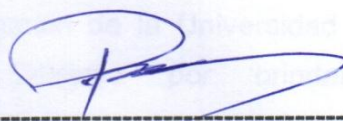
Los procesos contables y la competitividad de las mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

Tesis presentada por el bachiller Elar Isaías González Lozada a la facultad de comunicación, empresa y negocios de la universidad particular de Chiclayo para optar el título profesional de contador publico



Bach: Elar Isaías González Lozada

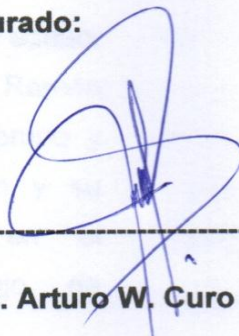
AUTOR



Mg. Cpc. Sebastián Ramón Llontop

ASESOR

Aprobado por el siguiente jurado:



Cpc. Arturo W. Curo Fanning

PRESIDENTE



Mg. Carlos M. Zambrano Aguilar

SECRETARIO



Mg. Julio Sánchez Vásquez

VOCAL

AÑO - 2019

AGRADECIMIENTO

En este trabajo de investigación expreso mi agradecimiento a todas las personas que me brindaron su apoyo y contribuyeron en la elaboración de este trabajo de tesis.

Igualmente agradezco a los docentes de la escuela profesional de contabilidad y tributación de la Universidad Particular de Chiclayo por brindarme sus conocimientos y afianzarlos y plasmarlos en el presente trabajo de tesis.

Asimismo, agradecer a mi asesor Mg. CPCC. Sebastián Ramón Llontop por dedicarme su tiempo y dedicación en la orientación y su contribución incondicional en el desarrollo de este trabajo de investigación.

Al personal de la empresa SEMPCONT S.A.C. por la información brindada para poder lograr los objetivos trazados en esta tesis.

DEDICATORIA

A Dios, es y seguirá siendo mi guía toda mi vida, con sus bendiciones y fortaleza me ha ayudado en el cumplimiento de mis objetivos y metas.

También dedico este Trabajo de Investigación a mis padres Percy Edgardo Gonzáles Vásquez y Etelvina Lozada Cardozo a mis hermanos Romario y Denis, a mi esposa Yuli, a mi hijo Thiago Lionel Gonzalez Pérez, quienes me apoyaron en el desarrollo de mi carrera profesional, con su apoyo incondicional han logrado convertirme en la persona que ahora soy, sobre todo porque con sus consejos, alientos, apoyo moral y espiritual siempre han buscado verme feliz y logrando todo lo que me he propuesto alcanzar.

Elar.

INTRODUCCIÓN

El estudio tuvo como finalidad proponer el mejoramiento de los Procesos Contables para elevar la Competitividad de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, 2018. Porque se observa problemas en los proceso contables de las micro y pequeñas empresas ferreteras, en los documentos fuente, jurnalización, mayorización, en el balance de comprobación, ajuste y reclasificaciones contables, balance de comprobación ajustado y en los estados financieros, situación que puede fundamentar el poco interés por ser una empresa competitiva, es decir no resaltan la marca del producto, descuidan la capacitación del personal y tienen genera problemas para aplicar una buena atención al cliente así como hacer innovación de su producto.

El estudio se fundamenta en un enfoque integrado, con diseño descriptivo con propuesta (Procesos contables), tuvo como muestra 31 empresas ferreteras de la ciudad de Jaén. Se aplicó un instrumento cuestionario para recoger información de la competitividad como variable en estudio. El análisis de los resultados se obtuvo por medio de un proceso estadístico descriptivo básico. Y arrojó la siguiente conclusión:

El nivel de competitividad de las empresas ferreteras de la ciudad de Jaén, en el año 2018 es bajo 74,2%, medio 19,4% y alto 6,5% situación que indica una ligera perspectiva de desarrollo económico empresarial en términos de capital intelectual, conocimiento del mercado, tecnología de la información, gestión de calidad, innovación y precio de los productos. Tomando en cuenta esta realidad se pretende mejorar los procesos contables desde el apoyo del sistema contable AMICONT.

Palabras Clave: Competitividad y procesos contables.

ABSTRACT

The study had as purpose propose the improvement of the Countable Processes to raise the Competitiveness of the MYPES of the item Hardware store of the city of Jaen, 2018. Because problems are observed in I them process book-keepers of the micro and small companies ferreteras, in the documentary sources, jornalización, mayorización, in the trial balance, adjustment and countable reclassifications, exact trial balance and in the financial statements, situation that can base little interest to be a competitive company, that is to say they do not highlight the brand of the product, neglect the training of the personnel and have it generates problems to apply a good attention to the client as well as to do innovation of his product.

The study is based on an integrated approach, with descriptive design with offer (countable Processes), of 31 companies ferreteras of the city of Jaen. An instrument applied questionnaire to itself to gather information of the competitiveness as variable in study. The analysis of the results was obtained by means of a statistical descriptive basic process. And it threw the following conclusion:

The level of competitiveness of the companies ferreteras of the city of Jaen, in the year 2018 it is under 74.2 %, I happen 19.4 % and high 6.5 % situation that indicates a light perspective of economic managerial development in terms of the intellectual capital, knowledge of the market, technology of the information, management of Quality, innovation and price of the products. Bearing in mind this reality one tries to improve the countable processes from the support of the countable system AMICONT.

Key words: Competitiveness and countable processes.

INDICE

PÁGINA DE JURADO	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INTRODUCCIÓN	v
ABSTRACT	vi
INDICE	vii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	9
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.3.1. Problema General	13
1.3.2. Problema Específicos	13
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	15
1.5.1. Objetivo General	15
1.5.2. Objetivos Específicos	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CIENTÍFICO	15
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	15
2.2. BASE TEÓRICA	19
2.3. BASE CONCEPTUAL	20
2.4. HIPÓTESIS	37
2.4.1. Hipótesis General	37
2.4.2. Hipótesis Específicas	37
2.5. VARIABLES	38
2.5.1. Identificación de Variables	38
2.5.2. Conceptualización de Variables	38
2.5.3. Operacionalización de Variables	39
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.1 TIPO DE INVESTIGACION	41
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	41
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	41

3.4 . MATERIALES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	44
3.5. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	44
3.6. TABULACIÓN DE DATOS	45
3.7. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS DATOS (CUADROS, TABLAS Y GRÁFICOS ESTADÍSTICOS)	45
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	45
4.1 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	45
CAPÍTULO V: ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS	52
5.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	52
5.2. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	54
5.3. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE GESTIÓN DE LOS PROCESOS CONTABLES	57
5.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
A. CONCLUSIONES	63
B. RECOMENDACIONES	64
BIBLIOGRAFÍA	65
ANEXOS	66

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la actualidad equilibrar una política de desarrollo económico empresarial, ligado a la satisfacción de necesidades y expectativas sociales, requiere que las empresas piensen en su competencia competitiva. En este contexto competitivo, las empresas muestran dificultades en el planeamiento económico y en la práctica del negocio, a ello se suma el uso de procesos contables mecánicos, apoyados de sistemas contables poco integrales, lo que dificulta registrar y tratar el capital de una empresa. Específicamente esta realidad genera una problemática desde lo contable y lo competitivo. Para que las empresas alcancen una mejora productiva, tienen que especificar la naturaleza de su negocio, adecuarse a las oportunidades del contexto; velar por una buena gestión, aplicar estrategias de negociación fundamentales, brindar servicios con conductas valorativas para el éxito empresarial; esta situación puede mejorarse en la medida que los procesos contables sean dinámicos, integrales y relacionales con otras grandes empresas, por lo que se requiere un mejoramiento de los procesos contables requeridos para el sistema contable, puesto que no todas pero varias empresas, sea cuales fuese su razón o alcance, piensan y trabajan en su competitividad, algunas sin criterio sistemático, siendo muy importante la definición cuantificable de las cuentas tanto de entradas como salidas con el objetivo de alcanzar sus metas y su desarrollo.

Uno de los problemas de la competitividad empresarial resulta de una función integral de cada área, pues la responsabilidad del área contable no sólo es planear y controlar las entradas y salidas en términos económicos, sino también contribuir que el producto o servicio llegue al cliente garantizando un eficiente proceso de recojo de información, tratamiento y salida con calidad y buena atención.

Constituirse en una empresa competitiva, requiere aplicar un proceso integral en la empresa, por ejemplo la integralidad en una empresa, se da cuando el responsable del área de contabilidad, cumple la función de todos los procesos contables establecidas en la empresa, además innova su función y se vincula con el ambiente del servicio, puesto que a más de estar involucrada en lo que es la economía de la agencia, sabe cuáles son los movimientos de ésta en el servicio que brinda a la ciudadanía. (Marínez, 2009)

Otro aspecto a considerar en la problemática de la competitividad empresarial se refiere a una atención personalizada al cliente, así se tiene que en el Perú muchas empresas no clasifican y categorizan a los clientes de acuerdo a su importancia y frecuencia de demanda, por lo que no brindan un servicio de calidad y de satisfacción al cliente, lo que genera el riesgo que los clientes prescindan de los servicios que la empresa brinda. (Ríos, 2014)

Sin duda el área contable de una empresa no debe perder su función de recopilar, analizar, registrar y documentar todas las transacciones ejecutadas por la empresa, además de detallar los estados financieros estimados en un tiempo determinado, Sin embargo debe apoyar a los procesos de atención a los clientes, condiciones necesarias para que la empresa sea competitiva.

En el entorno actual, ser competitivo es una condición que determina el crecimiento y la permanencia de las empresas en los mercados globalizados y altamente rivalizados, por lo cual la búsqueda de la competitividad se convierte en un reto permanente al que se enfrentan las empresas. Para que una empresa llegue a ser competitiva, requiere de un largo y complejo proceso, donde se articulan las acciones, estrategias y ventajas competitivas que se desarrollan en sus diferentes procesos organizacionales y administrativos. (Castaño & Gutiérrez, Ob-Cid, p. 22)

En este contexto en la ciudad de Jaén se observa que muchas de las Micro y Pequeñas empresas dedicadas al rubro de ferretería, están lejos de aplicar un auténtico concepto de competitividad, más se observa en sus negocios un reajuste a los precios de los productos que ofrece, y sobre esto gira la estrategia de desarrollo económico. Las empresas ferreteras poco toman en cuenta: resaltar la marca del producto, capacitar a su personal y descuidan aplicar una buena atención al cliente. Por lo que tomar en cuenta una sola estrategia de competitividad como el caso del reajuste de los precios, no debe ser la única forma para alcanzar las ventajas económicas. Existen procesos, elementos y estrategias fundamentales que marcan la diferenciación de una empresa a otra y su desarrollo económico; como por ejemplo diversificación del negocio, calidad, innovación, buena atención, marca, etc. Sin embargo esta aspiración no podrá alcanzar los objetivos deseados en la medida que se mejore los procesos contables desde una perspectiva moderna e integral como es el caso de aplicar el sistema contable con procesos acordes con la naturaleza específica del negocio.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La contabilidad internacional engloba un conjunto de recomendaciones de carácter supranacional tendentes a la armonización contable, con el propósito de facilitar la comparación de la información financiera. En la década de los sesenta, la contabilidad internacional se desarrolló en el ámbito de las empresas multinacionales, que realizaban actividades en dos o más países, diversificando sus actividades y buscando beneficios que permitieran financiar su expansión. En las siguientes décadas, estas empresas generaron un importante crecimiento de los negocios internacionales, lo que provocó la necesidad de adaptación de la contabilidad, que debía responder a la internacionalización del mercado de capitales y al registro de las nuevas inversiones directas en el extranjero de empresas con operaciones simultáneas en varios países. Para este tipo de empresas se hizo necesaria la obtención de información financiera comparable, dado que en la mayoría de los casos los

requerimientos de las autoridades financieras diferían considerablemente. Para entender la contabilidad internacional, es necesario tener presente el concepto de sistema contable, entendido como el conjunto de prácticas contables de un país determinado. Se trata de conceptos, principios generales y prácticas contables específicas de un país. En un contexto internacional su definición debe ser válida, a través de una orientación comparativa, para poder delimitar las diferencias existentes en el ámbito contable a nivel internacional.

Así, es lógico que surjan diferencias entre los sistemas contables a nivel internacional, debiéndose estas diferencias, principalmente, a aspectos legales, económicos, políticos, de propiedad o estructura empresarial, culturales, etc. Influyen asimismo factores como la inflación, la normativa contable existente, el nivel de dirección empresarial, el desarrollo económico o el estatus de la profesión.

Es por esto que, aun cuando hubiese un marco normativo internacional, respaldado por un organismo público, resultaría productivo que cada zona, modelo contable o grupo tuviera la posibilidad de desarrollar dicha normativa teniendo muy en cuenta sus condiciones económicas, sociales y políticas.

El Perú en estos últimos años, ha estado en constante crecimiento competitivo logrando resultados macroeconómicos sólidos y así lo señalan los principales indicadores de gestión contables, económicos. Las políticas públicas implementadas han creado escenarios favorables para atraer inversiones en todos los sectores productivos, asimismo las empresas nacionales han desarrollado capacidades sistematizadas para afrontar con éxitos los retos que impone la globalización de los mercados. La mezcla de competencia empresarial, con el desarrollo de capacidades sociales, tecnológicas y económicas ha potenciado el crecimiento a niveles, que al Perú lo ha llevado a las mejores calificaciones de riesgo. Solo a través de la competitividad generalizada de todos los actores

económicos, sociales y políticos se podrá preparar al país para continuar bajo la senda del crecimiento económico.

Las MYPES del rubro ferretería que existen, en la provincia de Jaén son entidades que han sido creadas por una persona natural o jurídica, que tienen como objeto desarrollar actividades de comercialización de bienes.

Estas micro y pequeñas empresas del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, al iniciar sus actividades no cuentan con un presupuesto para contratar a un contador público que trabaje interno que los asesore y les oriente en poder llevar el control en sus registros contables, tributarios, laborales y financieros, lo que conlleva a que hayan costos mal determinados y listas de precios que no cubren los costos totales. La falta de estados financieros reales y no contar con información oportuna para la toma de decisiones, son problemas cotidianos para las MYPES del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, quien para evitar todos estos problemas, prefiere mantenerse en la informalidad. Asimismo, su limitación financiera les obliga a destinar los escasos recursos que poseen de manera poco eficiente y es el empresario quien toma las decisiones financieras en función a las circunstancias para lograr sobrevivir y, en última instancia poder generar utilidades.

La mayoría de las MYPES del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, no cuentan con personal especializado para la planeación, administración y toma de decisiones financieras. La información contable se maneja solo con el fin de cubrir obligaciones tributarias y fiscales, lo cual no refleja la situación real de la empresa. Este enfoque, en la mayoría de casos, no permite conocer la situación económica de la empresa. La preocupación principal de las MYPES es obtener recursos mediatos para poder realizar gastos operativos, sin pensar en una planeación financiera de manera útil, haciendo que la empresa se encuentre en una posición vulnerable donde la toma de decisiones es más bien circunstancial y no analítica

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. Problema General:

¿Por falta de procesos contables hay baja competitividad de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018?

1.3.2. Problemas Específicos:

¿Cuál es el nivel del capital intelectual de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018?

¿Cuál es el nivel de conocimiento de mercado de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018?

¿Cuál es el nivel de tecnología de información en las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018?

¿Cuál es el nivel de gestión de calidad de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018?

¿Cómo es la gestión de los procesos contables de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018?

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

En la práctica: la investigación permite obtener conocimiento del nivel de competitividad aplicada en las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 y adecuar los procesos contables para conducir de manera contextualizada el negocio, tratando de recoger oportunamente información financiera para mejorar su competitividad.

En lo social: La investigación se justifica porque alcanza procesos que permiten clarificar y promover capacidades sociales como por ejemplo obtener conocimiento competitivo empresarial y fomentar una actitud de apoyo desde el área contable para contribuir a elevar la competitividad y mejorar la productividad en las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

En lo teórico: Brinda alcances teóricos al área contable y de ventas a partir de la innovación, la calidad, la valoración intelectual del trabajador y del conocimiento del mercado, con fundamentos de un sistema integral que vinculan los procesos contables y la competitividad para responder con efectividad al desarrollo económico de la empresas.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.5.1. Objetivo General

Proponer el mejoramiento de los Procesos Contables, para elevar el nivel de Competitividad de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar el nivel del capital intelectual de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.
- Determinar el nivel de conocimiento de mercado de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.
- Determinar el nivel de tecnología de información en las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.
- Determinar el nivel de gestión de calidad de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.
- Analizar los procesos contables del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CIENTÍFICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Arellano (2010) en su estudio Diseño de un Manual de Procedimientos Contables para la constructora del Pacífico IMERVEL CIA LTAD, realizado por Arellano Gómez Carlos Esteban, en Quito Ecuador, el objetivo fue: Diseñar un Manual de Procedimientos Contables para “Constructora del Pacífico IMERVAL Cía Ltda.”, basado en los P.C.G.A., las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y la Ley de Régimen Tributario Interno y su Reglamento, con la finalidad de desarrollar una herramienta que facilite el control técnico y económico de los proyectos que la empresa participe, así como para el cumplimiento correcto y oportuno de las obligaciones tributarias, fiscales y laborales con las que debe cumplir en cada período contable. El método de estudio fue el histórico lógico. Arribó a la conclusión: Que la constructora carece de un sistema de control contable interno, ocasionando problemas en la responsabilidad de la estructura organizacional para el control de los activos y los registros financieros.

El aporte de Arellano es muy importante, porque da a conocer que la falta de un control contable interno en una empresa, es una muestra de problemas en los métodos y procedimientos para salvaguardar los activos y la fiabilidad de los registros financieros.

Flores (2015) en su trabajo de investigación, Estrategias financieras para la cooperativa de ahorro y crédito “Unión el Ejido” en el Cantón Cotacachi, Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador, la investigación es descriptiva bibliográfica. El objetivo es elaborar estrategias que permitan una óptima toma de decisiones al momento de conceder un crédito de forma ágil con el control correspondiente evitando la morosidad en el departamento de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Unión el Ejido”. El autor concluye que las estrategias financieras deben tener carácter horizontal y vertical de modo que permitan estimar el comportamiento del estado financiero de la empresa, verificando el cumplimiento de los objetivos, las metas y la planeación.

Barrionuevo (2017), en su trabajo de investigación titulado, El Factoring como herramienta financiera para mejorar la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas textiles de la zona urbana del cantón Ambato durante el año 2015, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. El objetivo de la investigación fue Determinar la relación entre el Factoring como Herramienta financiera y la Rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas de la zona urbana del cantón Ambato durante el año 2015. La investigación es bibliográfica documental. El autor llegó a la conclusión: el factoring como estrategia de gestión, tiene como alcance conocer el desenvolvimiento de clientes, también la contabilización de los cobros, la atención a los deudores, y las líneas de crédito.

(Cabrera, López y Ramírez . 2011)en su trabajo de investigación titulado la “La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio”, realizado en Colombia por Cabrera Martínez Alejandra María; López López Paula Andrea; y Ramírez Méndez Claudia, el objetivo fue realizar un diagnóstico acerca de la competitividad de la Pyme hidalguense con el fin de determinar sus fortalezas y debilidades, para plantear soluciones que les permitan alcanzar el nivel de competitividad que requieren para permanecer en el mercado utilizando la metodología del Banco Interamericano de Desarrollo. La investigación es de campo y documentada. Arriban a la conclusión que los factores determinantes de la competitividad de empresa son: la innovación, el capital intelectual (equipo humano), la calidad, la tecnología, el conocimiento del mercado, la investigación y el desarrollo, la asociatividad (cooperación con otras empresas), las estrategias empresariales, la diferenciación, la productividad, los precios, la gestión financiera, la cultura organizacional, y el servicio.

(Lima, 2012), el estudio titulado “Estrategias de competitividad para PYMES” realizado por Lima Guerrero Cristian, en México, el objetivo es presentar metodologías de planteamiento de estrategias para mejorar la competitividad de las empresas pequeñas y medianas por medio de la reconceptualización de la competitividad empresarial. La investigación es documental. El autor

concluye que la mercadotecnia, el diseño, el servicio y las relaciones con clientes y proveedores son piedras angulares que se deben tomar en cuenta cuando se habla de competitividad. Además la empresa debe conocer la necesidad del cliente y diseñar una estrategia para que el producto cubra dicha necesidad, considerando que las necesidades de los clientes cada vez son más específicas

Del Águila (2016) en su trabajo de investigación titulado, Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro librerías, del distrito de Callera, 2016, Universidad Católica los Ángeles, Chimbote. El Determinar y describir las principales características del financiamiento, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro librerías del distrito de Callera, 2016. La investigación fue cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 11 micro y pequeñas empresas (Mypes) a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Llegó a la siguiente conclusión: las Micro y pequeñas empresas han solicitado créditos a corto plazo; crédito entre S/. 5,000 a más de S/. 50,000; invirtiendo el crédito financiero en compra de mercadería.

Fernandez y Pacco (2016) en su estudio análisis de la inversión pública y su impacto en la economía de la provincia de Canchis, cusco-Perú (2007-2013), Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Perú, el objetivo fue analizar el impacto de la inversión pública en el crecimiento económico y el nivel de bienestar de los diferentes sectores de la economía de la provincia de Canchis durante el periodo 2007-2013, el nivel de investigación fue descriptivo explicativo. Los autores concluyen que se debe reestructurar la producción tradicional con tecnologías actuales, acompañada de un sistema de educación y de apoyo financiero externo.

2.2. BASE TEÓRICA

2.2.1. La competitividad

(Castañeda y Gutiérrez, 2011. P 34), citando a (Alic, 1987) considera a la competitividad como:

“la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”.

(Cabrera, López y Ramírez. 2011 p.13), cita a (Garay, 1998) refiere que la competitividad debe ser entendida como:

“el grado en que una nación puede, bajo condiciones de mercado libre, producir bienes y servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales y, simultáneamente, mantener o expandir los ingresos reales de sus ciudadanos”

2.2.1.1. Globalización y competitividad

Considero que contar con los fundamentos de un proceso de globalización económica, hace posible que las empresas se inserten en el juego económico que sostiene. Así por ejemplo la globalización como competencia económica internacional, deriva de una visión económica privada, basada en una ventaja competitiva empresarial apoyada de una variada tecnología.

Debido al avance y a la velocidad de cambio de las tecnologías, mercados, productos y necesidades, las empresas multinacionales se ven obligadas a mejorar o crear nuevos productos y servicios a partir de nuevos desarrollos tecnológicos, los cuales requieren de cierta infraestructura y servicios auxiliares de manera local. (Lima, Ob-Cid, p. 10)

2.3. BASE CONCEPTUAL

La teoría de los recursos y las capacidades según (Cabrera, López Claudia, Ob.Cid, p.32).

Parte de la concepción sistémica, que entiende la competitividad como el resultado de la interacción de los diferentes niveles que conforman el sistema (meta, macro, meso, micro). En ese sentido, la competitividad de la empresa depende tanto de factores internos como externos, que, en su interrelación, permiten o no su alcance.

En el seno de la competitividad sistemática, la competitividad es un sistema constituido por cuatro niveles dinámicos e interrelacionados entre sí y que condicionan y modelan el desempeño competitivo: nivel meta, nivel macro, nivel meso y nivel micro. (Esser, Hillebrando, Messner, y Meyer- Staner, 1994)

El nivel meta tiene como propósito velar por las capacidades humanas, se pone énfasis en su educación y capacitación, tratando que en la empresa exista integración social, es decir, los actores de la empresa o comercio son entes sociales que viven en permanente interacción y comunicación, orientados al aprendizaje para la eficiencia, preparados para constituir lazos y alianzas entre empresas articulando intereses para la satisfacción de necesidades.

El nivel macro se refiere a la estabilización del contexto macroeconómico, es decir, a las condiciones que deben prevalecer en los países, entre las que se encuentran las políticas monetaria, cambiaria, presupuestaria, fiscal, comercial y de competencia, que hacen posible una asignación eficaz de los recursos y, al mismo tiempo, exigen una mayor eficacia de las empresas.

El nivel meso se refiere a la formación e integración de estructuras en función de políticas selectivas, es decir, todas aquellas políticas de

apoyo específico, también denominadas políticas horizontales, por ejemplo, de importación y exportación, infraestructura física, o las políticas educacional, tecnológica, ambiental o regional.

Por último, se encuentra el nivel micro, que se relaciona directamente con los procesos que se deben dar en la empresa, con su capacidad de gestión, sus estrategias empresariales, la gestión de innovación, entre otros elementos que diferencian a una empresa de otra.

2.3.1. Las MYPES

“La Micro y Pequeña Empresa es, siguiendo su definición legal, una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (Mares, 2018, pág. 1)

“Puede ser conducida por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee”. (Mares, 2018, pág. 1)

“Un somero análisis de la presencia de la MYPE en la economía nacional nos permite concluir que ella participa, prácticamente, de todos los sectores”. “Despunta, sobre todo, en los sectores no primarios (siendo el sector agropecuario en el que se registra una mayor participación de la MYPE formal)”. (Mares, 2018, pág. 3) “Esto le permite usar una mayor cantidad de mano de obra y le otorga un gran potencial para aumentar el valor agregado de la producción”. (Mares, 2018, pág. 3)

Los sectores de comercio y servicios también registran una importante participación de las MYPES. Ello se debe, principalmente, a la facilidad para acceder y salir de estos sectores, lo que se traduce

en un menor costo al momento de constituir una empresa dedicada a estos rubros. (Mares, 2018, pág. 3)

“Lo expuesto nos plantea los retos que debe afrontar una MYPE para salir adelante en el mercado. Quizá, un primer tema a resolver podría ser su acceso al crédito. Si la MYPE pudiese contar con el capital financiero necesario su productividad podría incrementarse”. (Mares, 2018, pág. 4)

“En los años 1980, con la creación de las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC) y Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) se registra un intento por atender esta necesidad”. (Mares, 2018, pág. 4)

“Otro esfuerzo encaminado a resolver el problema de financiamiento de la MYPE lo constituye la creación de las Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa (Edpymes) 12 en los años 1990” (Mares, 2018, pág. 4).

“En vista del limitado interés de la banca múltiple por financiar a la MYPE, se crean las Edpymes con el fin de facilitar la conversión de ONGs en instituciones financieras formales. Sin embargo, todo esto no ha sido suficiente para superar esta primera traba con la que puede encontrarse un pequeño o microempresario”. (Mares, 2018, pág. 4)

2.3.2. Dimensiones de la competitividad

Para establecer las dimensiones de la competitividad basamos la investigación en el aporte de Cabrera Martínez Alejandra María, López López Paula Andrea, y Ramírez Méndez Claudia (2011); quienes realizaron un estudio para determinar el concepto de competitividad, y los factores inmersos en el constructo, como se señala en la tabla 01, 02 y 03.

CUADRO 1: Frecuencia de Factores de Competitividad

Frecuencia de factores de competitividad señalados por Expertos (docentes investigadores)		
N°	Factores de competitividad	Frecuencia
1	Producto	2
2	Mercado	3
3	Tecnología	3
4	Conocimiento	3
5	Innovación	3
6	Adaptarse a circunstancias y no a comportamientos	1
7	Perdurabilidad	2
8	Renovar - novar	1
9	Calidad	3
10	Diferenciación	1
11	Productividad	2
12	Precio	2
13	Investigación y desarrollo	1
14	Asociatividad	1
15	Subcontratación	1
16	Capital intelectual (equipo humano)	5
17	Certificaciones de calidad	1
18	Servicio	

Fuente: Cabrera Martínez Alejandra María, López López Paula Andrea, y Ramírez Méndez Claudia (2011), investigación titulada: La competitividad empresarial: Un marco conceptual para el estudio.

CUADRO 2: Prácticas para Logar la Competitividad

Prácticas para lograr la competitividad señalados por Empresarios	
Empresa	Prácticas que ha realizado el empresario para lograr la competitividad
Empresa A	• Valor agregado. Darle al cliente lo que realmente requiere.
Empresa B	• Ofrecer cada vez un mejor servicio • Formación del equipo humano
Empresa C	• Ser una empresa flexible, que se adapta rápidamente a los cambios. • Flujo de información muy rápida. • Retroalimentación oportuna y rápida con los asesores de Ventas. • Tomar decisiones rápidas y oportunas. • Formación del equipo humano. • Intercambio de información con gremios y competencia.
Empresa D	• Generar valor para el cliente • Modelo de negocio • Vanguardia en tecnología • Altos estándares de calidad • Buenas relaciones con todos los organismos del Estado • Formación del equipo humano • Certificaciones de calidad
Empresa E	• Capacitación del personal • Tecnología de punta • Generar valor agregado para el cliente
Empresa F	• Capacitación equipo humano • Certificaciones de calidad
Empresa G	• Capacitación equipo humano
Empresa H	• Mejoramiento continuo • Innovación • Adaptación rápida al cambio • Conocimiento del mercado
Empresa I	• Aprendizaje organizacional • Alianzas estratégicas y cooperación
Empresa J	• Gestión de calidad • Alianzas estratégicas y cooperación • Capacitación del personal

Empresa K	• Capacitación del personal • Velar por el cuidado de los recursos naturales • Promover proyectos de carácter social
-----------	--

Fuente: Cabrera Martínez Alejandra María, López López Paula Andrea, y Ramírez Méndez Claudia (2011), investigación titulada: La competitividad empresarial: Un marco conceptual para el estudio.

CUADRO 3: Frecuencia de factores de competitividad señalados por Empresario

N°	Factores de competitividad definidos por empresarios	Frecuencia
1	Valor agregado	1
2	Tecnología	5
3	Capital de inversión y financiero	2
4	Servicio	5
5	Calidad	6
6	Precio	5
7	Capacidad de responder a las necesidades del cliente	4
8	Estrategias	1
9	Modelo de negocio	1
10	Diferenciación	1
11	Capital intelectual (equipo humano)	6
12	Comunicación permanente (cliente interno y externo)	1
13	Conocimiento del mercado	5
14	Cultura organizacional	2
15	Responsabilidad social empresarial	1
16	Mejoramiento continuo	2
17	Satisfacción de clientes	
18	Producto	2
19	Innovación	5
20	Niveles avanzados en endomarketing organizacional	1
21	Éxito en el manejo de la cadena de valor de la empresa	1

22	Poder de negociación	1
23	Capacidad de respuesta ante la demanda	3

Fuente: Cabrera Martínez Alejandra María, López López Paula Andrea, y Ramírez Méndez Claudia (2011), investigación titulada: La competitividad empresarial: Un marco conceptual para el estudio.

De los factores antes descritos, creo conveniente señalar que hay factores que tienen más altas frecuencia, a los cuales en el presente estudio se les considerará como dimensiones, fundamentando que una dimensión es lo que más caracteriza a un hecho, objeto o situación y que incluso pueden ser abarcadora o incluyente: las cuales son: (1) Capital intelectual, (2) Conocimiento del mercado, (3) Tecnología de la información, (4) Calidad, (5) Innovación, (6) Precio.

La innovación: considerada como una dimensión de la competitividad, toma en cuenta la diferenciación del producto; es decir se debe mostrar con mayor claridad los atributos del producto; se puede poner énfasis en algún aspecto del producto para mostrar al cliente, esto permitiría que el cliente perciba la diferenciación y genere el deseo de adquirir, constituyéndose en un acto de fidelización entre la empresa - producto - cliente, condiciones que permiten al cliente pagar más, a pesar que el mismo producto se encuentre en la competencia con menos precio. (Aranda, 2004)

2.3.3. La contabilidad

El concepto de contabilidad refiere que “Es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de una empresa” (Hargadon, 1984)

Según (Martínez, Op-Cid, p. 39), respecto a la función de la contabilidad dice:

La contabilidad contribuye al logro de metas mediante la sistematización de registros relacionados con todas y cada una de las

transacciones que tienen incidencia en el ámbito financiero, permitiendo conocer en cualquier momento su situación, resultados operacionales, las variaciones y el comportamiento de cuentas, de tal manera que hace posible la identificación de perspectivas y limitaciones de los negocios en general.

Es muy importante que el empresario lleve una contabilidad que tome en cuenta los siguientes requisitos: contabilidad ordenada, realizar constante seguimiento a las operaciones programadas, elaborar periódicamente balances e inventarios. (Mira, 2008)

2.3.3.1. Los procesos contables

Los procesos contables son secuencias sucesivas de actividades financieras que brindan información necesaria para la conducción eficiente de una empresa, toma en cuenta la normatividad contable y la técnica contable. (Picazo, 2012).

El proceso contable es “un conjunto ordenado de etapas subsecuentes que permite arribar a un producto que es la información contable, útil para la toma de decisiones” (Buechele, 2015, p. 02)

Según (Buechele, Ob-Cid, p. 02):

“El proceso contable consta de las siguientes etapas: Captación de datos o revelación, clasificación u ordenamiento de los datos, valuación, registro de datos, y presentación de los informes contables o exposición de la información”.

(Bravo, 2007), expresa que al proceso contable:

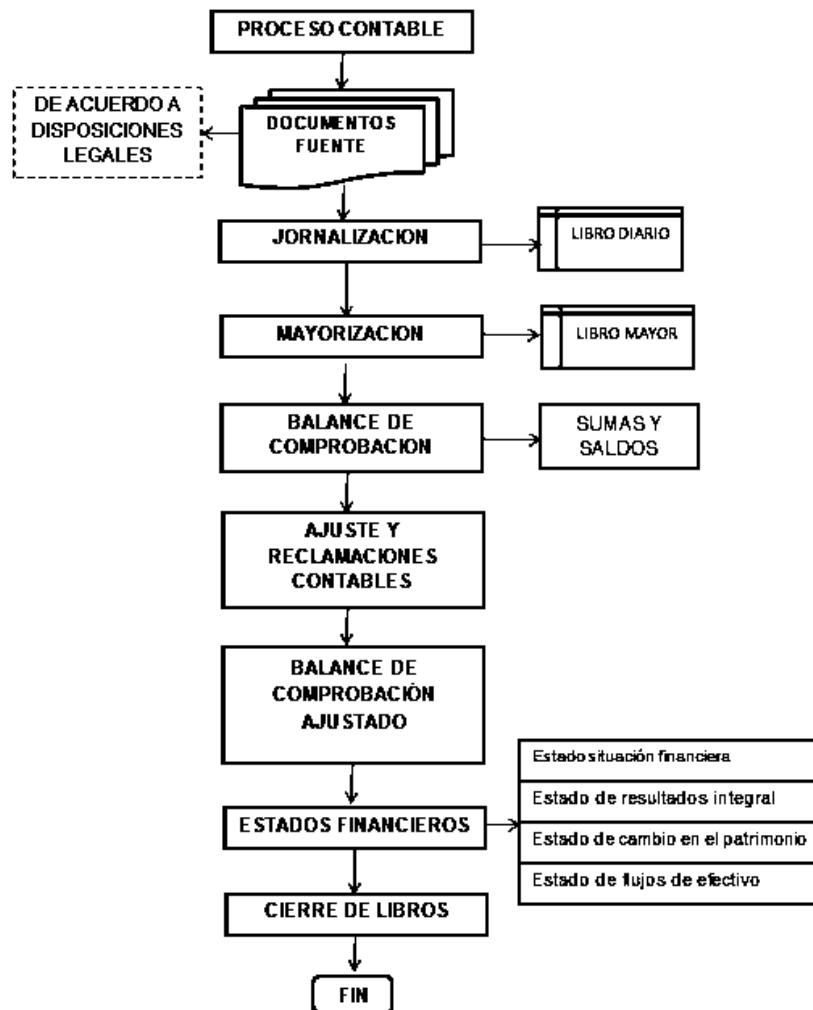
Denominado también Ciclo Contable constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable desde el origen de la transacción (comprobantes o documentos fuente) hasta la presentación de los Estados Financieros.

Se asume que los procesos contables son sistemas contables de información de negociaciones comerciales y financieras que realiza la empresa, además cumplen una función de control y distribución de los recursos para una mejor productividad. (Montero, 2012)

(Montero, Ob-Cid, p. 42-43), apoyado de las ideas de (Bravo, 2008), señala que:

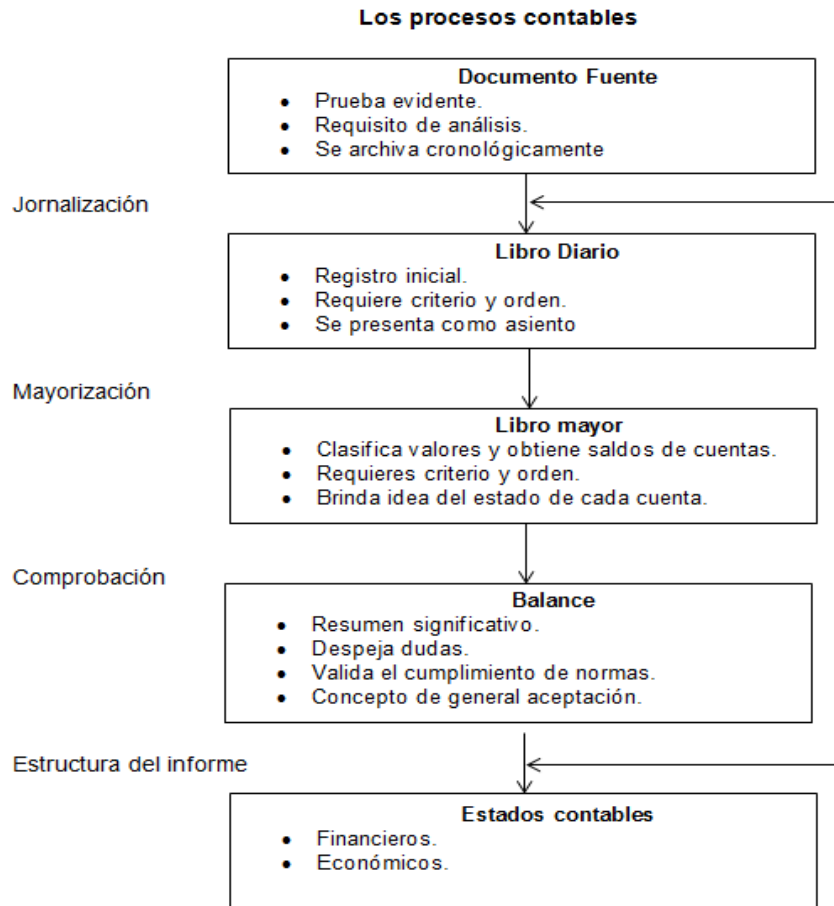
El sistema contable suministra información cuantitativa y cualitativa con tres grandes propósitos: 1. Información interna para la gerencia que la utilizará en la planeación y control de las operaciones que se lleve a cabo, 2. Información interna a los gerentes, para uso en la planeación de la estrategia, toma de decisiones y formulación de políticas generales y planes de largo alcance, 3. Información externa para los accionistas del gobierno y terceras personas.

2.3.3.2. Ciclo contable



Fuente: Montero Jiménez María Belén (2012). Diseño de un sistema contable financiero aplicado a la empresa de protección y seguridad internacional PROSEI CÍA. LTDA. Pág. 51-52

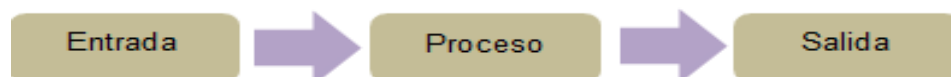
También a continuación se señala los procesos contables, que ayudaran a consolidar la propuesta de procesos contables para las Empresa del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.



Fuente: Martínez Bravo, Rosa Vilma (2009) “propuesta para la elaboración de un manual de procesos del sistema contable para la agencia de viajes y operadora de turismo Jakunamatata travel S.A. de la ciudad de Riobamba”. Riobamba, Ecuador.

2.3.4. Procesamiento de la información en la empresa

Toda información en el área contable o cualquier sea su naturaleza en la gestión, administración, toma de decisiones, proyectos, etc, pasará por el siguiente procesamiento:



Fuente: elaboración propia del autor de la presente tesina: Los procesos contables y la competitividad de las mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

La entrada: es la captación de toda la información de hechos recogida dentro o fuera de la empresa, comprende ingreso de datos que pueden provenir de operaciones o transacciones realizadas por la empresa o también

se trata de recoger información de hechos contables internos y externos. Proceso: es el tratamiento de la información, como la clasificación, jerarquización, ordenamiento y almacenamiento de toda información contable y de gestión de la empresa. Salida: es la respuesta, la acción tangible o no tangible, manifestada en una toma de decisión de carácter financiero, económico y patrimonial.

2.3.5. La normatividad contable

2.3.5.1. Principios de contabilidad general aceptados (PCGA)

Los principios establecidos para el siguiente estudio lo recogemos de (Ridríquez, 2015):

Los principios de contabilidad generalmente aceptados son un conjunto de reglas y normas que sirven de guía contable para formular criterios referidos a la medición de patrimonio y a la información de los elementos patrimoniales y económicos de una entidad. Los PCGA constituyen parámetros para que la confección de los estados financieros sea sobre la base de métodos uniformes de técnica contable. Estos tienen como objetivo la uniformidad en la presentación de las informaciones en los estados financieros, sin importar la nacionalidad de quien los estuvieres leyendo e interpretando.

Se considera 14 principios que se describen a continuación:

a. Principio de Equidad

El principio de equidad es sinónimo de imparcialidad y justicia, y tiene la condición de postulado básico. Es una guía de orientación con el sentido de lo ético y justo, para la evaluación contable de los hechos que constituyen el objeto de la contabilidad, y se refiere a que la información contable debe prepararse con equidad respecto a terceros y a la propia empresa, a efecto de que los estados financieros

reflejen equitativamente los intereses de las partes y que la información que brindan sea lo más justa posible para los usuarios interesados, sin favorecer o desfavorecer a nadie en particular.

b. Principio de Ente

El principio de ente o principio de entidad establece el supuesto de que el patrimonio de la empresa se independiza del patrimonio personal del propietario, considerado como un tercero. Se efectúa una separación entre la propiedad (accionistas o socios o propietario) y la administración (gerencia) como procedimiento indispensable de rendir cuenta por estos últimos. El ente tiene una vida propia y es sujeto de derechos y obligaciones, distinto de las personas que lo formaron.

Los propietarios son acreedores de las empresas que han formado y aunque tengan varias empresas, cada una se trata como una entidad separada, por lo que el propietario es un acreedor más de la entidad, al que contablemente se le representa con la cuenta capital.

c. Principio de Bienes Económicos

Los estados financieros se refieren siempre a bienes económicos, es decir bienes materiales e inmateriales que posean valor económico y por ende susceptibles de ser valuados en términos monetarios.

Cualquier activo, como caja, mercaderías, activos fijos en poder y/o uso de la entidad y sobre el cual se ejerce derecho, sin estar acreditado necesariamente la propiedad de la misma, mientras no entre en conflicto con terceros que también reclaman la propiedad, están sujetos a ser registrados en libros en vía de regulación, a través de un asiento de ajuste, tratamiento que se hace extensivo a las diferencias en los costos de adquisición o registro en fecha anterior.

d. Principio de Moneda Comun

Los estados financieros reflejan el patrimonio mediante un recurso que se emplea para reducir todos sus componentes heterogéneos a

una expresión que permita agruparlos y compararlos fácilmente. Este recurso consiste en elegir una moneda de cuenta y valorizar los elementos patrimoniales aplicando un precio a cada unidad. Generalmente se utiliza como moneda de cuenta el dinero que tiene curso legal en el país dentro del cual funciona el “ente” y en este caso el “precio” está dado en unidades de dinero de curso legal.

En aquellos casos donde la moneda utilizada no constituya un patrón estable de valor, en razón de las fluctuaciones que experimente, no se altera la validez del principio que se sustenta, por cuanto es factible la corrección mediante la aplicación de mecanismos apropiados de ajuste.

e. Principio de Empresa en marcha

Se refiere a todo organismo económico cuya existencia personal tiene plena vigencia y proyección futura. Este principio también conocido como continuidad de la empresa se basa en la presunción de que la empresa continuará sus operaciones por un tiempo indefinido y no será liquidado en un futuro previsible, salvo que existan situaciones como: significativas y continuas pérdidas, insolvencia, etc.

Una empresa en marcha agrega valor a los recursos que usa, estableciendo su ganancia por diferencia entre el valor de venta y el costo de los recursos utilizados para generar los ingresos, mostrando en el balance general los recursos no consumidos a su costo de adquisición, y no a su valor actual de mercado.

f. Principio de Valuación al Costo

El valor de costo (adquisición o producción) constituye el criterio principal y básico de la valuación, que condiciona la formulación de los estados financieros llamados “de situación”, en correspondencia también con el concepto de “empresa en marcha”, razón por la cual esta norma adquiere el carácter de principio.

Este principio implica que no debe adoptarse como criterio de valuación el “valor de mercado”, entendiéndose como tal el “costo de reposición o de fabricación”. Sin embargo, el criterio de “valuación de costo” ligado al de “empresa en marcha”, cuando esta última condición se interrumpe o desaparece, por esta empresa en liquidación, incluso fusión, el criterio aplicable será el de “valor de mercado” o “valor de probable realización”, según corresponda.

g. Principio de Ejercicio

El principio de ejercicio (periodo) significa dividir la marcha de la empresa en periodos uniformes de tiempo, a efectos de medir los resultados de la gestión y establecer la situación financiera del ente y cumplir con las disposiciones legales y fiscales establecidas, particularmente para determinar el impuesto a la renta y la distribución del resultado. En esta información periódica también están interesados terceras personas, como es el caso de las entidades bancarios y potenciales inversionistas.

h. Principio de Devengado

Devengar significa reconocer y registrar en cuentas a determinada fecha eventos o transacciones contabilizables. En la aplicación del principio de devengado se registran los ingresos y gastos en el periodo contable al que se refiere, a pesar de que el documento de soporte tuviera fecha del siguiente ejercicio o que el desembolso pueda ser hecho todo o en parte en el ejercicio siguiente. Este principio elimina la posibilidad de aplicar el criterio de lo percibido para la atribución de resultados. Este último método se halla al margen de los PCGA.

i. Principio de Objetividad

Los cambios en los activos, pasivos y en la expresión contable del patrimonio neto, deben reconocerse formalmente en los registros contables, tan pronto como sea posible medirlos objetivamente y

expresar esa medida en moneda de cuenta. La objetividad en términos contables es una evidencia que respalda el registro de la variación patrimonial.

j. Realización

Los resultados económicos solo deben computarse cuando sean realizados, o sea cuando la operación que los origina queda perfeccionada desde el punto de vista de la legislación o prácticas comerciales aplicables y se hayan ponderado fundamental todos los riesgos inherentes a tal operación. Debe establecerse con carácter general que el concepto realizado participa en el concepto devengado.

k. Principio de Prudencia

Significa que cuando se deba elegir entre dos valores por un elemento de activo, normalmente se debe optar por el más bajo, o bien que una operación se contabilice de tal modo que la cuota del propietario sea menor. Este principio general se puede expresar también diciendo: “contabilizar todas las pérdidas cuando se conocen y las ganancias solamente cuando se hayan realizado”.

l. Principio de Uniformidad:

Este principio de contabilidad establece que una vez elaborado unos criterios para la aplicación de los principios contables, estos deberán mantenerse siempre que no se modifiquen las circunstancias que propiciaron dicha elección.

m. Principio de Materialidad (Significación o Importancia Relativa)

Al considerar la correcta aplicación de los principios generales y de las normas particulares debe necesariamente actuarse en sentido práctico. EL principio de significación, también denominado materialidad, está dirigido por dos aspectos fundamentales de la contabilidad: Cuantificación o Medición del patrimonio y Exposición de partidas de los estados financieros.

n. Principio de Exposición

EL principio de exposición, también denominado revelación suficiente, implica formular los estados financieros en forma comprensible para los usuarios. Tiene relación directa con la presentación adecuada de los rubros contables que agrupan los saldos de las cuentas, para una correcta interpretación de los hechos registrados.

2.3.6. La técnica contable

Se recoge el aporte de (Gutierrez, 2009), y se señala que la técnica contable es el registro de los hechos contables, para dar confiabilidad y seguridad a la información contable, asegura que no hay errores en las cifras económicas y financieras

Las técnicas contables es el conjunto de herramientas que utiliza el contador para la mejor investigación, comprensión y presentación de la información

Técnica de la cuenta T: Esta técnica nos permite determinar los saldos finales de un ejercicio o período. Ejemplo: después de realizar las operaciones en el libro diario realizamos esta técnica.

Técnica de la identificación del débito: Esta técnica permite determinar las cuentas que se debitan en una operación económica determinada y su importe se emplea un determinado procedimiento de trabajo.

Técnica de la identificación del crédito: Esta técnica permite determinar las cuentas que se acreditan en una operación económica determinada y su importe. Analiza si solo algún recurso de la empresa, si la empresa adquiere alguna obligación, determina si cancela o disminuye algún derecho y si disminuye sus gastos.

Esta técnica consiste en comprobar si se cumple el método de la partida doble. En su aplicación se ejecuta algunas acciones:

- Determino si se existen como mínimo una cuenta anotada al debe y otra anotada al haber.
- Determino si la suma de los importes anotados en el haber es igual a la suma de los importes anotados en el debe.

Técnica de comprobación por partida doble.

Técnica de comprobación del débito: Consiste en comprobar la veracidad de las cuentas anotadas al debe. La aplicación de esta técnica implica el desarrollo de las siguientes acciones:

- Determina la naturaleza del saldo de la cuenta anotadas en el debe.
- Si la cuenta es deudora, determina que aumenta en esta operación.
- Si la cuenta es acreedora determina que disminuye en esta operación

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis General

El mejoramiento de los procesos contables permitirá mejorar significativamente la Competitividad de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

2.4.2. Hipótesis Específicos

- El nivel del capital intelectual de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, es deficiente.
- El nivel de conocimiento de mercado de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, es deficiente.
- El nivel de tecnología de información en las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, es deficiente.
- El nivel de gestión de calidad de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, es deficiente.

- Los procesos contables en las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, generalmente son aceptables para todo tipo de empresa, el cual específicamente no son apreciables.

2.5. VARIABLES

2.5.1. Identificación de Variables

Variable Independiente

Procesos contables

Variable Dependiente

Competitividad

2.5.2. Conceptualización de variables

Procesos contables

Los procesos contables son secuencias sucesivas de actividades financieras que brindan información necesaria para la conducción eficiente de una empresa, toma en cuenta la normatividad contable y la técnica contable. (Picazo, 2012).

Competitividad

Es un proceso de alta gestión para el desarrollo empresarial, caracterizado por cinco dimensiones: capital intelectual, conocimiento del mercado, tecnología de la información, gestión de calidad, innovación, y precio.

(Castaño & Gutiérrez, 2011, p. 34) , citando a (Alic, 1987) considera a la competitividad como:

“la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”.

2.5.3. Operacionalización de Variables

Hipótesis	Variable	Dimensión	Indicador	Instrumentos de recolección de datos
El mejoramiento de los procesos contables permitirá elevar significativamente la Competitividad de las MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	Procesos contables	Documentos fuente	Documento de compra	Lista de cotejo
			Documento de venta	
		Jornalización	Libro diario	
		Mayorización	Libro mayor	
		Balance de comprobación	Sumas	
			SalDOS	
		Ajuste y reclasificaciónes contables	Omisiones	
			Gastos y rentas pendientes de cobro	
			Desgaste de propiedad	
			Reclasificación de cuenta	
		Balance de comprobación ajustado	SalDOS de ingresos	
			Gastos	
		Estados financieros	Estado situación financiera	
			Estado de resultado integral	
			Estado de cambio en el patrimonio	
			Estado de flujo en efectivo	
	Competitividad	Capital intelectual	Personal capacitado.	Cuestionario
			Alto desempeño	
			Comunicación permanente.	
			Toma decisiones.	
			Responsabilidad social	
		Conocimiento del mercado	Estrategias de ventas	
			Estrategias de posicionamiento	
			Conocimiento de competidores	
			Mercado objetivo	
			Conocer las necesidades de los clientes.	
			Alianzas con proveedores.	

		Tecnología de la información	Tecnología de punta y de información	
		Gestión de Calidad	Certificación del producto.	
			Satisfacción del cliente	
			Post venta	
			Rentabilidad	
			Fecha de vencimiento y registro sanitario	
			Opera en investigación	
		Innovación	Valor agregado.	
			Diferenciación del producto	
			Presentación del producto.	
		Precio	Respeto de los precios establecidos por los proveedores.	
			Precios de acuerdo a la demanda.	

Fuente: Elaborado por el autor

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

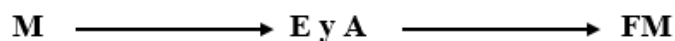
3.1 TIPO DE INVESTIGACION

El trabajo se encuadra en una investigación aplicada, porque se utiliza los aspectos teóricos que, sobre diseño de procesos de contabilidad, se propone una solución a los problemas que tiene la empresa en materia de competitividad. Porque en función de los hallazgos encontrados en el problema se formulará una propuesta de procesos contables para elevar la competitividad de las empresas.

El nivel de investigación es correlacional y explicativo porque desde una descripción teórica se dará conocer como mejora los procesos contables explicando cómo eleva la competitividad de las empresas ferreteras. Para alcanzar dicho propósito se identificará los aspectos de la contabilidad y sus características, señalando la situación actual de la competitividad de las empresas de la muestra a partir de sus datos recogidos.

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño no experimental transversal correlacional con propuesta



M: Muestra

E y A: Evaluación y Análisis (procesos contables)

FM: Formular (el mejoramiento de Procesos contables)

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población de empresas ferreteras de la ciudad de Jaén

La población lo constituyen 45 empresas dedicadas al rubro ferretería de la ciudad de Jaén.

3.3.2 Muestra de empresas ferreteras de la ciudad de Jaén

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

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

Z = Margen de Confianza (Z=1.96)

p = Probabilidad de Éxito (p=0.5)

q= Probabilidad de Fracaso (q=0.5)

N = Población (45 Empresas de Ferretería)

E = Error Estándar (E=0.1)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 45}{(45 - 1)(0.1)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{43.218}{1.4004}$$

n =31

MUESTRA DE EMPRESAS FERRETERAS DE LA CIUDAD DE JAÉN PERIODO 2018

N°	Empresa	RUC
01	Proveedores, Contratistas y Servicios Generales "Huarango", Sociedad Anónima Cerrada.	20480344899
02	Distribuciones E&D E.I.R.L.	20487878431
03	Empresa de Servicios Múltiples PICHINA E.I.R.L.	20480380003
04	SF Corporación Industrial Sociedad Anónima Cerrada.	20480235097
05	"Grupo Fronterita S.A.C"	20570773527
06	"Construcciones Jhenyr E.I.R.L."	20487659984
07	Construcciones metálicas y civiles DANPERCHY S.R.L.	20480699832
08	Negocios San Mateo S.R.L.	20479749923
09	Distribuciones Ferronor Sociedad Anónima Cerrada	20480280980
10	Distribuciones Salinas E.I.R.L.	20480787022
11	Maestro Constructor S.R.L.	20480849231
12	Corporación FERCON S.A.C.	20487368581
13	R & C Soluciones Eléctricas S.R.L.	20487858243
14	Constructora Comercial Valle de Shumba E.I.R.L.	20570609051
15	Arenera Jaén S.A.C.	20114022838
16	SANICONT E.I.R.L.	20600567749
17	CANACU Contratistas Generales E.I.R.L.	20480811004
18	"Negocios & Construcciones Selva Oriente S.R.L."	20570527593
19	Tubocentro Fronterita E.I.R.L.	20601351839
20	Olivera Mera Ivan	10426224971
21	Ser. Electr. R – C S.R.L.	20480491841
22	FABRI S.A.C.	20480135971

23	Manuel Olano Sociedad Anónima Cerrada	20479378330
24	Corporación Comercial Jaén SRL	20539044169
25	“Constructora y Consultora PBE SULAY E.I.R.L.”	20601330858
26	Multiventas Josecito SRL	20479724858
27	Ferricenter Constructor S.A.C.	20570596561
28	Comercial el Chotanito SOC.RESP.LTDA.	20369007760
29	Materiales S.A.C.	20411252095
30	Distribuciones Manuel Olano SAC	20479378411
31	Distribución Ferretera Quintana S.R.L.	20600293363
TOTAL MUESTRA DE EMPRESAS FERRETERAS		

Fuente: Sunat (2018). Ficha RUC- Constancia de Información Registrada, Perú.

3.4. MATERIALES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se utilizó la técnica de la encuesta, la misma que estuvo dirigida al gerente, contador, asistente contable, y el administrador de cada una de las empresas en estudio.

El instrumento fue el cuestionario que responde a la variable competitividad.

3.5. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Con el propósito de lograr el objetivo del presente trabajo de investigación se cree conveniente determinar el enfoque de la investigación y se enmarca en el enfoque integrado, en atención al aporte de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003). Es integrado porque toma en cuenta el enfoque cuantitativo y cualitativo. Como cuantitativo propone un plan y genera mediciones numéricas y estadísticas. Y es cualitativo porque contiene observaciones y descripciones del problema en estudio.

El procesamiento y análisis de datos tomó en cuenta procesos estadísticos descriptivos de tendencia central (Media, mediana y moda), descriptivos de dispersión (Desviación típica y coeficiente de variabilidad).

3.6 TABULACIÓN DE DATOS

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos fueron tabulados e ingresados a los programas de computación Excel y Spss versión 20 los cuales se presentan en forma de cuadros, gráficos, etc.

3.7 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS ESTADÍSTICOS DE LOS DATOS (CUADROS, TABLAS Y GRÁFICOS ESTADÍSTICOS)

La presentación de las tablas, cuadros y gráficos estadísticos se muestran en los resultados obtenidos en la presente investigación.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

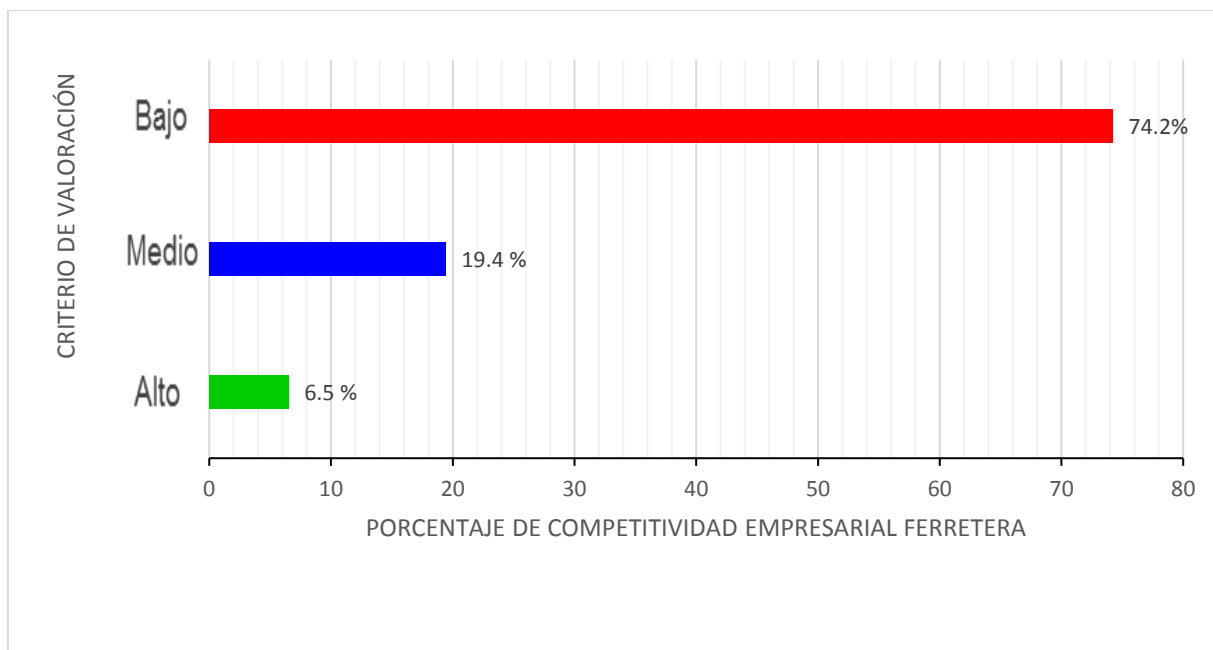
4.1.1 Resultados de la variable: Competitividad

TABLA 1: Variable: Competitividad de las Empresas del Rubro Ferretería de la Ciudad de Jaén, año 2018.

Criterios	f	%
Bajo	23	74,2
Medio	6	19,4
Alto	2	6,5
Total	31	100,0
Media	2,68	
Mediana	3,00	
Moda	3	
Desv. típ.	,599	

Fuente: Base de Datos

FIGURA 1: Variable: Competitividad de las Empresas del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.



Fuente: Tabla 1

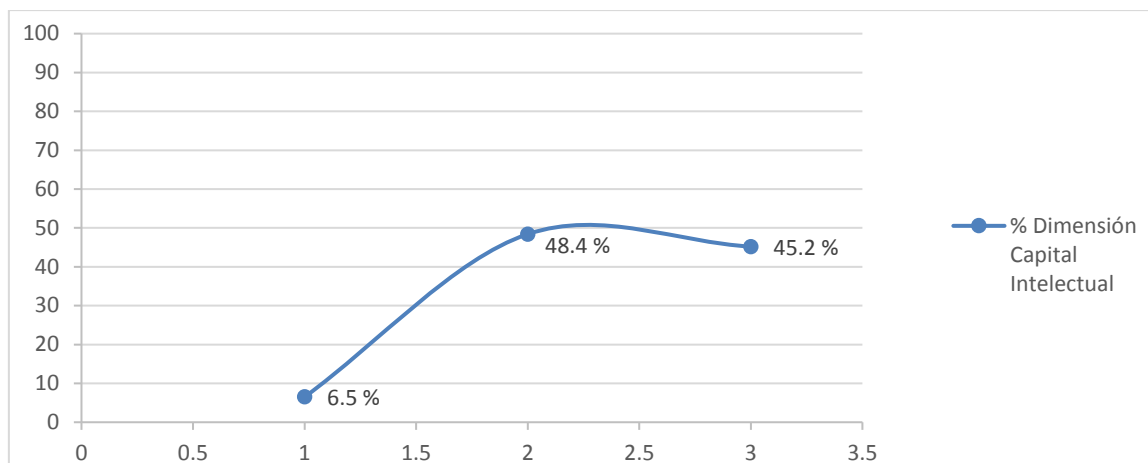
4.1.2. Resultados por dimensiones e indicadores de la variable Competitividad

TABLA 2: Dimensión: Capital Intelectual

Nivel	f	%
Bajo	14	45,1
Medio	15	48,4
Alto	2	6,5
Total	31	100,0
Estadísticos	Media	2,39
	Mediana	2,00
	Moda	2
	Desv. Típ.	,615

Fuente: Base de Datos

FIGURA 2: Dimensión Capital Intelectual



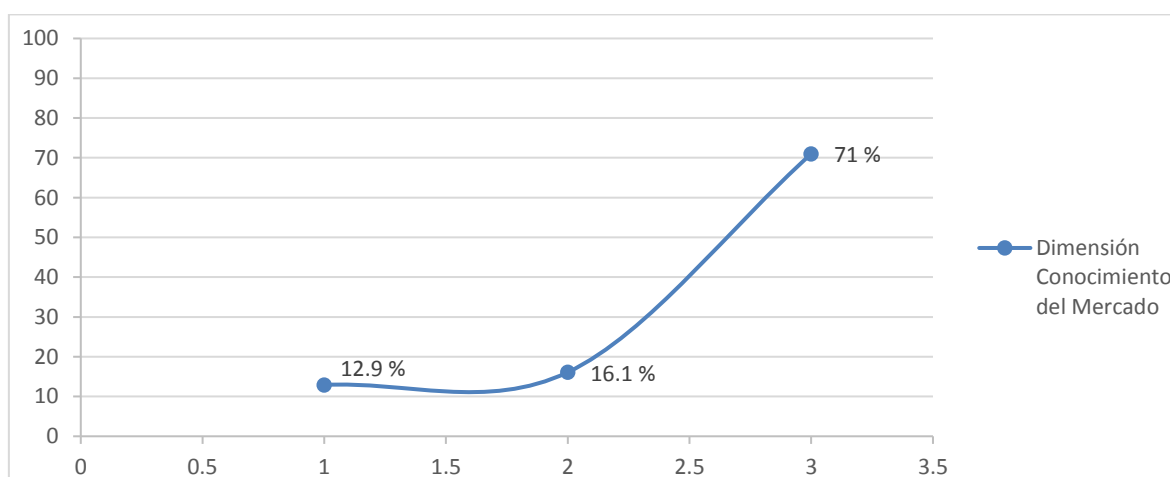
Fuente: Tabla 2

TABLA 3: Dimensión: Conocimiento del Mercado

Nivel	f	%
Bajo	22	71
Medio	5	16,1
Alto	4	12,9
Total	31	100,0
Estadísticos	Media	2,58
	Mediana	3,00
	Moda	3
	Desv. Típ.	,720

Fuente: Base de Datos

FIGURA 3: Dimensión: Conocimiento del Mercado

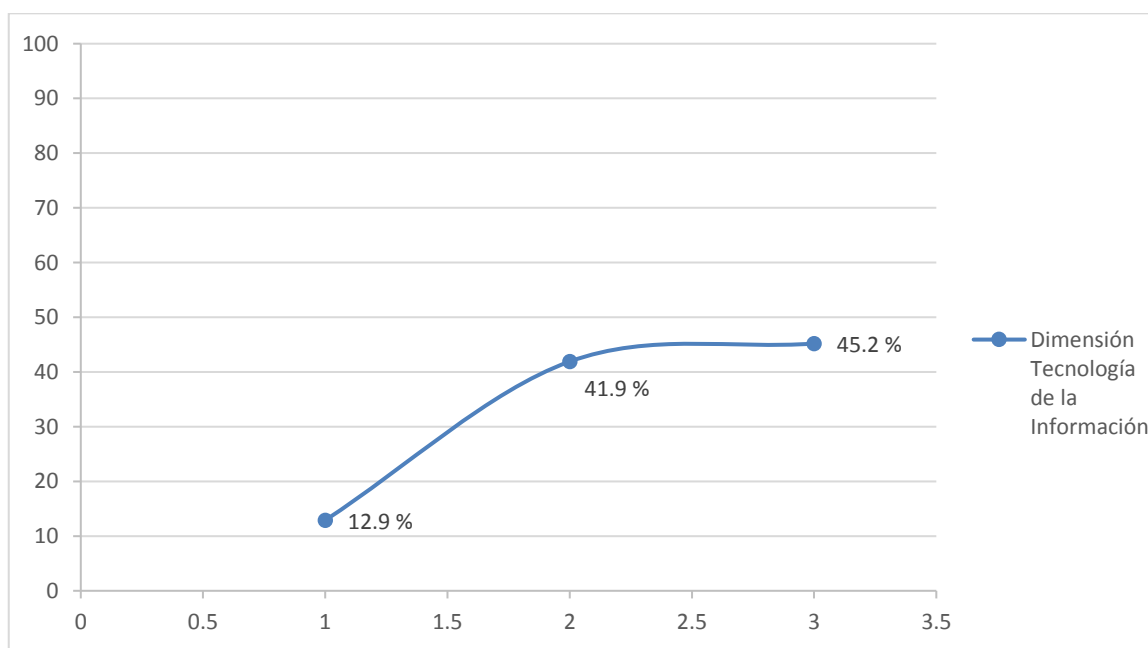


Fuente: Tabla 3

TABLA 4: Dimensión: Tecnología de la Información

Nivel	f	%
Bajo	14	45,2
Medio	13	41,9
Alto	4	12,9
Total	31	100,0
Estadísticos	Media	2,32
	Mediana	2,00
	Moda	3
	Desv. Típ.	,702

Fuente: Base de Datos

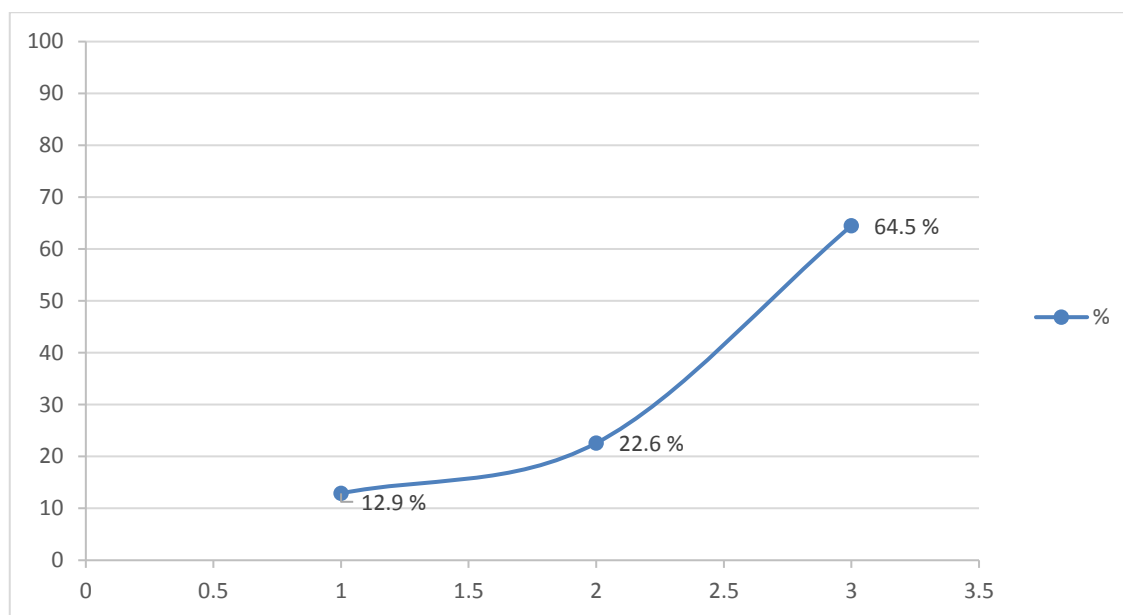
FIGURA 4: Dimensión: Tecnología de la Información

Fuente: Tabla 3

TABLA 5: Dimensión: Gestión de Calidad

Nivel	f	%
Bajo	20	64,5
Medio	7	22,6
Alto	4	12,9
Total	31	100,0
Estadísticos	Media	2,52
	Mediana	3,00
	Moda	3
	Desv. Típ.	,724

Fuente: Base de Datos

FIGURA 5: Dimensión Gestión de Calidad

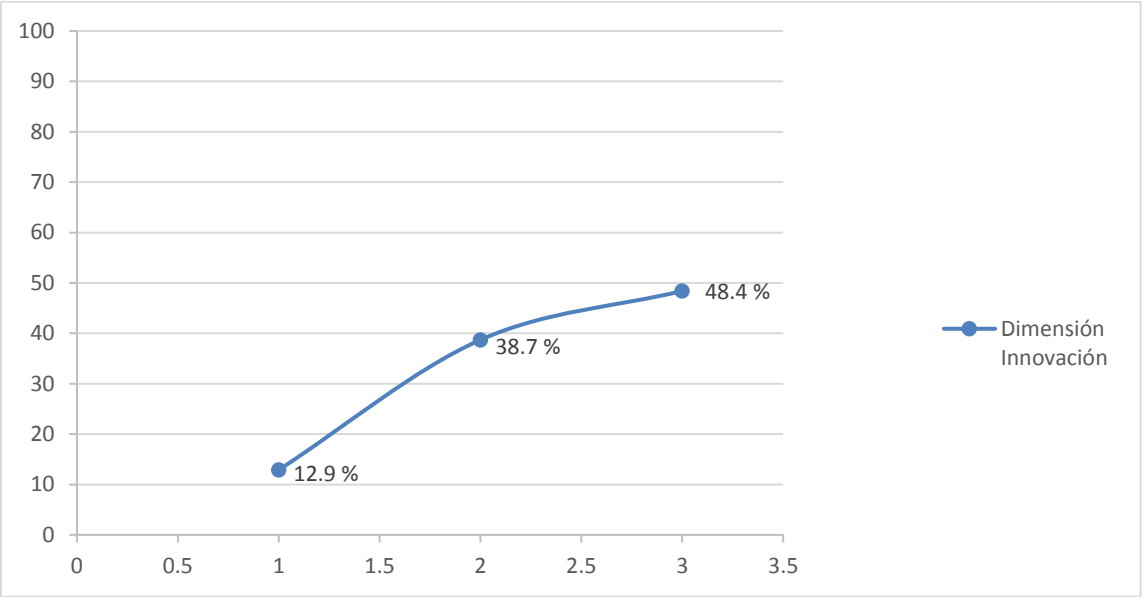
Fuente: Tabla 5

TABLA 6: Dimensión: Innovación

Nivel	f	%
Bajo	15	48,4
Medio	12	38,7
Alto	4	12,9
Total	31	100,0
Estadísticos	Media	2,35
	Mediana	2,00
	Moda	3
	Desv. Típ.	,709

Fuente: Base de Datos

FIGURA 6: Dimensión: Innovación

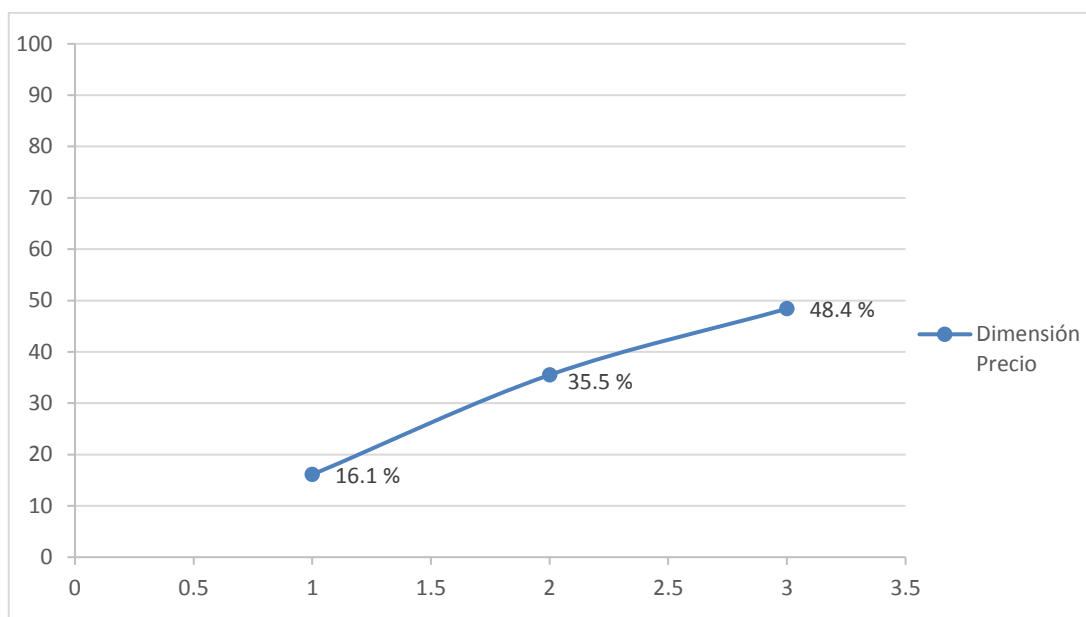


Fuente: Tabla 6

TABLA 7: Dimensión: Precio

Nivel	f	%
Bajo	15	48,4
Medio	11	35,5
Alto	5	16,1
Total	31	100,0
Estadísticos	Media	2,32
	Mediana	2,00
	Moda	3
	Desv. Típ.	,748

Fuente: Base de Datos

FIGURA 7: Dimensión: Precio

Fuente: Tabla 7

CAPÍTULO V: ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

5.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

- 5.1.1.** En la figura 01, se observa que el nivel de competitividad de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 es alto 6.5%, medio 19,4% y bajo 74.2% situación que indica una ligera perspectiva de desarrollo económico empresarial en términos de capital intelectual, conocimiento del mercado, tecnología de la información, gestión de calidad, innovación y precio de los productos. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,68, y las respuestas están espaciadas en una desviación estándar de 0,599.
- 5.1.2.** En la figura 02, se observa que el capital intelectual, de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 es valorado en un nivel medio 48,4%, el 6,5% se encuentra en un nivel alto, y el 45,1% está en un nivel bajo. Los resultados dan cuenta que el buen desempeño de las empresas, la comunicación permanente y la toma de decisiones necesitan ser mejoradas. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,39 (nivel medio), sin embargo las respuestas están espaciadas en una desviación típica de 0,615.
- 5.1.3.** En la figura 03, se observa que el conocimiento del mercado de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 es valorado en un nivel alto 12,9%; el 16,1% está en un nivel medio; y, el 71,0% se ubican en un nivel bajo. Estos resultados dan a conocer que las empresas emplean estrategias de ventas, estrategias de posicionamiento, tienen conocimiento de sus competidores, su empresa tiene definido su mercado objetivo, conocen las necesidades de los clientes y así mismo tienen alianzas con proveedores. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,58, sin

embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación típica de 0,720.

5.1.4. En la figura 04, se observa que la tecnología de la información de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 es valorada en un nivel alto 12,9%, el 41,9% está en un nivel medio; y, el 45,2% se encuentra en el nivel bajo. Estos resultados muestran que las empresas necesitan elevar más su conocimiento sobre el uso de la tecnología de la información. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,32, sin embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación estándar de 0,702.

5.1.5. En la figura 05, se observa que la gestión de calidad de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 es valorada en un nivel alto 12,9%, el 22,6% está en un nivel medio, y, el 64,5% está en un nivel bajo; estos resultados dan a conocer que las empresas certifican sus productos; así mismo, sus productos satisfacen a sus clientes, realizan la post venta y conocen de su rentabilidad; también, conocen que sus productos tienen fecha de vencimiento y registro sanitario y que también la empresa opera en investigaciones. Los estadísticos descriptivos afianzan ligeramente el resultado debido a que la media es equivalente a 2,52, sin embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación típica de 0,724.

5.1.6. En la figura 06, se observa que la innovación de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 es valorada en un nivel alto 12,9%, el 38,7% está en un nivel medio; y, el 48,4% se encuentra en un nivel bajo; porque el 34,6%. Los resultados muestran que a los productos le dan valor agregado, presentan sus productos resaltando ciertas características (diferenciación del producto) y toman en cuenta la presentación del producto. Los estadísticos descriptivos afianzan ligeramente el resultado debido a que la media es equivalente a 2,35, sin

embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación estándar de 0,709.

5.1.7. En la figura 07, se observa que la innovación de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 es valorada en un nivel alto 16,1%, en el nivel medio 35,3%; y, el 48,4 está en el nivel bajo. Estos resultados nos dan a conocer que los precios al público están en función a la demanda y se respetan los precios establecidos por los proveedores. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,32 (nivel medio), sin embargo las respuestas están espaciadas en una desviación estándar de 0,748.

5.2. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Tomando en cuenta los objetivos, se determinó que el nivel de competitividad de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 es alto 6,5%, medio 19,4% y bajo 74,2% situación que indica una ligera perspectiva de desarrollo económico empresarial en términos de capital intelectual, conocimiento del mercado, tecnología de la información, gestión de calidad, innovación y precio de los productos. (Figura 01). Resultados que indican una alentadora perspectiva de desarrollo económico empresarial en términos de capital intelectual, conocimiento del mercado, tecnología de la información, gestión de calidad, innovación y precio de los productos.

También los resultados mostrados en la figura 01, desde el análisis a los estadísticos descriptivos muestran que las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, ligeramente tienen una tendencia al nivel bajo en competitividad, porque la media es equivalente a 2,68 lo cual induce que tanto los propietarios, administrativo, contadores y trabajadores en general de las empresas del rubro ferretería, deben contribuir a seguir mejorando las condiciones de competitividad para elevar la productividad de la empresa.

En lo que refiere a los objetivos por dimensiones, se hace la discusión de la siguiente manera:

La dimensión capital intelectual (figura 02), que alcanzó una valoración de nivel alto 6,5%, medio 48,4%, y el 45,2% está en un nivel bajo. Los resultados dan cuenta que el buen desempeño de las empresas, la comunicación permanente y la toma de decisiones necesitan ser mejoradas. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,39, sin embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación típica de 0,615.

La dimensión conocimiento del mercado (figura 03), que valoró en un nivel alto 12,9%; el 16,1% está en un nivel medio; y, el 71% se ubican en un nivel bajo. Estos resultados dan a conocer que las empresas emplean estrategias de ventas, estrategias de posicionamiento, tienen conocimiento de sus competidores, su empresa tiene definido su mercado objetivo, conocen las necesidades de los clientes y así mismo tienen alianzas con proveedores. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,58, sin embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación típica de 0,720.

La dimensión tecnología de la información (figura 04) permitió valorar en un nivel alto 12,9%, el 41,9% está en un nivel medio; y, el 45,2% se encuentra en el nivel bajo. Estos resultados muestran que las empresas necesitan elevar más su conocimiento sobre el uso de la tecnología de la información. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,32, sin embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación estándar de 0,702., además los encuestados de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 se apoyan de medios de difusión para marketear su producto, aplican un sistema electrónico de registro de entradas y salidas de sus productos, y porque también proporciona material informativo (folletos, revistas) de los productos que ofrece la empresa a los clientes.

La dimensión gestión de calidad (Figura 05), mostró un nivel alto 12,9%, el 22,6% está en un nivel medio, y, el 64,5% está en un nivel bajo; estos

resultados dan a conocer que las empresas certifican sus productos; así mismo, sus productos satisfacen a sus clientes, realizan la post venta y conocen de su rentabilidad; también, conocen que sus productos tienen fecha de vencimiento y registro sanitario y que también la empresa opera en investigaciones. Los estadísticos descriptivos afianzan ligeramente el resultado debido a que la media es equivalente a 2,52, sin embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación típica de 0,724.

La dimensión innovación (Figura 06), se observa que la innovación es valorada en un nivel alto 12,9%, el 38,7% está en un nivel medio; y, el 48,4% se encuentra en un nivel bajo; Los estadísticos descriptivos afianzan ligeramente el resultado debido a que la media es equivalente a 2,35, sin embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación estándar de 0,709.

La dimensión precio (Figura 07), se observa que la innovación es valorada en un nivel alto 16,1%, en el nivel medio 35,3%; y, el 48,4 está en el nivel bajo. Estos resultados nos dan a conocer que los precios al público están en función a la demanda y se respetan los precios establecidos por los proveedores. Los estadísticos descriptivos afianzan el resultado debido a que la media es equivalente a 2,32, sin embargo, las respuestas están espaciadas en una desviación estándar de 0,748.

5.3. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE GESTIÓN DE LOS PROCESOS CONTABLES PARA ELEVAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS MYPES DEL RUBRO FERRETERIA DE LA CIUDAD DE JAEN AÑO 2018.

5.3.1. Datos informativos

5.1.	Sociedad empresarial	:	RUBRO FERRETERÍA
5.2.	Región	:	Cajamarca
5.3.	Provincia	:	Jaén
5.4	Distrito	:	Jaén

5.3.2. Fundamentación

En la ciudad de Jaén, en el periodo 2018, al observar que muchas empresas mypes del rubro ferretería, no son competitivas, porque los productos que adquieren no tienen la acogida por los clientes; en otro aspecto hay empresas que no están constituidas legalmente. Las empresas no cuentan con un plan sistemático de desarrollo institucional, no tiene buena ubicación comercial, cuentan con personal poco capacitado, la empresa no cuenta con los equipos y tecnología necesaria para desarrollar su actividad comercial eficiente.

Por otra parte las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, con ciertas características y similitudes carecen de la utilización de estrategias comerciales debido a que ciertos empresarios son poco capacitados en estrategias de penetración de mercados, no poseen un presupuesto de “Inversiones de Marketing”, en la cual se refleja que existen políticas precisas respecto de las dinámicas del trabajo directo que tienen estos empresarios para lograr y superar a la competencia y poder conquistar clientes para que estos se identifiquen más delante de la competencia, otro de los factores que hace que estos empresarios sean poco competitivos es la atención al cliente, en las empresas estudiadas se logró observar que existe gran deficiencia respecto a este factor debido a que no tiene personal capacitado en cómo atender al cliente o consumidor.

Por otra parte, la escasez de estrategias comerciales de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, conlleva a los

empresarios a que hagan y hagan dinero, pero sin un conocimiento de una buena administración de sus recursos para nuevas inversiones generando un aumento de su patrimonio.

La necesidad de proponer procesos contables gestionados con eficiencia para las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, es prioritario porque el sistema comercial actual requiere de un procesamiento contable sistemático, flexible, innovador, participativo y valorativo, fundamentalmente que contribuya a establecer condiciones de competitividad, debido a la existencia de una práctica adquisitiva variada y relativa.

En el presente estudio se asume que los procesos contables, relacionada al sistema de información contable, como resultado de toda negociación comercial y financiera que realiza la empresa, así también, como el sistema de control y distribución de los recursos que las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 realiza con la finalidad de elevar su productividad en un contexto competitivo.

La superación de las debilidades en las empresas en estudio, que obedecen al uso de la herramienta Excel para el tratamiento contable, puede superarse con el uso sistema contable. Así se tiene por ejemplo el Sistema de Contabilidad “AMICONT” que constituye una herramienta útil y práctica para mantener la contabilidad de las diversas Empresas. También se toma en cuenta que la facilidad de manejo y su rigor en los procesos contables, el sistema AMICONT, se integra con facilidad con otros sistemas tales como Caja y Bancos. También se puede generar información en los formatos más utilizados tales como texto, dbf's y Excel.

El sistema cuenta con una gran variedad de funcionalidades que le permiten mantener un control adecuado de sus operaciones. Puede responder a cualquier necesidad de información contable, y está adaptado para servirle de apoyo en el manejo de su empresa.

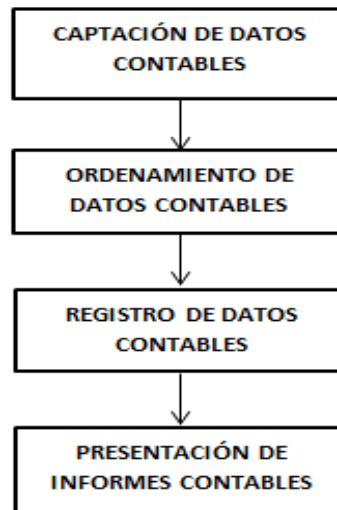
Entre algunas de sus características podemos mencionar:

Satisface ampliamente las necesidades operativas y gerenciales de la empresa. Su gran flexibilidad le permite aplicarlo rápidamente a diferentes tipos de Empresas. Se adapta fácilmente a los cambios producidos tanto en la organización como en la legislación contable y/o administrativa. Registra simultáneamente operaciones en moneda nacional y extranjera, calculando las equivalencias según el tipo de cambio. Simplificación de las operaciones, disminución del traspaso al mayor, disminución de las operaciones por tipo, etc. Las operaciones se asientan cronológicamente en los diarios auxiliares los que a final del mes se centralizan en forma resumida en el diario general a través de asientos. Controla las cuentas corrientes por pagar y por cobrar. Los informes del sistema son interactivos, y pueden ser emitidos en diferentes dispositivos como pantalla, impresora y archivo. Si el usuario prefiere pueden ser exportados hacia otros sistemas. El formato del Registro de compras y de las ventas está ajustado al formato reconocido por la SUNAT. Pueden ser emitidos y legalizados. Controla el acceso de los usuarios por contraseñas y para las funciones a las que estén autorizados por el administrador del sistema. Permite realizar una copia de seguridad y restauración de datos, cuando el usuario lo estime necesario.

5.3.3. Fases de los procesos contables

Se trata de presentar un sistema de indicadores y condiciones para viabilizar la competitividad de las empresas del rubro ferretería en cada una de las fases de los procesos contables.

Diagrama: Fases de los Procesos Contables



A. La captación de datos contables

La captación de datos toma en cuenta dos campos: interno y externo de la empresa, así mismo se recoge datos desde una perspectiva de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Campo interno – Debilidades y fortalezas

- Liquidez.
- Nivel de utilidades.
- Nivel de tecnología disponible.
- Nivel de almacenamiento.
- Nivel de reclamaciones.
- Nivel de capital intelectual.
- Nivel de conocimiento de mercado.
- Nivel de valor agregado.
- Nivel diferenciación del producto.
- Rentabilidad.

Campo externo – Oportunidades y amenazas (Tener en cuenta la estabilidad del régimen de turno)

- Tasa de inflación.
- Tasa de interés.

- Niveles de precios.
- Niveles de salario.
- Política fiscal
- Acciones legislativas.
- Tendencia del mercado.
- Desarrollo tecnológico de los competidores.
- Mercado poblacional.
- Certificación del producto.
- Nivel de post venta.

B. Ordenamiento de datos contables

Secciones:

- Asesoría contable.
- Asesoría fiscal.
- Asesoría laboral.
- Asesoría mercantil (inventario)
- Auditoría.

Ordenamiento numérico según fechas.

C. Registro de datos contables

Es un sistema de control de la contabilidad que ayuda a sistematizar y objetivar todas las acciones empresariales.

D. Presentación de informes contables

Es el instrumento donde la empresa establece información contable de uso de la empresa o de otros, según los fines, se informa situaciones patrimoniales, financiera, fiscal.

5.3.4. Objetivos

A. General

Diseñar el mejoramiento de la gestión de los Procesos Contables para elevar la competitividad de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018

B. Específicos

Planear un sistema de Procesos Contables caracterizado por las dimensiones: Documentos fuente, Jornalización, Mayorización, Balance de comprobación, Ajuste y reclasificaciones contables, Balance de comprobación ajustado, y Estados financieros.

Fundamentar el sistema de Procesos Contables en atención a mejorar la competitividad de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

5.3.5. Objetivos y metas

Objetivos	Metas
Fortalecer la capacidad de jornalización y mayorización para mejorar el capital intelectual.	Porcentaje de trabajadores con nivel satisfactorio de capacidad de jornalización y mayorización. Porcentaje de trabajadores con nivel satisfactorio de capacidad de mejorar el capital intelectual.
Mejorar la capacidad balance y ajuste contable para la gestión de calidad.	Porcentaje de trabajadores con nivel satisfactorio de capacidad de balance y ajuste contable. Porcentaje de trabajadores con nivel satisfactorio de capacidad de gestión de calidad.
Mejorar la capacidad estados financieros para mejorar el conocimiento del mercado, la innovación y el precio.	Porcentaje de trabajadores con nivel satisfactorio de capacidad de estados financieros. Porcentaje de trabajadores con nivel satisfactorio de conocimiento de mercado, innovación y precio.

5.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. CONCLUSIONES

1. El nivel de competitividad de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, es alto 6.5%, medio 19,4% y bajo 74.2% situación que indica una ligera perspectiva de desarrollo económico empresarial.
2. La dimensión capital intelectual de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, arrojó un nivel alto 6.5%, medio 48,4%, y bajo 45,1%%.
3. La dimensión conocimiento del mercado de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018, arrojó un nivel alto 12,9%; 16,1% está en un nivel medio; y el 71,0% se ubican en un nivel bajo.
4. La dimensión tecnología de la información, de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 arrojó un nivel de valoración alto 12,9%, 41,9% está en un nivel medio; y el 45,2% se encuentra en el nivel bajo.
5. La dimensión gestión de calidad de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018 arrojó un nivel de valoración alto 12,9%, 22,6% está en un nivel medio, y, el 64,5% está en un nivel bajo.

B. RECOMENDACIONES

1. El personal de las empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, deben recibir capacitación permanente en temas empresariales, contables y financieros para de esta forma obtener resultados óptimos que estén a la altura de la competitividad.
2. Los propietarios y gerente que conducen empresas mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, deben contratar personal capacitado conocedores en el rubro de la ferretería para que de esta manera los bienes y servicios que se venden adquieran posicionamiento en el mercado.
3. Las personas naturales y jurídicas que se inclinan en a la comercialización del rubro de ferretería, deben realizar un estudio de mercado, para ello se deben contratar con personal capaz, idóneo y con conocimiento, de tal manera que los recursos financieros que se invierta sea productivo.
4. Todas las empresas del rubro ferretería deben estar en contacto con el adelanto tecnológico para dar facilidad a las diversas operaciones comerciales, administrativas y financieras, y esta manera reducir costos y/o gastos en beneficios de los mismos.
5. La gestión de las operaciones administrativas, contables y financieras su aplicación debe ser de calidad con la finalidad de obtener estados financieros fiables que sean determinantes en la toma de decisiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alic, J. (1987). *Evaluating industrial competitiveness at the office office of technology in society*. New York: Basic Book Inc.

- Aranda, M. (2004). *Estrategias Genéricas Competitivas*.
- Arellano, C. E. (2010). *Diseño de un manual de procedimientos contables para la constructora del paífico imerval para a constructora pacífico imerval CIA CLTA*. QUITO.
- Bravo, M. (2007). *Contabilidad General*, 7 edición Quito: Nuevodia.
- Bravo, M. (2008). *Contabilidad General*. Quito Ecuador: Nuevodia.
- Buechele, G. B. (2015). *Proceso contable: Una actualización a la documentación respaldatoria*. La Plata Argentina.
- Cabrera, A. M., López, P. A., & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: Un marco conceptual para su estudio*. Bogotá Colombia: Universidad Central.
- Castaño, L. Y., & Gutiérrez, A. M. (2011, p. 34). *Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO*. Pereira Colombia.
- Esser, K., Hillebrando, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1994). *Competitividad sistema: Competitividad Intenacional de las empresas y política requerida*. Berlín: Instituto Alemán de Desarrollo.
- Garay, L. (1998). *Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996*. Colombia.
- Hargadon, B. (1984). *Principios de Contabilidad*. Buenos Aires: Editorial Presencia Ltda, segunda edición.
- Lima, C. (2012). *Estrategias de competitividad para PYMES*. México.
- Marínez, R. V. (2009). *Propuesta para la elaboración de un manual de procesos del sistema contable para la agencia de viajes y operadora de turismo Jakkunama Travel S.A. de la Ciudad de Riobamba*. Riobamba, Ecuador.
- Mira, J. C. (2008). *El proceso contable básico*. Perú.
- Montero, M. B. (2012). *Diseño de un sistema conatable financiero aplicado a la empresa de protección y seguridad internacional PROSEI CÍA. LTAD*. Quito.
- Picazo, G. (2012). *Proceso contable. Red tercer milenio*. México.
- Ríos, K. (2014). *Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de Courier en Lima metropolitana*. Lima Perú.

ANEXOS

RESULTADO

Matriz de consistencia lógica

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensión	Indicador	Instrumento de recojo de información	
¿Si se mejora los Procesos Contables se elevará la Competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018?	General	El mejoramiento de los procesos contables permitirá elevar significativamente la Competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	Variable Independiente: Procesos Contables. Variable Dependiente Competitividad	Capital intelectual	Personal capacitado.	Cuestionario	
	Específicos •Diagnosticar el nivel de la competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018. •Diagnosticar el nivel de las dimensiones de competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018. •Identificar los procesos contables de aplicación en las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018. •Elaborar una propuesta de mejoramiento de Procesos Contables para las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.				Alto desempeño		
					Comunicación permanente.		
					Toma decisiones.		
				Conocimiento del mercado	Estrategias de ventas		
					Estrategia de posicionamiento		
					Conocimiento de competidores		
					Mercado objetivo		
					Conocer las necesidades de los clientes.		
					Alianzas con proveedores.		
				Tecnología de la información	Tecnología de punta e información.		
					Gestión de Calidad		Certificación del producto.
							Satisfacción del cliente
							Post venta
				Rentabilidad			
				Fecha de vencimiento y registro sanitario			
				Opera en investigación			
	Innovación			Valor agregado.			
				Diferenciación del producto			
				Presentación del producto			
	Precio			Respeto de los precios establecidos por los proveedores.			
				Precios de acuerdo a la demanda.			

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS

FICHA TECNICA/OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del Experto: MEZOMIS JORDAN MANUEL
 1.2 Cargo: Docente - Director
 1.3 Institución o Centro Laboral: Universidad Particular de Chiclayo
 1.4 Nombre del Instrumento: Licitudinario
 1.5 Título de la Investigación: Los Procesos Contables y la Competitividad de las MYPES del Área Forestal de la Región de Ica Año 2018
 1.6 Autora: Bach. Eddy Ismael GONZALEZ
LORDAN

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los procesos contables				X	
ORGANIZACION	Se denota organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad.				X	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos				X	
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores				X	
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				X	
PROMEDIO						

Dr. Eddy Ismael GONZALEZ
 R.O.N. Pro CPP. 337. Luis J. Jara

III.- PROMEDIO DE VALORACION

_____80_____%

IV.- OPINION DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Mr. 
Registro CPP. 337- Lima 7 de junio.



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS



Cuestionario

I. OBJETIVO.

Los procesos contables y la competitividad de las mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

II. INSTRUCCIONES.

Estimado (a) docente, sírvase contestar el presente cuestionario.

III. DATOS DEL DOCENTE

Edad: _____ Profesión/ocupación: _____ Escuela _____

Sexo: _____ Grado académico: _____ Facultad _____

Formato de instrumentos de recolección de datos

Cuestionario sobre competitividad empresarial

Ítems	Escala valorativa		
	Alto (3)	Medio (2)	Bajo (1)
1. En qué nivel de capacitación considera que se realiza la función empresarial?			
2. En qué medida la empresa cumple con la función encomendada?			
3. En qué medida se comunican los trabajadores de la empresa dando a conocer la situación del negocio?			
4. En qué frecuencia la empresa determinó una toma de decisiones adecuadas sin ser consultada a los demás?			
5. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de venta?			
6. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de posicionamiento?			
7. En qué medida aplica una estrategia comparativa con sus competidores?			

Mg. [Firma]
Registro CRR-337 km Jaén

8. En qué nivel la empresa tiene definido su mercado objetivo?			
9. En qué medida la empresa lleva un control de las necesidades de sus clientes?			
10. En qué medida realiza alianzas estratégicas con los proveedores y/o otras empresas?			
11. En qué nivel se apoya de medios de difusión.			
12. En qué nivel aplica el sistema electrónico de registro de entradas y salidas de sus productos?			
13. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) de los productos que ofrece la empresa a los clientes?			
14. En qué medida exige que sus productos cuenten con fecha de vencimiento y registro sanitario?			
15. En qué nivel considera que satisface sus productos a sus clientes?			
16. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) al cliente de los productos que ofrece la empresa?			
17. En qué medida se encuentra su rentabilidad			
18. En qué nivel su empresa opera o colabora en investigaciones orientados desde lo interno y externo?			
19. En qué nivel ha mejorado algunos productos tanto en su estructura y composición para ofrecer al consumidor?			
20. En qué nivel resalta la marca u otra característica del producto?			
21. En qué nivel ha mejorado la presentación de los productos en su negocio?			
22. En qué nivel cumple normas de los precios establecidas por los proveedores?			
23. En qué medida sus reajusta sus precios a las demandas de los clientes?			

M. J. María Alvarado
Rg. No CPP 337-Suby.

Matriz de dimensiones, indicadores y ítems

Dimensión	Indicador	Ítems
Capital intelectual	Empresa capacitada.	1. En qué nivel de capacitación considera que se realiza la función empresarial?
	Alto desempeño	2. En qué medida la empresa cumple con la función encomendada?
	Comunicación permanente.	3. En qué medida se comunican los trabajadores de la empresa dando a conocer la situación del negocio?
	Toma decisiones.	4. En qué frecuencia la empresa determinó una toma de decisiones adecuadas sin ser consultada a los demás?
Conocimiento del mercado	Estrategias de ventas	5. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de venta?
	Estrategia de posicionamiento	6. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de posicionamiento?
	Conocimiento de competidores	7. En qué medida aplica una estrategia comparativa con sus competidores?
	Mercado objetivo	8. En qué nivel la empresa tiene definido su mercado objetivo?
	Conocer las necesidades de los clientes.	9. En qué medida la empresa lleva un control de las necesidades de sus clientes?
	Alianzas con proveedores.	10. En qué medida realiza alianzas estrategias con los proveedores y/o otras empresas?
Tecnología de la información	Tecnología de punta e información.	11. En qué nivel se apoya de medios de difusión?
		12. En qué nivel aplica el sistema electrónico de registro de entradas y salidas de sus productos?
		13. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) de los productos que ofrece la empresa a los clientes?
Gestión de Calidad	Certificación del producto.	14. En qué medida exige que sus productos cuenten con fecha de vencimiento y registro sanitario?
	Satisfacción del cliente	15. En qué nivel considera que satisface sus productos a sus clientes?
	Post venta	16. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) al

Rep. 337 - Luby-pae

		cliente de los productos que ofrece la empresa?
	Rentabilidad	17. En qué medida se encuentra su rentabilidad?
	Opera en investigación	18. En qué nivel su empresa opera o colabora en investigaciones orientados desde lo interno y externo?
Innovación	Valor agregado.	19. En qué nivel ha mejorado algunos productos tanto en su estructura y composición para ofrecer al consumidor?
	Diferenciación del producto	20. En qué nivel resalta la marca u otra característica del producto
	Presentación del producto	21. En qué nivel ha mejorado la presentación de los productos en su negocio?
Precio	Respeto de los precios establecidos por los proveedores.	22. En qué nivel cumple normas de los precios establecidas por los proveedores?
	Precios de acuerdo a la demanda.	23. En qué medida sus reajusta sus precios a las demandas de los clientes?


 Página 337. Subsección.

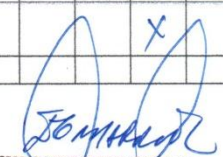
UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TECNICA/OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del Experto: Mb. GAMARRA ROMERO ENRIQUE
 1.2 Cargo: DOCENTE
 1.3 Institución o Centro Laboral: UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO.
 1.4 Nombre del Instrumento: CUESTIONARIO
 1.5 Título de la Investigación: LOS PROCESOS CONTABLES Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL RUBRO FERRETERIA DE LA CIUDAD DE JAEN AÑO 2018
 1.6 Autora: Bach. ELAR ISAIAS GONZALEZ LOZADA.

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los procesos contables				X	
ORGANIZACION	Se denota organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad.				X	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos				X	
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores				X	
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				X	
PROMEDIO						

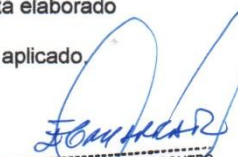

CPC. ENRIQUE GAMARRA ROMERO
MATRICULA N° 1157
MAESTRO EN GESTION EMPRESARIAL

III.- PROMEDIO DE VALORACION

80-----%

IV.- OPINION DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.


CPC. ENRIQUE GAMARRA ROMERO
MATRICULA N° 1157
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS



Cuestionario

I. OBJETIVO.

Los procesos contables y la competitividad de las mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

II. INSTRUCCIONES.

Estimado (a) docente, sírvase contestar el presente cuestionario.

III. DATOS DEL DOCENTE

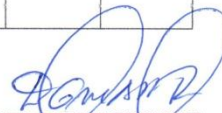
Edad: _____ Profesión/ocupación: _____ Escuela _____

Sexo: _____ Grado académico: _____ Facultad _____

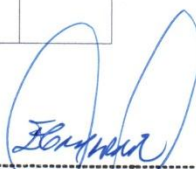
Formato de instrumentos de recolección de datos

Cuestionario sobre competitividad empresarial

Ítems	Escala valorativa		
	Alto (3)	Medio (2)	Bajo (1)
1. En qué nivel de capacitación considera que se realiza la función empresarial?			
2. En qué medida la empresa cumple con la función encomendada?			
3. En qué medida se comunican los trabajadores de la empresa dando a conocer la situación del negocio?			
4. En qué frecuencia la empresa determinó una toma de decisiones adecuadas sin ser consultada a los demás?			
5. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de venta?			
6. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de posicionamiento?			
7. En qué medida aplica una estrategia comparativa con sus competidores?			


CPC. ENRIQUE GAMARRA ROMERO
Matrícula Nº 1157
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

8. En qué nivel la empresa tiene definido su mercado objetivo?			
9. En qué medida la empresa lleva un control de las necesidades de sus clientes?			
10. En qué medida realiza alianzas estratégicas con los proveedores y/o otras empresas?			
11. En qué nivel se apoya de medios de difusión.			
12. En qué nivel aplica el sistema electrónico de registro de entradas y salidas de sus productos?			
13. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) de los productos que ofrece la empresa a los clientes?			
14. En qué medida exige que sus productos cuenten con fecha de vencimiento y registro sanitario?			
15. En qué nivel considera que satisface sus productos a sus clientes?			
16. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) al cliente de los productos que ofrece la empresa?			
17. En qué medida se encuentra su rentabilidad			
18. En qué nivel su empresa opera o colabora en investigaciones orientados desde lo interno y externo?			
19. En qué nivel ha mejorado algunos productos tanto en su estructura y composición para ofrecer al consumidor?			
20. En qué nivel resalta la marca u otra característica del producto?			
21. En qué nivel ha mejorado la presentación de los productos en su negocio?			
22. En qué nivel cumple normas de los precios establecidas por los proveedores?			
23. En qué medida sus reajusta sus precios a las demandas de los clientes?			


 CPC. ENRIQUE GAMARRA ROMERO
 MATRICULA N° 1157
 MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

Matriz de dimensiones, indicadores y ítems

Dimensión	Indicador	Ítems
Capital intelectual	Empresa capacitada.	1. En qué nivel de capacitación considera que se realiza la función empresarial?
	Alto desempeño	2. En qué medida la empresa cumple con la función encomendada?
	Comunicación permanente.	3. En qué medida se comunican los trabajadores de la empresa dando a conocer la situación del negocio?
	Toma decisiones.	4. En qué frecuencia la empresa determinó una toma de decisiones adecuadas sin ser consultada a los demás?
Conocimiento del mercado	Estrategias de ventas	5. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de venta?
	Estrategia de posicionamiento	6. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de posicionamiento?
	Conocimiento de competidores	7. En qué medida aplica una estrategia comparativa con sus competidores?
	Mercado objetivo	8. En qué nivel la empresa tiene definido su mercado objetivo?
	Conocer las necesidades de los clientes.	9. En qué medida la empresa lleva un control de las necesidades de sus clientes?
	Alianzas con proveedores.	10. En qué medida realiza alianzas estrategias con los proveedores y/o otras empresas?
Tecnología de la información	Tecnología de punta e información.	11. En qué nivel se apoya de medios de difusión?
		12. En qué nivel aplica el sistema electrónico de registro de entradas y salidas de sus productos?
		13. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) de los productos que ofrece la empresa a los clientes?
Gestión de Calidad	Certificación del producto.	14. En qué medida exige que sus productos cuenten con fecha de vencimiento y registro sanitario?
	Satisfacción del cliente	15. En qué nivel considera que satisface sus productos a sus clientes?
	Post venta	16. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) al


 CPC. ENRIQUE GAMARRA ROMERO
 MATRICULA N° 1157
 MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

		cliente de los productos que ofrece la empresa?
	Rentabilidad	17. En qué medida se encuentra su rentabilidad?
	Opera en investigación	18. En qué nivel su empresa opera o colabora en investigaciones orientados desde lo interno y externo?
Innovación	Valor agregado.	19. En qué nivel ha mejorado algunos productos tanto en su estructura y composición para ofrecer al consumidor?
	Diferenciación del producto	20. En qué nivel resalta la marca u otra característica del producto
	Presentación del producto	21. En qué nivel ha mejorado la presentación de los productos en su negocio?
Precio	Respeto de los precios establecidos por los proveedores.	22. En qué nivel cumple normas de los precios establecidas por los proveedores?
	Precios de acuerdo a la demanda.	23. En qué medida sus reajusta sus precios a las demandas de los clientes?

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!


CPC. ENRIQUE GAMARRA ROMERO
MATRICULA N° 1157
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA

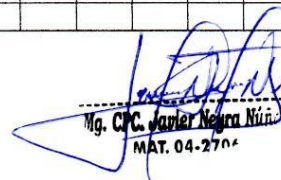
UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TECNICA/OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del Experto: Mg. Neyra Núñez Javier
 1.2 Cargo : CONTADOR PUBLICO
 1.3 Institución o Centro Laboral : DIRECCION SUB REGIONAL DE SALUD E IDENT
 1.4 Nombre del Instrumento : CUESTIONARIO
 1.5 Título de la Investigación : LOS PROCESOS CONTABLES Y LA COMPETITIVA DE LOS PYMES DEL RUBRO FERRERÍA DE LA CIUDAD DE TONÁN AÑO 2018
 1.6 Autora : Bach. ELAB. ISABEL GONZALEZ TORADA

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado				☒	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				☒	
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua de los procesos contables				☒	
ORGANIZACION	Se denota organización lógica				☒	
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad				☒	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la competitividad.				☒	
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos				☒	
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores				☒	
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación				☒	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación				☒	
PROMEDIO						

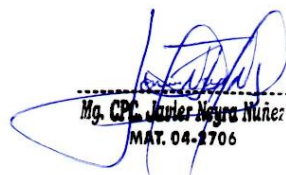

Mg. CPC. Javier Neyra Núñez
MAT. 04-2704

III.- PROMEDIO DE VALORACION

80 %

IV.- OPINION DE APLICABILIDAD

- (☒) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
(☐) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.


Mg. CPC. Javier Negro Núñez
MAT. 04-1706



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS



Cuestionario

I. OBJETIVO.

Los procesos contables y la competitividad de las mypes del rubro ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.

II. INSTRUCCIONES.

Estimado (a) docente, sírvase contestar el presente cuestionario.

III. DATOS DEL DOCENTE

Edad: _____ Profesión/ocupación: _____ Escuela _____

Sexo: _____ Grado académico: _____ Facultad _____

Formato de instrumentos de recolección de datos

Cuestionario sobre competitividad empresarial

Ítems	Escala valorativa		
	Alto (3)	Medio (2)	Bajo (1)
1. En qué nivel de capacitación considera que se realiza la función empresarial?			
2. En qué medida la empresa cumple con la función encomendada?			
3. En qué medida se comunican los trabajadores de la empresa dando a conocer la situación del negocio?			
4. En qué frecuencia la empresa determinó una toma de decisiones adecuadas sin ser consultada a los demás?			
5. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de venta?			
6. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de posicionamiento?			
7. En qué medida aplica una estrategia comparativa con sus competidores?			


Mg. CPA Javier Negro Núñez
MAT. 04-2706

8. En qué nivel la empresa tiene definido su mercado objetivo?			
9. En qué medida la empresa lleva un control de las necesidades de sus clientes?			
10. En qué medida realiza alianzas estrategias con los proveedores y/o otras empresas?			
11. En qué nivel se apoya de medios de difusión.			
12. En qué nivel aplica el sistema electrónico de registro de entradas y salidas de sus productos?			
13. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) de los productos que ofrece la empresa a los clientes?			
14. En qué medida exige que sus productos cuenten con fecha de vencimiento y registro sanitario?			
15. En qué nivel considera que satisface sus productos a sus clientes?			
16. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) al cliente de los productos que ofrece la empresa?			
17. En qué medida se encuentra su rentabilidad			
18. En qué nivel su empresa opera o colabora en investigaciones orientados desde lo interno y externo?			
19. En qué nivel ha mejorado algunos productos tanto en su estructura y composición para ofrecer al consumidor?			
20. En qué nivel resalta la marca u otra característica del producto?			
21. En qué nivel ha mejorado la presentación de los productos en su negocio?			
22. En qué nivel cumple normas de los precios establecidas por los proveedores?			
23. En qué medida sus reajusta sus precios a las demandas de los clientes?			


Mg. CPC. Javier Neyra Núñez
MAT. 04-2706

Matriz de dimensiones, indicadores y ítems

Dimensión	Indicador	Ítems
Capital intelectual	Empresa capacitada.	1. En qué nivel de capacitación considera que se realiza la función empresarial?
	Alto desempeño	2. En qué medida la empresa cumple con la función encomendada?
	Comunicación permanente.	3. En qué medida se comunican los trabajadores de la empresa dando a conocer la situación del negocio?
	Toma decisiones.	4. En qué frecuencia la empresa determinó una toma de decisiones adecuadas sin ser consultada a los demás?
Conocimiento del mercado	Estrategias de ventas	5. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de venta?
	Estrategia de posicionamiento	6. En qué nivel la empresa tiene definido sus estrategias de posicionamiento?
	Conocimiento de competidores	7. En qué medida aplica una estrategia comparativa con sus competidores?
	Mercado objetivo	8. En qué nivel la empresa tiene definido su mercado objetivo?
	Conocer las necesidades de los clientes.	9. En qué medida la empresa lleva un control de las necesidades de sus clientes?
	Alianzas con proveedores.	10. En qué medida realiza alianzas estrategias con los proveedores y/o otras empresas?
Tecnología de la información	Tecnología de punta e información.	11. En qué nivel se apoya de medios de difusión?
		12. En qué nivel aplica el sistema electrónico de registro de entradas y salidas de sus productos?
		13. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) de los productos que ofrece la empresa a los clientes?
Gestión de Calidad	Certificación del producto.	14. En qué medida exige que sus productos cuenten con fecha de vencimiento y registro sanitario?
	Satisfacción del cliente	15. En qué nivel considera que satisface sus productos a sus clientes?
	Post venta	16. En qué nivel proporciona material informativo (folletos, revistas) al


 Mg. C.E. Javier Neira Núñez
 MAT. 04-2706

		cliente de los productos que ofrece la empresa?
	Rentabilidad	17. En qué medida se encuentra su rentabilidad?
	Opera en investigación	18. En qué nivel su empresa opera o colabora en investigaciones orientados desde lo interno y externo?
Innovación	Valor agregado.	19. En qué nivel ha mejorado algunos productos tanto en su estructura y composición para ofrecer al consumidor?
	Diferenciación del producto	20. En qué nivel resalta la marca u otra característica del producto
	Presentación del producto	21. En qué nivel ha mejorado la presentación de los productos en su negocio?
Precio	Respeto de los precios establecidos por los proveedores.	22. En qué nivel cumple normas de los precios establecidas por los proveedores?
	Precios de acuerdo a la demanda.	23. En qué medida sus reajusta sus precios a las demandas de los clientes?

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!


Mg. CPC. Javier Neyra Núñez
MAT. 04-2706

Anexo

Matriz de consistencia lógica

Problema principal:

¿Cómo una propuesta de Procesos Contables mejora la Competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018?

Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología	Evaluación	
				Indicadores	Instrumentos
Problema principal ¿Cómo una propuesta de Procesos Contables mejora la Competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	General Proponer mejoras de los Procesos Contables para mejorar la Competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	General La propuesta de procesos contables permitirá mejorar significativamente la Competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	Tipo de investigación Aplicada. Nivel Explicativa descriptiva. Diseño No experimental	Procesos contables Documento de compra Documento de venta Libro diario Libro mayor Sumas Saldos Omisiones Gastos y rentas pendientes de cobro Desgaste de propiedad Reclasificación de cuenta Saldos de ingresos Gastos Estado situación financiera Estado de resultado integral Estado de cambio en el patrimonio Estado de flujo en efectivo	Lista de cotejo
	Específicos Diagnosticar el nivel de la competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	Sub hipótesis El nivel de la competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018., es deficiente.	$M \longrightarrow I \longrightarrow P$ M: Muestra I: Información (variable competitividad) P : Propuesta (Procesos contables)		
	Sub problemas Diagnosticar el nivel de las dimensiones de competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	El nivel de las dimensiones de competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018., es deficiente.	Población 45 empresas		
	¿Cuál es el nivel de competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018. Establecer una propuesta de procesos contables que contribuyan a mejorar la	La propuesta de procesos contables	Muestra N = 31	Competitividad	

dimensiones de competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018. ¿Qué característica deben tener los procesos contables que contribuyan a mejorar la competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.	tomando en cuenta la operacionalización de variables si contribuye a mejorar la competitividad de las empresas MYPES del rubro Ferretería de la ciudad de Jaén, año 2018.		Personal capacitado. Alto desempeño Comunicación permanente. Toma decisiones. Responsabilidad social Estrategias de ventas Estrategias de posicionamiento Conocimiento de competidores Mercado objetivo Conocer las necesidades de los clientes. Alianzas con proveedores. Tecnología de punta y de información Certificación del producto. Satisfacción del cliente Post venta Rentabilidad Fecha de vencimiento y registro sanitario Opera en investigación Valor agregado. Diferenciación del producto Presentación del producto. Respeto de los precios establecidos por los proveedores. Precios de acuerdo a la demanda.	Cuestionario
--	--	--	--	---	---------------------

Base de Datos

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	2	1	3	2	3	2	1	3	2	3	2	1	3	2	3	2	1	3	2	1	3	2
4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2
6	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3
7	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
8	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
9	3	1	2	2	3	3	1	2	2	3	3	1	2	2	3	3	1	2	3	1	2	2	3
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
11	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
12	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3
13	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2
14	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
15	2	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	3
16	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
17	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	3	1	2
19	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3
20	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
21	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	2	1	3	2	3	2	1	3	2	3	2	1	3	2	3	2	1	3	2	1	3	2	3
23	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3
26	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	3	2	2	3	2	2	1	3
27	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2
28	3	2	1	2	3	3	2	1	2	3	3	2	1	2	3	3	2	1	3	2	1	2	3
29	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2
30	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2