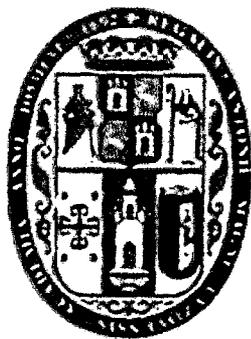


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DE CUSCO

FACULTAD DE:  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

CARRERA PROFESIONAL DE:  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



---

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO PARA EL DESARROLLO DE LAS  
MYPES COMERCIALIZADORAS DE PRENDAS DE VESTIR  
PROVINCIA DE CUSCO, CASO "CENTRO COMERCIAL MOLINO I"

---

Tesis Presentada por:

Br: Osmar Antony Choque Cárdenas

Br: José Alejandro Victoria Caballero

063057

063092

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION

Asesor Académico  
Mgr. José Arroyo Polanco

Cusco - Perú  
2015

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como principal propósito conocer los factores de éxito más importantes para el empresario dedicado a la comercialización de prendas de vestir y como debe enfrentar el crecimiento del mercado y las nuevas tendencias que ofrece este.

El crecimiento de la economía en nuestro País ha generado que el ingreso de la población se incremente y con ello la demanda de varios productos entre estos prendas de vestir, pero así como la demanda ha crecido también la oferta se ha incrementado, esto ha generado que muchos emprendedores y empresarios enfoquen su mirada a este nicho de mercado.

En este nuevo contexto del mercado donde existe mayor oferta y la competencia ha obligado a la búsqueda de estrategias que permitan a los empresarios mantenerse en el mercado, y donde por varios motivos muchos de ellos ya han fracasado y otros no han podido lograr el éxito esperado, esto ha generado varias interrogantes las cuales hemos tratado de responder en el presente trabajo de investigación.

**En el capítulo I: Diseño Metodológico,** se ha planteado los problemas que queremos resolver con la presente investigación, como cuales son los factores críticos del éxito que permiten a los micro y pequeños empresarios tener éxito en el mercado en comparación a otros empresarios que no logran el éxito deseado, también hemos planteado los objetivos que queremos alcanzar a lo largo de toda nuestra investigación, hemos evaluado también las variables y los indicadores que nos guiaron a lo largo de toda la investigación.

También hemos hallado la muestra del total de la población a la cual hemos evaluado en el transcurso de la investigación.

**En el capítulo II: Estado del Arte, Marco Teórico, Conceptual y Referencial;** se ha detallado los antecedentes de nuestra investigación, las teorías que nos permitan analizar de manera más objetiva los Factores Críticos del Éxito, las posibles medidas a utilizar para poder aplicar exitosamente los Factores Críticos del Éxito, se ha disgregado algunas de las acciones a tomar más exitosas en nuestro contexto y cuáles son las más apropiadas para nuestra investigación.

También en este capítulo se ha desarrollado de forma muy general cual es la norma legal que rige al micro y pequeño empresario en el contexto de nuestro país.

**En el capítulo III: Características del Centro Comercial Molino I;** se ha realizado una evaluación o diagnóstico de la situación actual del centro comercial El Molino I, cual es su ubicación, límites, reseña histórica, etc. Sin embargo al realizar la investigación nos hemos dado con la sorpresa de que a pesar que el centro comercial sea aparentemente exitoso en el mercado no cuenta con un diseño organizacional, ni con estrategias definidas que le permitan crecer en el tiempo.

**En el capítulo IV: Estudio Descriptivo de los Factores Críticos de Éxito para el desarrollo de las Mypes de la provincia del Cusco,** se ha realizado el análisis e interpretación de la encuesta a los microempresarios, tabulando los resultados obtenidos y mostrando en forma estadística, los resultados de la investigación.

**En el capítulo V: Propuesta empleando herramientas adecuadas para la aplicación de los Factores Críticos de Éxito,** se ha elaborado un plan y herramientas de implementación de los Factores Críticos de Éxito empleando una propuesta adecuada de acuerdo a nuestro contexto.

Antes de terminar queremos resaltar que actualmente se ve al empresario ya no solo como un emprendedor con muchas ganas de lograr el éxito en su comercio, sino que se han venido preparando a través de la experiencia que han alcanzando en sus negocios y algunos de ellos a través de estudios en la administración de empresas.

No hay duda que la información se ha convertido en uno de los pilares que necesita el empresario para poder mantenerse en el mercado. Cada vez es más importante que los empresarios se encuentren actualizados en las nuevas tendencias que ofrece el mercado y cuáles son los factores más importantes que deben tomar en cuenta para lograr el éxito esperado.

En este sentido hemos realizado un estudio que nos permita conocer cuáles son aquellos factores que determinan el éxito o el fracaso de los empresarios que se dedican a la comercialización de prendas de vestir en el mercado del Cusco y como vienen aplicando actualmente estos factores en sus empresas.