



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y  
EMPOWERMENT DE LAS MYPE DEL RUBRO BODEGAS DE  
LA URBANIZACIÓN SAN JOSÉ, PROVINCIA PIURA, AÑO  
2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**AUTOR:**

**CORNEJO CEDANO, LUIS EDUARDO**

**ASESOR:**

**RONDOY VILLAREAL, DAVID DANIEL**

**PIURA-PERU**

**2018**

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgr. Víctor Helio Patiño Niño

Miembro

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Lic. David Daniel Rondoy Villareal

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

*Para abordar quisiera agradecer a los docentes y la universidad por haberme formado y orientado en mi proceso y formación académica*

*Agradezco de manera Cortez a mi asesor el Lic.: Rondoy Villareal David que con sus conocimientos que nos inculcó, sus motivación y orientación hizo que sea posible concluir este trabajo de investigación*

*Gracias de corazón a mis padres que son las personas inspiradoras, mi motivó para seguir luchando y esforzándome para lograr mis metas.*

## DEDICATORIA

*Dedicado mi presente trabajo a Universidad  
y a los docentes por ser las bases de mi  
enseñanza y sus conocimientos que me  
inculcaron.*

*De la misma forma agradezco infinitamente a mis  
padres por los valores y el empuje para concluir mi  
trabajo de investigación*

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada “caracterización de la competitividad y empowerment de las MYPE del rubro bodegas de la urbanización san José, provincia Piura, año 2018”, tuvo como objetivo general: Identificar la característica que tiene la competitividad y el empowerment en las MYPES rubro bodegas de la urbanización san José de Piura, año 2018, se ha desarrollado utilizando la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal. Seguro de lo descrito para llevar a cabo se designó una muestra poblacional de 50 microempresas que equivalen al 100% de la población a los cuales se le aplicó un cuestionario de 20 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: en cuanto a los datos básicos obtenidos de la encuesta aplicada se detalló que respecto a las microempresas la edad promedio de los encuestados tienen más de 50 años que equivale a un porcentaje del 49%, el 52% tiene entre ,1 a 3 Años con su negocio, el grado de instrucción que tienen los dueños y publico de las MYPES es: el grado superior no universitaria un 59% que equivale a un total de 65 personas, y por ultimo un 3.6% grado de superior universitaria el cuál un 90% se detalla que la empresa se creó para generar ingresos, y para finalizar el sector bodegas 100% planifican sus objetivos y no efectúan ningún tipo de organigrama

Palabras claves: Empoderamiento, Calidad, Competencia, Buen servicio

## SUMMARY

The present research entitled "Characterization of Competitiveness and Empowerment in the MYPE item Bodegas de la Urbanización San José de Piura, 2018".main objective of this research work was to: Identify the characteristics of competitiveness and empowerment in the MYPES item wineries of the San José de Piura urbanization, 2017, has been developed using quantitative research, descriptive level, design not experimental-transversal. Insurance of what was described to carry out was designated a population sample of 50 micro-companies that are equivalent to 100% of the population to which a questionnaire of 20 questions was applied, obtaining the following results: as for the basic data obtained from the Applied survey, it was detailed that with regard to micro-enterprises, the average age of the respondents is over 50 years old, equivalent to a percentage of 49%, 52% has between 1 to 3 years with their business, and the degree of owners and public of the MYPES is: the non-university higher degree 59% that is equivalent to a total of 65 people, and finally a 3.6% degree of university superior

which 90% is detailed that the company was created to generate income, and to finish the sector 100% wineries plan their objectives and do not make any type of organizational chart

Keywords: empowerment, quality, competence, good service

## Tabla de Contenido

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	v
<b>SUMMARY</b> .....	vi
<b>CONTENIDO</b> .....	vii
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	ix
<b>INDICE DE GRAFICOS</b> .....	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II.-REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	24
2.1 antecedentes .....	24
2.2 BASES TEÓRICAS.....	32
2.3.- Hipótesis General .....	41
<b>III. - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	42
3.1 tipo de investigación .....	42
3.2 Nivel de investigación.....	42
3.3 Diseño de la investigación .....	42
3.4 Universo y muestra .....	43
3.5 Matriz de operacionalización de las variables .....	45
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	47
3.7. Plan de análisis.....	47
3.8 Matriz de consistencia.....	48
4.9. Principios éticos .....	50
<b>IV- RESULTADOS (</b> .....	50

4.1. Análisis de resultados .....	66
<b>V.- CONCLUSIONES</b> .....	71
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	72
<b>Anexos</b> .....	74



## Índice de Tablas

<b>Tabla N° 1 Satisfecho con los productos .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla N° 2 Buena atención.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla N° 3 Buena calidad de los productos .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla N° 4 Un buen servicio .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla N° 5 Innovación para el buen servicio .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla N° 6 Expectativas deseadas .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla N° 7 Preocupación y bienestar al realizar su compra.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla N° 8 Capacidad de otorgar información.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla N° 9 Comprobantes de pago .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla N° 10 Precios.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla N° 11 Asociarse.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla N° 12 Instrumentos tecnologicos .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla N° 13 Modernización de ventas .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla N° 14 Sistemas computarizados.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla N° 15 Mejoras e innovación .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla N° 16 Decisiones en relacion a los recursos .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla N° 17 Otorgar poder al personal .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla N° 18 Opinion a los colaboradores .....</b>	<b>63</b>

<b>Tabla N° 19 Delegar autoridad a los colaboradores.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla N° 20 Cada que tiempo capacita.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla N° 21 Otorgar poder para mejor desempeño .....<sup>vii</sup></b>	<b>65</b>
<b>Tabla N° 22 Toma decisiones el personal .....</b>	<b>65</b>

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico N° 1 Satisfecho con los productos.....</b>	<b>55</b>
<b>Gráfico N° 2 Buena atención.....</b>	<b>55</b>
<b>Gráfico N° 3 Buena calidad de los productos.....</b>	<b>56</b>
<b>Gráfico N° 4 Un buen servicio .....</b>	<b>56</b>
<b>Gráfico N° 5 Innovación para el buen servicio .....</b>	<b>57</b>
<b>Gráfico N° 6 Expectativas deseadas .....</b>	<b>57</b>
<b>Gráfico N° 7 Preocupación y bienestar al realizar su compra .....</b>	<b>58</b>
<b>Gráfico N° 8 Capacidad de otorgar información.....</b>	<b>58</b>
<b>Gráfico N° 9 Comprobantes de pago .....</b>	<b>59</b>
<b>Gráfico N° 10 Precios .....</b>	<b>59</b>
<b>Gráfico N° 11 Asociarse .....</b>	<b>60</b>
<b>Gráfico N° 12 Instrumentos tecnologicos .....</b>	<b>60</b>
<b>Gráfico N° 13 Modernización de ventas .....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfico N° 14 Sistemas computarizados.....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfico N° 15 Mejoras e innovación .....</b>	<b>62</b>
<b>Gráfico N° 16 Decisiones en relacion a los recursos .....</b>	<b>62</b>
<b>Gráfico N° 17 Otorgar poder al personal .....</b>	<b>63</b>
<b>Gráfico N° 18 Opinion a los colaboradores.....</b>	<b>63</b>
<b>Gráfico N° 19 Delegar autoridad a los colaboradores.....</b>	<b>64</b>

<b>Gráfico N° 20 Cada que tiempo capacita.....</b>	<b>64</b>
<b>Gráfico N° 21 Otorgar poder para mejor desempeño .....</b>	<b>65</b>
<b>Gráfico N° 22 Toma decisiones el personal .....</b>	<b>65</b>

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene en cuenta las variables competitividad y empowerment de las empresas rubro bodegas se realiza en Piura, debido a que la Región está atravesando un nivel de socioeconómico. Las bodegas y supermercados ya no solo son los lugares de venta que concentran el mayor gasto de parte de nuestras familias (más del 60%), sino que los sectores socioeconómicos más pudientes han comenzado a refugiar su tendencia de compra hacia el canal tradicional antes que a los centros de expendio modernos, como autoservicios. (Pérez, 2017).

Debido al desarrollo económico y social de la ciudad, cada vez se abren nuevos negocios en Piura y, siendo bodegas, lo que más han aumentado. Según la División de Licencias de la Municipalidad de Piura, el año pasado se entregaron mil 255 licencias de funcionamiento a distintos establecimientos comerciales y de servicios, entre los que destacan, restaurantes, hoteles, licorerías, ferreterías, centros de belleza, entre otros. (Espinoza, 2016).

La Región Piura es en la actualidad la tercera región de mayor población del país, albergando aproximadamente al 5.9% de la población total nacional. Ocupa un lugar transcendental en la economía gracias a los recursos y la actividad productiva agropecuaria que posee la Región y el País en general. Ya que esto beneficia 6,1por ciento de la producción agropecuaria nacional. La superficie agrícola departamental da cuenta del 4,5 por ciento del área agrícola total en el país. Debido a la densidad de las temperaturas que se presenta comúnmente en la región aguas frías y moderadas hace que el sector pesquero sea una de las fuentes primordiales para economía de la región. (Banco Central de Reserva del Perú)

Los municipios y la organización de Defensa Civil son las fundaciones que más perturban e imposibilitan las sistematizaciones de las bodegas en el país, se tomó como referencia la encuesta aplicada por la asociación de Bodegueros del Perú (ABP). Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) exteriorizó que más del 37% de los empresarios bodegueros se les ha conferido algún tipo de amonestación en el último año por las diversas instituciones especialmente tales como la Superintendencia Nacional Administración Tributaria (Sunat) y otros entes gubernamentales.

En el último estudio perpetrado por la consultora de investigación de mercados, Kantar Worldpanel, entre marzo los años 2015 a 2016, la asiduidad de visita de los sectores socioeconómicos A, B y C registra un crecimiento superior en bodegas y mercados, frente al número de visitas ejecutadas por los sectores D y E a los propios comercios.

En tal sentido si indagamos en la situación actual que atraviesan las MYPE nos daremos con la sorpresa el estancamiento que existe en ellas, es por ello que los retos hoy en día se afrontan de manera que se hagan realidad lo planteado, las MYPE para que se vuelvan más competitivas deberán como primer paso un acceso a crédito, dado que hoy en día miles de entidades financieras pensando en el emprendedor peruano les da mayor facilidad de un crédito para hacer crecer su empresa, asimismo se informó que la tasa promedio de interés para las MYPE son del 9 a 10 % en soles en el fondo crecer, previamente evaluado por la federación Peruana de Cajas Municipales y Ahorro de Crédito (Fecpmac). Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) informo que las cajas rurales y municipales proyectan colocar más de 18 millones de soles en créditos para MYPE exportadoras, cabe recalcar que el 75% de las empresas peruanas que exportan son MYPE, en tal forma esto solo representa el 5% de monto exportado

(Gómez, 2018). Haciendo hincapié con lo establecido. El Banco Central de Reserva del Perú detalló las cifras con respecto a la morosidad de las MYPE en proporción a los atrasos de cobranza y en relación al tema judicial que se elevo de 7.83% a 7.59%. en el año 2017, dicha cifra ha ido incrementando en relación a la mora de préstamos a 7.72% a fines de agosto del año 2018. Sin embargo, la calificadora sostiene que la morosidad de la cartera total de créditos del sistema financiero está controlada, y los niveles de recuperación de préstamos son muy buenos. Al enfocarse en la mora a más de 90 días, la vicepresidenta sénior de análisis de Moody's, Valeria Azconegui, afirmó que pese a cierto deterioro de los préstamos minoristas, la tendencia de la calidad de cartera bancaria es favorable.

#### TASAS DE INTERESES

- 1) Caja Piura: tasa de interés efectiva activa en moneda nacional es del 5%
- 2) Caja Sullana: tasa de interés 8%
- 3) Scotiabank: tasa de interés 17%

Las Medianas y Pequeñas empresas se han caracterizado a menudo en el objeto de desarrollar procesos como producción, transformación, comercialización de bienes y/o prestación de servicios.

El estado como bien se sabe que las veces que trabaja en conjunto con las MYPE, esto se genera una serie de beneficios tales como:

- Participación en contrataciones y adquisiciones por parte del estado
- Se puede constituirse en personas jurídicas (Empresas) a través del portal web de la entidad encargada

- Asociación con otras MYPE para tener más probabilidad hacia un mayor mercado y acceso a compras estatales
- El acceso de participar en eventos ofrecidos por parte del estado

Se informó que los datos estadísticos de la informalidad en las MYPE se han ido elevando es por ello que se detalla lo que se necesita para inscribir a la empresa en el REMYPE

- Ruc vigente
- Tener como mínimo un trabajador
- Tener el usuario y clave SOL
- Contar como mínimo con 1 trabajador
- No pertenecer al rubro Bares, Discotecas, Casinos y juegos de azar

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Las MYPE básicamente deben ser seleccionadas en categorías empresariales y establecidas en materia de sus niveles de ventas.

MICRO EMPRESAS: ventas anuales hasta un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

PEQUEÑA EMPRESA: Conseguir ventas anuales que sobrepasen a los 150 UIT sin exceder los 1700 UIT (Sunat, 2018)

Según la Sociedad de Comercio Exterior (ComexPerú) de las 5.9 millones de Pymes existentes en 2017 únicamente 7,400 (0.12 %) son exportadoras que representan solo 1.8 % del total de las exportaciones, esta situación es advertida también por la



Asociación de Exportadores (Adex), pues en el primer semestre 2018 han dejado de exportar 1,480 MYPE (1,337 microempresas y 143 pequeñas) demostrándose la debilidad de este sector, además, a pesar de que brindan trabajo a 8.2 millones de personas (principalmente en comercio, servicios, producción y extracción), es grave su extrema informalidad (83.5 % en 2017).

El régimen MYPE tributario (RMT) está en disposición a aquellos que sus ingresos no superen las 1700 UIT en el ejercicio grabable, a aquellas personas pertenecientes a la tercera categoría, asimismo al pertenecer a este régimen tendrán acceso a diversos comprobantes de pago, tales como el: Boleta de ventas, Facturas, Notas de Crédito y Débito, tickets, y Guías de Remisión. El Régimen Tributario se determina su tasa de impuestos en una escala valorativa de acuerdo a las Unidades Impositivas Tributarias como son: Hasta 15 UIT= 10% porcentaje establecido por la comisión especializada, igualmente si es más de 15 UIT= 29.5% . (Tábara, 2017)

En junio de 2017 se aprobó un Fondo para el Fortalecimiento Productivo de las MYPE (Forpro) para permitirles financiar capital de trabajo, sin embargo, fracasó por la exigencia de formalización y de pertenecer al régimen tributario o general del Impuesto a la Renta. Otro fondo denominado Crecer ha sido incluido en el pedido de facultades legislativas que financiaría las MYPE sin previo requisito de formalidad, cuyo procesamiento sería muy complicado, y todavía no se ha implementado. Un reciente proyecto del Ministerio de Trabajo ofreciendo una ley laboral juvenil para MYPE promoviendo contrataciones formales indefinidas, no muestra indicios de concretarse.

Las MYPE cumplen un rol fundamental, su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero, carecen

de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica y demasiada informalidad. (Palacios, 2019)

Informaron que el congreso de la república ha promulgado la “ley N°30056 que radica en modificar diversas leyes que permitan la facilitación de la inversión e impulsar el desarrollo productivo y crecimiento empresarial”, Esta ley está relacionada en el marco legal para la formalización y promoción de la competitividad (MIMYPE) Asimismo esta ley incluye a diferentes modificaciones entra la que esta actual “Ley Mype D.S. N°007-2008-TR. Con relaciona a la continuidad del régimen de las MYPE, así mismo la ley N°30056 efectúa una reforma con respecto al periodo de gracia que tendrán las Micro y Pequeñas Empresas superen c los 2 años consecutivos al número de ventas anuales (Escalante, 2017).

Así mismo lo precisó el consultor Fernando Núñez Pazos, al presentar en esta ciudad la Guía de Negocios e Inversión en el Perú, donde se dio a conocer el crecimiento económico que ha tenido el país en los últimos años, sobre todo de la multirregión norte que representa un total del 21% del (PBI) nacional. Relató que existen intereses de capitalistas extranjeros que buscan invertir en la zona norte.

Por otro lado, el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) informo que, Piura está cumpliendo un rol fundamental en la economía del país ya que Representó el 6,1% de la manufactura agropecuaria nacional. La superficie agrícola departamental da cuenta del 4,5% del área agrícola total en el país. Según los Censos Nacionales Agropecuarios de los años 1994 y 2012, el número de unidades agropecuarias se incrementó entre ambos años de referencia en 27,3%, siendo para el año 2012 de 145 282. En la región se dispone de 244 mil hectáreas de tierras de alta calidad. Asimismo, Piura es una de las regiones con

mayor infraestructura de riego en el país, al disponer de una cabida de almacenamiento de agua de más de 760 millones de metros cúbicos en sus dos represas principales (Poechos y San Lorenzo). Entre los cultivos principales destacan el arroz, algodón, maíz amarillo duro, mango, uva, limón, plátano y caña de azúcar. (Ceballos, 2015)

Se dio a conocer que hace unos meses que el PBI, en la región Piura había caído eso a consecuencia. Del fenómeno que hace unos meses hubo ya que esto ocasiono múltiples pérdidas y la vez la disminución del PBI.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) dio a conocer que la producción en los departamentos de Lambayeque (-2.4%) y Piura (-0.5%) continuó afectada durante el segundo trimestre del año, por los efectos causados por el fenómeno de El Niño costero. Es así que el Producto Bruto Interno (PBI) de la zona norte –Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca y Amazonas– solo creció 0.1%, apoyado básicamente por el sector pesca (138.7%) y manufactura (2.4%). En el caso del sector agropecuario (-8.7%), este retrocedió ante una menor producción de cacao, alfalfa, cebada y café, al igual que minería e hidrocarburos (-7.7%) ante la menor extracción de oro, zinc, plomo, plata y cobre.

Según datos oficiales del INEI, el PBI creció 2.4% entre abril y junio. En este resultado destacó Apurímac, que creció 12.3%, seguida de Áncash (11.1%), Huánuco (9.7%), Ica (6.6%), Junín (6.3%), Arequipa (3.1%), La Libertad (2.7%) y Lima (2.2%).

Estos departamentos contribuyeron con 2.3 puntos porcentuales al crecimiento de la economía y concentraron el 64.4% de la producción nacional. (Diario Peru21, 2017)

Haciendo mención a los desastres que tuvo que afrontar hace unos meses, mucho se estado especulando a la etapa de reconstrucción en la región Piura será dramática y un

primer efecto será la reducción en casi un 10% del PBI (Producto bruto interno regional) durante los primeros meses, así lo ratificó, Carlos Sánchez, gerente general de la Cámara de Comercio y la Producción.

El representante del gremio empresarial confirmó el colapso de cuantiosas empresas en sus diversos rubros. Estimó que sólo a modo referencial el sector agroexportador perdió no menos de veinte mil hectáreas de cultivo. Citó asimismo que las tiendas por departamentos ubicadas en el centro urbano de Piura están completamente destruidas. Enseguida y sin ocultar lo dramático de la situación, dijo que todas las actividades comerciales “están” paralizadas. (Medina, 2017)

Índice del desempleo desciende solo un 0,3% en la región Piura, así lo informó Diario El Tiempo, haciendo mención que El índice de desempleo en la región Piura tan solo ha descendido en 0,3 puntos porcentuales en el último año, al ubicarse en 2,8% a comparación del 3,1 registrado en el 2015, informó ayer la titular de la Dirección Regional de Trabajo de Piura, Verónica Luy. Del mismo modo se anunció que en el mes de marzo La tasa de empleo en la ciudad de Piura aumentó en este año en un 4,1% a comparación del mismo mes en 2016, siendo los sectores de Comercio (2,8%) y Manufactura (19%) los que más gente contrató. Cifra dada por la oficina del Banco Central de Reserva en Piura, en donde se ve que Servicios y la actividad extractiva bajaron en 3,9% y 17%, respectivamente. (Santivañez, 2017)

Es importante hacer mención en la investigación acerca del empleo y desempleo en la Región de Piura ya que esto nos hará ver la realidad de cómo está el país en la actualidad. En la región Piura, según el tamaño de empresa, las MYPES absorbieron el 31.9 % de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, esto es 283 mil 701 trabajadores.

La mayor totalidad de trabajadores se encuentran en las ramas de actividad económica extractiva con 34.9 % y servicios con 24.4 %, así lo dio a conocer el Observatorio Socio Económico Laboral (OSEL) de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, en base a la información de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAHO) para el año 2015.

Del total de trabajadores que integran las MYPES el 77.6 % son hombres; según grupos de edad los ocupados se concentran en la población de 14 a 29 años, en un 38 % y de 30 a 59 años un 57 %; y según nivel educativo culminado lo acceden en mayor parte aquellos que culminaron la primaria y secundaria. (Perez,2016)

La legislación peruana puntualiza a las MYPE como “la unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, con la finalidad de desarrollar actividades de comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación, y producción sea industrial o artesanal de bienes. El cual la microempresa tiene un número de trabajadores que no excede a las 10 personas (Martinez,2014)

El portal Carpio abogados (2011) sintetiza que las MYPE participan en las contrataciones y adquisiciones del Estado, de acuerdo a la normatividad correspondiente. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo facilita el acceso de las MYPE a las contrataciones del Estado. En las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios, así como en la ejecución y consultoría de obras, las Entidades del Estado prefieren a los ofertados por las MYPE, siempre que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas. En los contratos de suministro periódico de bienes, prestación de servicios de ejecución periódica, ejecución y consultoría de obras que celebren las MYPE.

Sin lugar a duda las Micro y Pequeñas empresas en el país ocupan un porcentaje mayoritario ya que, en el Perú, nueve de cada diez empresas son micro y pequeñas (MYPES) y aportan el 21,6% del PBI local, estimó la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex). Sin embargo, Jessica Luna, gerente general del gremio empresarial, advirtió que el 83,1% del total de micro y pequeñas empresas del país son informales.

Precisó que en este tipo de organizaciones laboran 7,7 millones de personas, 66,5% de las cuales no tienen una remuneración ni mucho menos servicios como seguro de salud o sistema previsional. Esta realidad responde a que el 72,5% es mano de obra familiar.

Luna comentó que dadas estas cifras es trascendental que el Ejecutivo preste atención a las pequeñas empresas, y consideró que la propuesta de reducir en un punto porcentual el IGV no tendrá gran impacto en la formalización si no se da en el marco de un paquete más grande.

En el Perú, cada día surgen nuevos emprendedores con ideas de negocio que eventualmente se convierten en micro y pequeñas empresas (MYPE). Sin embargo, junto con el crecimiento, también surgen nuevos dolores de cabeza, debido a que la gran mayoría de las MYPE no se preocupa por tener la asesoría de un abogado. “En el Perú, existen tres problemas legales que son más frecuentes entre las MYPE y son los temas de carácter preventivo laboral, fiscal tributario y penal.

Es por eso que la mayoría de los especiales plasman pasos (6) para que no tengas ningún problema de carácter fiscal tributario y penal:

1. Conocer los cambios en la normativa de contratación y las leyes que se promulgan
2. Tener una fluida comunicación interna con sus trabajadores de forma horizontal, de manera que se impulsen los aportes en bien de la organización.

3. Definir grupos de interés interno, con profesionales multidisciplinarios que analicen aspectos que involucren a la empresa.
4. Estudiar los cambios, conocerlos, y aprender cómo pueden beneficiar a la organización. Siempre sigue capacitándote y participa en grupos de emprendedores del mismo rubro.
5. Formular presupuestos razonables, que incrementen la confiabilidad de tu empresa y sobre todo una buena gestión en la generación de fondos. Esto te hará sujeto de crédito y un buen referente para hacer negocios con otras empresas.
6. Conoce tu mercado, quiénes son los tops, cómo hacen su negocio, y cuáles son las estrategias legales en las que se apoyan para proteger su empresa. (Diario Gestión, 2016)

Hoy en día existe una ley instituida para las Micro y Pequeñas empresas (MYPE) que fue promulgada el día 03 de julio del 2003, por el congreso de la república, que se asigna como la LEY N° 28015 “Ley que promueve modifica promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” la presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al producto bruto interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria, el cual en el artículo N°4 se involucra al estado con las MYPES haciendo mención que el Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración,

tecnificación y articulación productiva y comercial 2 de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenido (Perez,2018)

Como bien se sabe en el Perú hay ciertos casos en donde las empresas vulneran los derechos de sus trabajadores, es por ello que el estado ha promulgado una serie de leyes laborales el cual ampara de una u otra forma a los trabajadores de algún tipo de abuso en su empresa. (Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo)

Siendo así, todo trabajador tiene que conocer los beneficios que cuenta como trabajador, entre estos esta:

- ❖ Remuneración mínima vital
- ❖ Jornada máxima de trabajo
- ❖ Descanso semanal obligatorio
- ❖ Licencia pre natal y post natal
- ❖ Vacaciones trucas
- ❖ Compensación por tiempo de servicio
- ❖ Entre otras

En el Perú existe un gran informalidad en las MYPES, que ha llegado a un porcentaje de un 96% de un total de 138 mil que se registra en la región Piura, según revelaron funcionarios de la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) durante la inauguración de su nuevo Centro de Desarrollo Empresarial (CDE).Por esta razón el gerente de Desarrollo de Cofide Luis Terrones Morote anuncio que la formalización va más allá de una cuestión de patriotismo para cumplir con obligaciones tributarias, pues es



realidad, se trata de una decisión económica con beneficios directos como acceso a capital para crecimiento del negocio.

A nivel de ambiente externo o microambiente, se encuentra el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, reglamentos y estatutos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo Y Promoción del Empleo (MTPE), Superintendencia de Administración Tributaria, Superintendencia de Registros Públicos (SUNARP), Régimen MYPE Tributario (RMT)

La norma tiene como objetivo que las micro y pequeñas empresas tributen de acuerdo a su capacidad. Con la norma las MYPE tendrán un régimen tributario especial para pagar el Impuesto a la Renta desde 10% de sus ganancias netas anuales. El monto de la UIT para este año asciende a S/ 3,950. El presente decreto legislativo entra en vigencia el 1 de enero de 2017. (Meneses, 2016) por otro lado el régimen MYPE Tributario hace referencia en Regulación de derechos y beneficios laborales, el cual detallo que los derechos y beneficios originados con anterioridad a la entrada en vigencia del Decreto Legislativo N° 1086 mantienen sus mismos términos y condiciones, y continúan regulándose bajo el imperio de las leyes que rigieron su celebración. Los trabajadores de la microempresa sujetos al Régimen Laboral Especial creado por la Ley N° 28015 se mantienen en dicho régimen hasta el 4 de julio de 2013, luego del cual ingresarán al Régimen Laboral General. El Régimen Laboral Especial MYPE no es aplicable al trabajador sujeto al régimen laboral general que cesa con posterioridad a la entrada en vigencia del Decreto Legislativo N° 1086 y es nuevamente contratado por el mismo empleador, bajo cualquier modalidad, salvo que haya transcurrido un (1) año desde el cese.

Un estudio realizado se detalló que, en el Perú, nueve de cada diez empresas son micro y pequeñas (MYPES) y aportan el 21,6% del PBI local, estimó la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex). (Alberca, 2016).

Uno de los problemas más serios que afronta nuestra economía son los altos índices de informalidad en factor laboral, ello por los altos costos que debe asumir el empleador, en la mayoría de los casos micro y pequeño empresario.

Con la finalidad de crear incentivos que permitan formalizar a los trabajadores y reducir con ello los índices de informalidad y velar por los beneficios laborales y justos sueldos y salarios, se encuentra vigente en el Perú un Régimen Laboral Especial para el segmento de la Micro y Pequeña Empresa (PYME). (Mantilla, 2016)

Como bien sabemos el empleador de la MYPE por si debe de ser carismático, que tengas ganas de sobresalir, que se esfuerce y lo más importante que tenga una visión sobre las cosas que realizara. En cuanto al trabajador de una MYPE de rubro Bodega debe tener cualidad un trato amable para atender al público, Grandes habilidades comunicativas: Si no eres un buen comunicador, es probable que no valgas para este puesto. Es preciso manejar los problemas con fluidez, expresarse adecuadamente, ser persuasivo y contar con un amplio vocabulario. (Núñez, 2016)

Con respecto a los valores se sabe que son muy esenciales para cualquier organización, básicamente son la razón de ser de la empresa no obstante se define así misma, gracias a esto se genera marcar patrones para una buena toma de decisiones, sirven como fuerza impulsadora para el crecimiento y desarrollo de la MYPE, evitando el fracaso al momento de plantear estrategias de competencia dentro de la empresa. Entre ellos está la excelencia por el hacer las cosas, la pasión por hacer lo que uno más ama, la puntualidad,

la Responsabilidad, y la lealtad que es básicamente la fidelidad por trabajar en la empresa. (Tierno,2016), Con respecto a los valores de una empresa tenemos que tener en cuenta que los más primordiales deben de ser: Puntualidad, responsabilidad, honestidad, creatividad, etc. ya que estos valores pueden favorecer de manera directa a la funciones o realizaciones que se ejecuten en la MYPE, ya que esto está relacionado con la construcción de un ambiente de trabajo sano que permite que ser humano se desarrolle de una manera profesional

Con respecto al gusto y costumbres en las MYPES rubro bodegas la mayoría de personas concurre a ellas por cercanía de sus viviendas y la disponibilidad de adquirir los productos de primera necesidad, la otra razón es La ubicación de un local es un factor decisivo para complementar los recursos necesarios con esa idea de negocio que puede producir un éxito potencial. Los locales situados en esquina de calle suelen tener más recurrencia para los transeúntes

En cuanto a la cultura de las empresas las organizaciones son observadas como “mini sociedades” en las cuales se despliegan sus propios modelos y patrones culturales, así como sus subculturas que impactan sobre la eficiencia en el ambiente interno y externo. Por lo anterior, la cultura organizacional repercute en los resultados de las empresas debido al comportamiento organizacional que se manifiestan en los valores, símbolos, ritos, ideologías, mitos, historias, ceremonias a los que se les otorga, por parte de los colaboradores. (Zapata, 2017) Las bodegas de barrio se mantienen firmes frente a la expansión de las grandes cadenas de minimarkets, resaltó el presidente de la Asociación de Bodegueros del Perú (ABP), Andrés Choy, quien destacó que el canal tradicional se mantiene fuerte y confiado en su negocio por una serie de ventajas, entre ellas, porque

están en cada barrio, tiene un conocimiento del consumidor final, hay una relación fuerte con los clientes, la atención personalizada, el denominado fiado (Diario Gestión, 2017)

Por otro lado la tecnología que tiene que contar y estar actualizada toda MYPE de rubro Bodegas serian, Cajas registradoras que inspeccionaría todas las ventas que se realizarían , Código de barras ya que esto serviría para tener más facilidad en el monto del precio de los productos, publicitar los productos a través de redes sociales para que así la mayor parte de la población conozca la MYPE y crezca y progrese cada día más, ya que si nos enfocamos en la realidad los porcentajes de medios tecnológicos no son tan bajos ya que en un informe de MiPymes Perú 2013 señala que solo el 21% de MYPE peruanas tiene una página web lo cual fue considerado como “positivo”, esperando que el porcentaje ascienda a media que aparezcan y surjan nuevas novedades tecnológicas (Gestión, 2014)

Asimismo, mientras en dicho período, la mayor parte de las familias peruanas de los diferentes sectores medios asistieron a las bodegas y autoservicios de compra 9 veces más (en sendas oportunidades), mientras que los rases socioeconómicos más sumisos acudieron al menos 5 veces las bodegas. y en el caso de los mercados su frecuencia de visita disminuyó en -1 vez, frente al grado anterior. Aunque los niveles socioeconómicos D y E acudieron a los mercados más veces que los sectores A, B y C, según se observa, la tendencia de compra hacia los canales tradicionales es mayor en los sectores altos. (Peña, 2016)

La presencia y expansión de los supermercados, e incluso las apuestas por los minimarkets no funcionó para captar una mayor cuota del canal retail moderno y es este nuevo formato de tiendas de conveniencia las que repuntan en su presencia y las que podrían captar parte de la cuota del 80% que mantiene el canal tradicional.

El reciente crecimiento que ha se venido dando con la apertura de los supermercados se ha vuelto un obstáculo para las Bodegas pues mucha gente concurre hacia los supermercados, es por ello que las MYPES rubro bodegas deberán efectuar la realización de un plan estratégico y emplear diferentes técnicas que ayudar a captar y ganar una fidelización por parte de los clientes, ya que en un reciente estudio ejecutado se detalla que seis de siete personas concurre a un supermercado, manteniendo una baja en el proceso de ventas.

Una de las tácticas que examinan, se sustenta es la de efectuar compras de manera conjunta para las empresas y al mismo tiempo perpetrar una retroalimentación y formar técnicas pertinentes para un buen desempeño.

Toda empresa y microempresa está inmersa al enfoque de la comercialización de abarrotes el cual hace que el negocio sea más productivo, tal es así que su régimen está ligada a las acciones del Ministerio de la Producción se sustenta que la mayor barrera que se tiene es la cancelación económica por las tasas por los autorizaciones de funcionamiento, pues en todos los casos se discurren a un establecimiento de una medida mayor a los 100 metros cuadrados, cuando en realidad se trata de un espacio de menor medida de 30 metros cuadrados.

Toda empresa está obligada por ley a otorgar beneficios a sus empleadores es por ello que se debe considerar que este debería tener una importancia mayor a la familia del bodeguero, y no como lo que hoy existe con el lucro facultativo.

Asimismo en la parte de los tributos que todas las PYME, MYPE cancelan, se detalla que al presente año entre el 70% y 80% de las bodegas tienen está ligada al sistema de RUS, con un aporte mensual de S/ 200, y que, en ciertos casos, hay bodegas que pueden

aportar una cifra elevada a la ya antes mencionada pero eso sale de los límites de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat.)( Domínguez, 2015)

Si bien es cierto las bodegas son un agente económico importante no solo para las marcas y los consumidores, sino también para las casi 70.000 familias en Lima que dependen de ellas, según el estudio de Ipsos Apoyo el capital se observa un incremento notable de los jefes de hogar entre los bodegueros, quienes ahora son casi la mitad en este segmento. “En el 2012 solo representaban el 32% y hoy llegan al 47%, lo que deja entrever que este negocio es cada vez más una fuente esencial de ingresos para el hogar (Jiménez, 2014).

Como sabemos nuestra región hace más de un mes atravesó un desastre natural que se vio afectado diferentes establecimientos económicos, centros comerciales y diferentes negocios entre ellos las más afectadas fueron los pequeños negocios familiares y ella se establece un aproximado de 2 mil bodegas se vieron afectadas por estos procesos climáticos que la mayoría con un 68% de las bodegas, están dentro de las casas, hizo que también pierdan sus viviendas (Abanto, 2017)

Las circunstancias hoy en día han hecho que los centros de compra entre ellos las Bodegas y los mercados en Perú hayan elevado su registro de compra, evaluándose una creciente en sus ventas el 25%, pero decreció en la aparición de nuevas bodegas porque ya coexiste una ponderación entre los diferentes centros de venta mercantizados geográficamente en la capital.

El gerente general de Marketing Preciso, Manuel Fazio anotó que se tiene la ponderación entre los diferentes porcentajes de bodegas, mercados y supermercados, poseyendo un copado por ahora la aparición de recientes puntos de venta.

Debemos recordar que la semana pasada la máxima autoridad de la asociación de bodegueros del Perú (ABP), El señor Andrés Choy, sostuvo que la apertura de bodegas formales en Perú está disminuyendo drásticamente en los últimos años por la competencia de los supermercados. (Silva, 2016)

En Perú uno de los rangos de trascendencia es el empleo que tiene la población y según estadísticas hace referencia que , la mayor parte de los trabajadores de la Población Económicamente Activa (PEA) que se desarrolla ocupando un empleo informal, lo cual es preocupante la cifra que se refleja (74%) ya que el mayor parte de los empleadores no cuenta con un seguro social y otros beneficios que por ley le corresponde al trabajador, así informo en el estudio que efectuó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) La situación es más agravante si se discurre que en el caso de los más recientes empleadores y de las personas mayores de 65 años de edad, ocho de cada nueve trabajadores laboran de manera informal.

En la actualidad muchas empresas no ofrecen los beneficios que por ley le toca a cada trabajador es por eso que la cifra se refleja en el estudio efectuado por la INEI que el mas del 60% de trabajadores ejercen su labor de manera informal, creando un malestar y desmotivación en los colaboradores, asimismo por las ineficiencias que provoca esto es la producción que representa un 19% que es la tercer parte del PBI, ratificando un abja en la producción y la informalidad

La trascendencia y la eficacia de las bodegas han elevado sus utilidades entre 2,500 y 8,000 nuevos soles mensuales, por otro lado los mercados de abastos ya están registrando en promedio 6,000 soles semanales, representando un aproximado del 69% de ventas de su capital. Uno de lo puntos que toma empresa se enfoca y mas las Bodegas son en las amas de casa que por naturaleza concurren a diferentes locales, no teniendo una

bodega fija es por ello que la mayoría de los empresarios debería enfocarse más en ese sector para ganar una fidelidad por parte de las amas de casa, Aplicando herramientas como ofertas, publicidad o algún extra u agregado para que su local sea más concurrido

Un reciente estudio aplicado en el área de marketing y publicidad se precisó que el nuevo empresario de bodegas considera que se está desarrollando y progresando y está muy motivado con el optimismo al sentir que su futuro como empresario tendrá un gran éxito, por otro lado las bodegas se asemejan con los minimarkets es por ello que se toma siempre como referencia para el crecimiento y desarrollo de las bodegas y así convertirse en minimarkets y tener una competitividad muy fuerte ante otros del mismo rubro. De acuerdo a los últimos indicadores económicos, los más de 10 millones de peruanos que conforma la reciente clase media que básicamente tienen preferencia por hacer las compras rápidamente y de último minuto que comúnmente se da en las bodegas. El Producto Bruto Interno (PBI) en los últimos años a ascendido por encima de los 10000 dólares, asimismo el mercado que básicamente se le conoce como mercado de consumo masivo en Lima ha sobrepasado los 7,500 millones de dólares en el transcurso del año 2012 y que a la vez efectuó una proyección para el próximo año de a 900 millones. (Aponte, 2016)

Muchas bodegas ofrecen una gran variedad de formatos de envases pequeños, lo que favorece pequeñas compras diarias entre los consumidores de más bajos ingresos y agrada a aquellos consumidores que ante la desaceleración optan por comprar presentaciones más pequeñas de los productos que acostumbran adquirir, en lugar de sacrificar categorías.

El empowerment se ha vuelto muy sustancial en toda organización ya que se fundamenta en encomendar poder y autoridad a los colaboradores y el sentir de que los trabajadores son tan importantes como el propietario de la MYPE. de su propio trabajo.



Del mismo modo el procedimiento de empowmerment causa una mejora para los colaboradores y para la misma empresa es por ello que por medio del cual se puede maximizar el manejo de las diversas capacidades, destrezas, técnicas y competencias en la organización. En tal s caso el elevado porcentaje de bodegas ejecutada este método para obtener los beneficios óptimos, pues el de los equipos de trabajos, y la organización que en tal sentido son las bodegas tendrán una plena accesibilidad y uso de información crítica; tendrán la tecnología, destrezas, responsabilidad y autoridad para ejecutar la información y llevar a cabo la organización. Es por ello que la técnica empleada es en si una buena estrategia de gestión la cual, sin duda alguna, sustituye la tradicional estructura piramidal por equipos auto dirigidos. Así, la información se accede para todos y mas con las personas tienen la oportunidad y la responsabilidad de dar lo mejor de sí consiguiendo empleados más proactivos, enganchados en sus labores y comprometidos en sus tareas. Todo lo mencionado se refleja en una empresa más eficaz, con mejores resultados y de mayor calidad. (Campos, 2015)

Por lo antes caracterizado, el enunciado del problema es: ¿Cuáles son las características de la competitividad y Empowerment en las MYPE rubro bodegas de la Urbanización San José de Piura, año 2018?

Siendo el objetivo general, Identificar las características que tiene la competitividad y el empowerment en las MYPE rubro bodegas de la urbanización san José de Piura, año 2018. Teniendo como objetivos específicos: (a) conocer la capacidad de respuesta en las MYPE rubro bodegas de la urbanización san José de Piura, año 2018; ( b) determinar el valor

agregado que ofrecen las MYPE rubro bodegas de la urbanización san José de Piura, año 2018; (c) conocer las dimensiones de evaluación en las MYPE rubro bodegas de la urbanización la san José de Piura, año 2018; (d) Identificar los elementos que satisfacen al personal en las MYPE rubro Bodegas en la urbanización San José de Piura, año 2018

La presente investigación se efectúa con el fin de establecer con el criterio dictado y perpetrado por la dirección de educación SUNEDU de elaborar y sustentar un trabajo de investigación para el logro y otorgamiento del grado del TÍTULO DE BACHILLER el cual me veo en la necesidad efectuar el trabajo de investigación. La investigación se realiza con la finalidad y propósito de conocer la concordancia y relación que existe en las variables competitividad y empowerment en las MYPES del rubro Bodegas de la urbanización San José-Piura. Por ende después de haber realizado dicha indagación; se complementará en diseñar distintas estrategias, técnicas y métodos que conlleven de una u otra forma el progreso y desarrollo de las MYPES para un acertado y apropiado posicionamiento en el mercado competitivo. Así mismo la investigación será necesario de gran utilidad y provecho para diferentes y posteriores indagaciones ya que se tomará una referencia y fuente confiable para analizar y detallar el escenario de cómo opera las MYPES y del mismo modo conocer la trascendencia que hoy está atravesando la economía peruana. Seguido de lo mencionado la investigación se efectúa con el propósito de constituir como apoyo y colaboración para el progreso de las MYPES ya que atravesar del presente trabajo se brindará cooperación al crecimiento y desarrollo en las empresas de las MYPES del rubro Bodegas y destacar empresarialmente.

En la presente investigación las MYPES establecen un lugar muy transcendental y de mucha relevancia ya que de una u otra forma contribuyen a la economía del país ya

que aportan recursos económicos al estado, ya que por naturaleza todo peruano es emprendedor ya que tiene la capacidad de gestionar su propia MYPE, lamentablemente el gobierno carece de políticas públicas para beneficiar y socorrer a los emprendedores.

(Ignacio Ll. 2013) realizó una investigación en la Universidad de catambria (España) denominado “Análisis de competitividad de las empresas de acuicultura”. La competitividad se define como la capacidad de competir, por lo que el uso de este término se debería limitar a aquellos individuos que actúen en competencia o rivalidad con otros. En el contexto económico, los agentes más adecuados a los que aplicarles el término competitividad son las empresas y por ello la competitividad tiene un carácter primordialmente micro económico En el ámbito de la economía de la empresa, el vocablo competitividad aparece vinculado a la capacidad que las empresas muestran para captar mercados (Acosta, 1999). A partir de esta concepción inicial del término, han sido numerosas las definiciones y los enfoques que se han realizado sobre el término en la literatura microeconómica

La investigación se aplicará la metodología científica el cual se empleará fuentes primarias y secundarias para la obtención buenas recolección de datos, además se ha establecido el tamaño de la población buenas de la muestra y se ha diseñado y elaborará un cuestionario para la recolección y recojo de información a través de la hipótesis; así como los objetivos que conducen la investigación. Todo lo mencionado será relacionando por los elementos metodológicos correspondientes. Ya que la investigación se empleó un diseño no experimental transversal porque el diseño de la investigación no intentará variar la realidad ya que se obtuvo datos en un solo momento y en un tiempo determinado, los cuales serán empleados para determinar el tamaño de la muestra y para ello se desarrollará un cuestionario que será un elemento de recolección de datos.

## II.-REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 antecedentes

#### 2.1.1 Variable: competitividad

Geordis (2016) Realizó una investigación denominada “Factores que afectan la competitividad de los minimarket de la provincia de la pampa argentina” trabajo presentado en la Universidad de Córdoba (Argentina) plasmando como objetivo general el análisis de la competitividad y viabilidad técnica y económica de los sistemas de producción bovina lechera en el noreste de la provincia de La Pampa (Argentina) plasmando como objetivo general identificar qué factores afectan la competitividad de los minimarket de la provincia de la pampa argentina, Investigación de tipo descriptiva, de diseño no experimental llegando a la conclusión que la competitividad es un atributo que está determinada por cuatro atributos trascendental de su base local: condiciones de los factores; condiciones de la demanda; industrias de estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. tales atributos y su interacción explican por qué innovan y se mantienen competitivas.

Baños (2015) Presentó una investigación denominada “Competencias Esenciales, Clima Organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la pequeña y mediana empresa del sector Bodegas Comerciales en México”, trabajo presentado en la Universidad Autónoma de Madrid (España), perpetrando como objetivo en conocer como operan las empresas ante las Competencias Esenciales, Clima Organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la pequeña y mediana empresa del sector Bodegas Comerciales en México, asimismo desarrollando una Investigación de tipo

descriptiva, donde llegó a la conclusión que los recursos, capacidades y las competencias esenciales de la empresa están casi siempre relacionadas con el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible por parte de las empresas que las dominan, desarrollan y renuevan constantemente. Más aún, la detección y desarrollo de las competencias esenciales debe surgir, no del ingenio del empresario, sino de un ejercicio formal de dirección estratégica que debe llevarse a cabo en conjunción con todo el personal de la empresa.

Lima (2017) Realizó una investigación denominada “Estrategias de Competitividad para MYPES”, trabajo presentado en la Universidad Nacional Autónoma de México (México), elaborando como objetivo desarrollar Estrategias de Competitividad para MYPES”, plasmando como objetivo general identificar las Estrategias de Competitividad para MYPES”, Investigación de tipo descriptiva de diseño no experimental de corte transversal, llegando a la conclusión que la competitividad de una empresa empieza dentro de ella por lo que es necesario que la dirección y las líneas ejecutoras (gerencias y direcciones) estén enfocadas al cliente. el cliente es uno de los activos más importantes de la empresa. Los productos y servicios deben de cumplir con las expectativas del cliente, el trato y la relación con el cliente debe de generar confianza por parte del mismo para que sea leal a la compañía, los procesos deben de ser lo más rápidos y sencillos posible.

Castillón (2016), Desarrolló una investigación denominada “La Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Bodegas, de la avenida Próceres de la Independencia, cuadra 10 a la 27, Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia de Lima, Departamento de Lima, Período 2015” trabajo que lo presento en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Lima), plasmando como Objetivo general el determinar las características de la Competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro bodegas, de la avenida Próceres de la Independencia, cuadra 10 a la 27,

distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, Aplicando una metodología descriptiva de diseño de investigación No experimental – Transversal–no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable, Llegando a la conclusión que La mayoría de los empresarios conoce el término competitividad, el gran porcentaje de los bodegueros del distrito de San Juan de Lurigancho implementó nuevas tecnologías para mejorar el proceso de compra y venta, en su mayoría de las bodega estratégicamente cuentan con precios accesibles para competir y mantenerse vigente en el mercado, desarrollando estrategias para mejorar la atención a sus clientes, no obstante la mayoría de los bodegueros creen que la capacitación e innovación permitirían ser más competitivos

Peña (2016) Efectuó una investigación denominada “Competitividad y el Financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Comercio - Rubro Bodega, del mercado enmarca, distrito de san juan de Miraflores, provincia de Lima, Departamento de Lima, Período 2015” trabajo que lo presento en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Lima), , Estableciendo como objetivo General, Determinar las características del financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro Bodega, del Mercado Umamarca, Distrito de San Juan de Miraflores, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015. efectuando una Investigación de tipo descriptiva, Llegando a la conclusión que el nivel de competitividad de las MYPE del rubro es bajo esto se ve reflejado en sus diferentes actividades las cuales no logran satisfacer a sus clientes, es importante que las MYPE del rubro Bodegas elaboren estrategias que les permitan obtener ventajas competitivas más no comparativas. para saber si una MYPE cuenta con un nivel de competitividad aceptable, la calidad juega un rol importante en todos los procesos de la misma determinando así su grado de competencia.

Rodríguez (2017) Desarrolló una investigación denominada “Caracterización de la Competitividad y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro bodegas de la urbanización los granados del distrito de Trujillo, año 2016.” ” trabajo que lo presento en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Trujillo) ), Plasmando como Objetivo General Determinar las principales características de la Gestión de calidad y el Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. efectuando una Investigación de tipo descriptiva, de diseño no experimental. Llegando a la conclusión que toda empresa para, ser competitivas deberá significar estar presentes en los mercados, obteniendo beneficios, consolidando su presencia y su capacidad de producir bienes y servicios que son demandados en los mercados. desde el punto de vista académico, la competitividad se relaciona con un campo del conocimiento económico que analiza los hechos y políticas que determinan la capacidad de una nación para crear y mantener un entorno que propicie una mayor creación de valor para sus empresas

Hernández (2015) Efectuó una investigación denominada “Caracterización de la competitividad y formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana, año 2015” trabajo que lo presento en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Sullana) Como Objetivo de la investigación planteada se enuncio en Establecer las características de la competitividad y formalización en las MYPE rubro bodegas del mercado de Sullana, año 2015, Empleando una metodología de tipo descriptivo, diseño no experimental de corte trasversal, de nivel cuantitativo, Como población de estudio a los clientes de las MYPE rubro Bodegas, Llegando a la conclusión que uno de los factores de la competitividad valorada por la mayoría de los clientes muestra que prefieren la calidad

de los productos, las MYPE no utilizan tecnología moderna el cual no otorga un buen servicio al consumidor.

Manrique (2017) Desarrolló una investigación denominada “Caracterización de la capacitación y competitividad en las Mype Comerciales Rubro Abarrotes del Mercado Zonal Santa Rosa – Piura al 2016”, Trabajo presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura), Como objetivo general se indicó en identificar las características de la capacitación y competitividad en las Mype comerciales rubro abarrotes Se empleó la metodología de tipo descriptiva, diseño no experimental Como población de estudio dirigido los clientes y trabajadores de las MYPE rubro Bodegas, Concluyendo que nivel de competitividad permite mantenerse en el mercado aunque como es obvio, si se mejoran diversos factores (estrategias comerciales, publicidad) esta situación de obtener un alto nivel competitivo, en los procesos y sistemas que se ejecuten en las tiendas de abarrotes, dado que por ser pequeñas empresas sus procesos realmente fáciles y de rápido realización,

García, L. (2015). Desarrolló una investigación denominada “Caracterización del financiamiento y el kaizen en las MYPES rubro Bodegas del casco urbano de Morropón” Trabajo presentado en la Universidad Nacional de Piura (Piura), Planteando como objetivo general: Identificar las características del financiamiento y el Kaizen en las MYPE rubro Bodegas del casco urbano de Morropón. Desarrollando una metodología descriptiva, De diseño no experimental, como población de estudio dirigido a los clientes y dueños de las MYPE rubro Bodegas, El mismo llegando a las siguientes conclusiones: El tipo de financiamiento a que acuden las MYPE del Distrito de Morropón durante el año 2015, es el financiamiento a corto plazo, cuyo dinero es destinado para el pago a los proveedores y así poder mantener una amplia gama de productos de calidad para ofrecerles a sus



consumidores y por otro lado las MYPE también han invertido parte del financiamiento en la adquisición de maquinaria.

**López (2015)** realizó una investigación denominada “Empoderamiento y satisfacción laboral en las Bodegas de abarrotes” Presentado en la universidad Rafael Landívar (Guatemala), aplicando una metodología de tipo descriptiva, de nivel cualitativo, nivel de investigación de tipo descriptivo, formulando como objetivo en identificar las características del empoderamiento y satisfacción laboral en las Bodegas de abarrotes Donde concluyo que Entre los elementos registrados que generan el empoderamiento en los colaboradores de la municipalidad se pueden mencionar los siguientes; autonomía, confianza, participación, toma de decisiones y el sentimiento de ser poseedor del puesto

**Sales (2007)** Desarrolló una investigación denominada “El proceso de facultar al personal (Empowerment) Como herramienta en la toma de decisiones” Presentado en la Universidad Mariano Gálvez de Guatemala (Guatemala). Formulando como objetivo general en conocer las causas del proceso de facultar al personal (Empowerment) Como herramienta en la toma de decisiones Efectuó una metodología de tipo descriptiva. Realizando un Investigación de tipo descriptiva. Llegando a la conclusión que el empowerment es una forma fundamentalmente distinta para trabajar en conjunto, no se trata de un mero conjunto de técnicas, sino más bien una forma de construir un entendimiento entre usted y los demás, del interior al exterior.

**Figuroa (2007)** Desarrollo una investigación denominada “El Empowerment como herramienta eficaz para alcanzar el éxito organizacional en los minimarkets” exteriorizado en la universidad de oriente núcleo de Monagas (Venezuela) estableciendo como objetivo en determinar la relación del Empowerment como herramienta eficaz para alcanzar el éxito organizacional en los minimarkets, aplicando una metodología de tipo descriptiva en su

investigación. Llegando a la conclusión que El empowerment es una herramienta que se adapta a cualquier tipo de organización, debido a que, es una innovadora forma de administrar y conduce a un enfoque diferente de lo que son las empresas. Esta técnica crea un impacto directo en las organizaciones, y por consiguiente, a los individuos que están íntimamente relacionados con ésta, por lo que origina una nueva dinámica que interfiere en el comportamiento organizacional, equilibra las responsabilidades

**Gonzales (2014)**, Desarrolló una investigación denominada “Empowerment y desempeño laboral en el centro de exámenes de Conchán del touring Bodegas club del Perú – Lima, 2014” Presentado en la Universidad César Vallejo (Lima). Estableciendo como objetivo en identificar las causas de aplicar el Empowerment y desempeño laboral en el centro de exámenes de Conchán del touring Bodegas club del Perú – Lima, 2014. Efectuando un estudio básico, de nivel descriptivo- correlacional, con diseño no experimental. Llegando a la conclusión que, debido a la ausencia del empowerment en el centro, se viene presentando un deficiente desempeño laboral en la organización, motivos por el cual recomendamos a los directivos de la institución, implementar de forma eficaz el empowerment, llevándola a todas las áreas de la empresa para de esta forma mejorar el desempeño laboral (desempeño de tareas, desempeño contextual y desempeño contra productivo) en los empleados de la organización.

**Quispe (2016)** Desarrolló una investigación denominadas “Empoderamiento en el sector comercial de Bodegueros en san Miguel-Lima 2016”, Presentado en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Investigación de nivel descriptivo (Lima), ejecutando como objetivo básico identificar el proceso Empoderamiento en el sector comercial de Bodegueros en san Miguel-Lima 2016. Perpetrando un análisis de tipo descriptivo, no experimental Concluyendo que el empoderamiento, al ser un objetivo y un medio al

mismo tiempo, puede forjarse desde distintos ámbitos y en estos casos las redes comunitarias agregan un gran aporte para su desarrollo.

**León (2014)** Desarrollo una investigación denominada “Empowerment y su relación con el desempeño laboral de los comerciantes minoristas de las Bodegas, distrito del Callao, año 2014” Presentado en la Universidad César Vallejo (Lima) instauró como objetivo General en Identificar la relación que existe entre el Empowerment y el desempeño laboral de los comerciantes minoristas de las Bodegas, distrito del Callao, año 2014 efectuando una investigación descriptiva, con un diseño no experimental. Alavez concluyó que Teniendo como resultado que el empowerment se relaciona positiva y significativamente con el desempeño laboral de los comerciantes minoristas de las Bodegas. Es decir, si se aplica la herramienta de gestión empresarial empowerment en la empresa de estudio, en cuanto a delegación de poder (autonomía individual y nivel de influencia), motivación (compromiso organizacional) y liderazgo (nivel de influencia y poder)

**Domínguez (2014)** realizo una investigación denominada “Caracterización de la competitividad bajo el empowerment y el enfoque del diamante del Porter en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- Rubro Venta Minoristas de Productos Abarrotes del Distrito de Huaraz, Presentado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Huaraz) estableció como objetivo conocer las características de la competitividad bajo el empowerment y el enfoque del diamante del Porter en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- Rubro Venta Minoristas de Productos Abarrotes del Distrito de Huaraz, efectuó un análisis investigación de tipo descriptiva, diseño no experimental, Concluyendo que en cuanto a los bazares y bodegas del distrito de Huaraz se caracteriza por comercializar Productos de todo tipo y diferentes precios. Además, en la actualidad, uno de los retos a los que se enfrentan las bodegas es la competencia de las grandes

cadena, por lo que la creación de un negocio formal es una de las claves para la supervivencia.

**Requejo (2013)** Desarrollo una investigación denominada “Productividad laboral y el empowerment en las MYPE en el sector comercio de abarrotes de la ciudad de Chiclayo” Presentado en la universidad católica santo Toribio de Mogrovejo (Chiclayo) perpetrando como objetivo general Identificar las causas que contrae aplicar el empowerment en las MYPE en el sector comercial de abarrotes de la ciudad de Chiclayo. Asimismo desarrollando una metodología de tipo y nivel descriptiva, transversal. Llegando a la conclusión que Las expectativas de los dueños de las mypes tiene una relación directa con la competitividad laboral de las mypes, a medida que aumenta su productividad sus expectativas de crecimiento e inversión en las variables capacitación e activos fijos aumenta.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 variable Competitividad**

#### **2.2.1.1.- Definición**

Se hace referencia en la capacidad que tiene toda organización tanto pública como privada, de obtener y mantenerse siempre en el mercado competitivo con ventajas altamente superiores a las demás empresas, las ventajas se toman como referencia para mantenerse, alcanzar y mejorar una excelente posición en el ámbito socioeconómico. Seguido de esto, la competitividad se relaciona en si para los medios empresariales, teniendo incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que provoca, obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

El ser competitivo empresarialmente significa tener características y capacidades diferentes a los demás, tanto en la calidad de los productos que se le ofrecen a los consumidores, atender y sorprender a los clientes, sean externos o internos. (Porter, 2005)

Al hablar de capacidad se hace remembranza en la cabida de mantener y ampliar la participación de las empresas en los mercados regionales, Nacionales e internacionales de manera lucrativa que permita el desarrollo y progreso de las empresas. Se presenta en diferentes niveles: entre países, entre regiones, entre sectores, entre cadenas productivas, entre industrias del ramo y entre empresas, pero donde un elemento importante es el territorio el cual es la unidad espacial con un tejido social propio, que se encuentra asentado en una base de recursos naturales particulares, que presenta ciertas formas de producción, consumo e intercambio, y que está regida por instituciones y formas de organización particulares (Cordero, 2013)

Para Villalba (2006) plantea 4 pasos para la formulación de estrategias y técnicas competitivas entre ellas tenemos el análisis de la estructura y disposición del mercado, etapa en la que la empresa debe preguntarse cuál es la estructura del mercado objeto de estudio (competitivo, oligopolístico o monopolio). La segunda etapa se refiere a la evaluación de las ventajas competitivas, esto implica que la empresa u organización debe considerar sus fortalezas, evaluar sus ventajas competitivas. La tercera etapa trata sobre la definición de las estrategias genéricas, etapa aquí empresa debería definir sobre cual base se va a competir (costo o valor). Dos categorías de ventajas competitivas, la primera está relacionada y asociada con la capacidad que tiene la empresa de proporcionar un producto de costos mínimos para los clientes. La segunda se basa en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos apreciables por los clientes, que los distinguen de los de la competencia. La cuarta y última etapa, se refiere a constituir, cuales acciones deberían llevar a cabo la organización para confrontar a

sus competidores; tanto para las condiciones actuales del mercado competitivo. En cuanto en el uso de normas técnicas permite a las pequeñas empresas competir en el mercado internacional en igualdad de condiciones, sostuvo el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). El empleo de las normas técnicas por parte de estas empresas (MYPES y PYMES) permite que les sea más fácil lograr certificar sus productos y estar en mejores condiciones para poder competir y vender en cualquier mercado local o internacional.

#### **2.2.1.2.- Capacidad de respuesta**

Respecto de la competitividad de las empresas es una filosofía gerencial que se enfoca a mejorar la satisfacción del cliente mediante los productos y servicios que la empresa le brinde. En tal medida, la empresa construye ventajas competitivas basadas en el servicio, lo cual conduce necesariamente a analizar los conceptos de competitividad. La cual es de mayor urgencia la incrementación de esfuerzos tecnológicos y de innovación para revertir los efectos de la apertura y la globalización, elevar la competitividad a fin de generar empleos mejor remunerados y crear empresas de base tecnológica. Para lograr dicho objetivo se asienta que “para elevar la competitividad y la innovación en las empresas se tiene que incrementar la inversión en actividades de investigación y desarrollo, lo que incluye la formación de personal y los servicios tecnológicos necesarios, así como que el sector privado incremente su inversión en las actividades científicas y tecnológicas. (Uribe, 2010) Sin embargo, la competitividad de los negocios no se da de manera casual, ni es un privilegio de los más grandes o los más antiguos del mercado. Es una consecuencia natural del continuo cambio y aprendizaje de las organizaciones. Competitividad es la capacidad que tiene una empresa para (Fernández, 2006) → Dominar su mercado → Obtener utilidades y generar valor → Satisfacer a sus clientes La

competitividad se refiere a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no lucrativa, de mantener sistemáticamente preeminencias comparativas que le permitan lograr, sostener y mejorar una establecida posición en el entorno socioeconómico. (Vanegas, 2009) Por ello, Prokopenko (2009). Define que es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo. Factores y condiciones de la competitividad. Propone ocho grandes factores que afectan la competitividad de las empresas y naciones: que son las siguientes: . Economía interna. En la medida en que exista mayor competencia en la economía interna de un país, existen mayores posibilidades de que las empresas nacionales sean productivas y competitivas en el exterior y se incremente el valor agregado de la productividad y mejore la prosperidad del país. Internacionalización. La apertura a las actividades económicas internacionales aumenta el rendimiento económico de un país. La competitividad orientada por la exportación está muchas veces asociada con la tendencia al crecimiento en la economía interna. Gobierno. Se están minimizando las intervenciones estatales directas en los negocios. Las políticas gubernamentales se concentran en la creación de un contexto competitivo para las empresas y en proveer condiciones macroeconómicas Finanzas. Un sector financiero desarrollado e integrado internacionalmente sostiene, en un país, su competitividad internacional. La eficiencia del sector financiero se mide mejor por la “distancia” entre la tasa de interés que pagan los prestatarios y la que reciben los depositantes. (Venegas, 2009) En lo siguiente haremos un hincapié sobre la transcendencia que tiene la capacidad de respuesta En las MYPES rubro Bodegas. En la actualidad la mayoría de personas transcurre a una bodega a adquirir productos de primera necesidad teniendo un porcentaje elevado en las ventas, Esto hace

que la mayoría emprendedores inaugure y apertura la bodega siendo la idea de negocio con más rentabilidad y ganancias

El producto comprado o consumido por el cliente o los elementos proporcionados por el cliente para recibir un servicio se conocen como bienes facilitadores. Los productos (abarrotes) que pide el consumidor para que se le haga llegar a su domicilio es un bien facilitador. Estos elementos no son el servicio; sin embargo, se necesitan para proporcionarlo y complementarlo. (Jiménez, 2009)

### **2.2.1.3 El valor agregado**

Para Cancino (2013) hace referencia que el valor agregado es una característica o un extra que se le asigna al producto para que se distingue de los demás. Con el fin de darle mayor valor comercial. Comúnmente se trata de una característica muy poco común o poca usada por los competidores y que aporta cierta diferenciación a un producto o una empresa. En caso para el sector de abarrotes se caracterizan por agregarle un valor a los productos que ofrece ya sea un empaque muy poco común o la proporción de los productos que adquieren los clientes otro valor que usualmente utilizan las MYPES son la caracterización de los precios de los productos, algunos los reducen para que los clientes concurren más seguido.

El valor agregado o el valor añadido se describen a la característica que se le añade a un producto o servicio con el fin de darles una mayor valoración Comercial. Este es un favor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga debido a que al mismo tiempo se encarga de diferenciarse de la competencia entre lo que cuesta poner un producto de determinadas características en el mercado y lo que el cliente está dispuesto a pagar por él, o lo que éste percibe como valor. (Guizueta, 2015)



## **Beneficios del valor Agregado**

Los beneficios que conllevan al valor agregado de la entrega de bienes o productos son los siguientes:

- ✓ Diferenciación de las ofertas de las demás empresas (competidores)
- ✓ Fidelización con el cliente por medio de superación de sus expectativas
- ✓ Cautiva a los clientes Actuales y atrae a nuevos.
- ✓ Aumenta el valor de la empresa, así como el posicionamiento

En los negocios de bodegas hace mención que el factor tecnología es muy primordial en la actualidad ya que la competencia con las tiendas de autoservicio y se tiene que modernizar mediante la utilización de la tecnología. Cuando la tiendita se moderniza y cambia su stand, empieza a vender tiempo aire y controla sus compras y ventas por medio de un sistema computarizado, se administra mejor. Es entonces que La globalización y la apertura de los mercados han propiciado grandes cambios en las empresas, pues al abrirse las fronteras aparecen nuevos competidores y se pierden las ventajas competitivas que se tenían. Por ello, se deben crear otras opciones, basadas en conocimiento, innovación y tecnología, que permitan crear productos y ofrecer servicios de mejores costos, tiempo de respuesta y calidad. (Vélez, 2008) Los Proveedores que se encargan de la entrega de productos para abastecer la empresa hacen que sea de mucha relevancia porque determinarán en gran medida el éxito de ésta. El contar con buenos proveedores no sólo significa contar con insumos de calidad y, por tanto, poder ofrecer productos de calidad, sino también la posibilidad de tener bajos costos, o la seguridad de contar siempre con los mismos productos cada vez que se requieran. Por lo que cada vez que tengan que elegir a proveedores, deben tomar un poco tiempo y evaluar bien las diferentes alternativas que

existan. Lo primero que se fija una empresa al momento de evaluar un proveedor es el precio y la calidad de sus productos o servicios; sin embargo, existen otros criterios o factores además del precio y la calidad (Scribet “conceptos de proveedor, 2015)

## **APP BODEGA**

Hacerles la vida más fácil a los clientes sí que es grande, es por ello que muchas de las bodegas en el Perú, se deben dar un valor a sus ventas es por ello hace más de un año, un grupo de estudiantes ha creado un APP BODEGA, es una aplicación novedosa. Pudiendo hacer triplicar las ventas ya que en la actualidad tiene más de 2 mil descargas e inscritas más de 500 Bodegas en el Perú, esta aplicación promete romperla en el mercado competitivo dado que les proporciona el acceso de conseguir productos de manera más rápida. La aplicación creada que une al bodeguero con el cliente final y a la vez es un puente que enlaza al bodeguero con su distribuidor, esta app se creó con el fin de una necesidad real que muchas personas no tienen tiempo para nada, esto sin duda es una evolución de la innovación y la tecnología que su único fin es potencializar y conseguir su beneficio visible de su bodega. (Navarro,2017)

## **2.2.2 VARIABLE EMPOWERMENT**

### **2.2.2.1.- Definición**

Para ilustrar un poco en la investigación quisiera abundar en el análisis del empowerment que se refiere a una herramienta que se enfoca su función en empoderar o delegar poder a los subordinados para que así se ejecuten las tareas con mayor facilidad y se tomen las decisiones de manera eficaz y acertada ante un problema u una oportunidad que se presente. El empowerment que fortalece el liderazgo en toda organización dando sentido al trabajo de equipo de trabajo y que permite la calidad total de la organización. (Vásquez, 2007). Es por ello que Knestout, (2007) hace mención que las bodegas y tienda

de abarrotes se está consolidando conforme a las grandes cadenas que canibalizan a las más pequeñas. Pone un especial énfasis en que el propósito real de obtener ventas es a través de crear estrategias y volver a la empresa más competitiva, Aclarando que la tecnología, Por si sola, no es la solución sino un medio para el logro de los objetivos estratégicos y de la organización. La transcendencia que tiene los pilares de las bodegas hace sean más competitivos y aguerridos y tenga una selección de que estrategias aplicar.

- Planeación para lograr el éxito.
- Estrategias para agregar valor a la bodega que tendrá éxito
- Superioridad en Precio.
- Superioridad en Mercancía.
- Superioridad en Servicio

En la actualidad la población concurre a los hipermercados a adquirir productos de primera necesidad dejando atrás los supermercados, manteniendo el consumo en las bodegas y tiendas de abarrotes. Se hace mención que los costos bajos, y los procesos administrativos prueben a ayudar a las empresas dedicadas a la venta de abarrotes desplazarse hacia una nueva e interesante era, la cual les permitirá no solo sobrevivir, sino también superar las expectativas y ayudar a garantizar su viabilidad en épocas de cambio tanto económico como social, El cual el empresario ira haciendo una planeación de cómo se vería su bodega.

## **DIMENSION DE EVALUACION**

En este espacio de la investigación conoceremos. las dimensiones de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad del servicio en las MYPES rubro bodegas,

La cual la calidad se hace referente al servicio y la sociedad hace evidente la necesidad de trabajar procesos y planes de vida en las organizaciones, que les permitan avanzar a pasos agigantados, partiendo del mejoramiento continuo, el cual se deriva de la autoevaluación acogida al interior de las empresas. Prueba de ello son los desarrollos en los últimos tiempos de los nuevos modelos, apoyados en talento humano, innovación, gestión, capital intelectual y porque no, en tecnología; elementos que al articularse enfocan a las empresas en un marco de rigor hacia su avance y su progreso y las hacen a diario más competitivas. (Quiñones, 2011)

#### **2.2.2.1.1 Los beneficios y ventajas de adquirir productos en la tienda de la esquina**

La mayoría de la población tanto jóvenes, niños, adultos y la ama de casa concurre a adquirir productos más esenciales e importantes a la bodega ya que son productos de primera de necesidad, ahorrando tiempo y dinero ya que los 2 factores para todo consumidor son muy trascendentales porque están a la vanguardia y expectativa de quienes lo adquiere. El servicio de compra familiar se centra más en las bodegas mas cercanas a su domicilio (Jimén, 2007)

### **III.- HIPÓTESIS GENERAL**

Según Tamayo (1999) La presente investigación es de tipo DESCRIPTIVA el cual se trabajará sobre las realidades de los hechos para describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Busca básicamente describir situaciones o acontecimientos; esencialmente no está interesado en comprobar explicaciones, es por ello que no se empleará hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen y realizan por encuestas (Formularios).

### III. - Metodología de la investigación

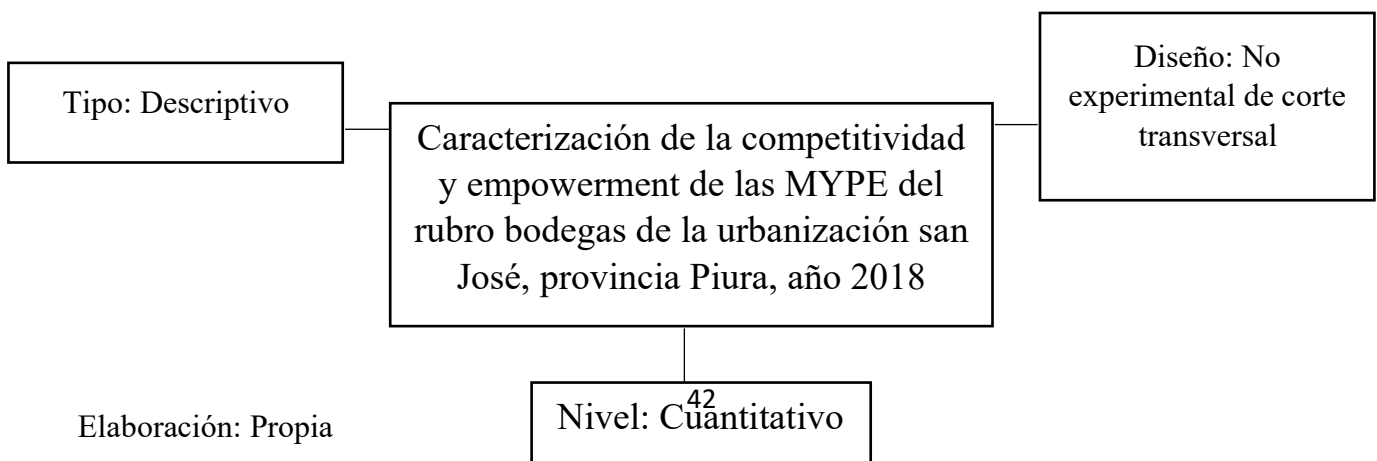
#### Metodología

#### Diseño de la investigación

Para Dankhe (1986) hace referencia que la investigación descriptiva se rememora a la descripción de situaciones y sucesos. Es decir cómo se da y como se exterioriza un concluyente fenómeno. Por consiguiente los estudios descriptivos buscan especificar y detallar las propiedades importantes de los hechos de la investigación como. Grupos, comunidad, o cualquier otro fenómeno que haya sometido a análisis y estudios.

Martins (2010), hace referencia que el diseño no experimental es el que se efectúa sin manipular en forma deliberada ninguna variable. Se basa primordialmente en la observación e análisis del fenómeno u hecho tal y como se da en su argumento natural para examinarlo y analizarlo con posterioridad. El investigador no reemplaza intencionalmente las variables autónomas.

De nivel cuantitativo dado que se explorara y examinara los datos, estadísticas de manera científica, el cual permitirá de manera numérica inspeccionar los datos, especialmente en el campo de la Estadística. Es por ello que La Rosa (1995) hace referencia que para que se emplee la nivel Cuantitativa de la investigación debe haber claridad entre las recapitulaciones y características de investigación desde donde se inicia hasta donde concluye



### 3.4 Universo y muestra

El universo empleado para el estudio está establecido y fundado por las MYPES de rubro Bodegas de la urbanización san José-Piura. en la cual conoceremos básicamente las características y elementos que anhelan los clientes. Seguido de lo mencionado la población está constituida por los clientes de la región Piura, distrito de Piura. donde Se tomará una muestra de 384 personas en este caso clientes para la aplicación del instrumento, y en cuanto a las MYPES he seleccionado un total de 50 empresas dedicadas al rubro bodegas. sin embargo es muy importante hacer hincapié a lo que define Baptista, (2006) si  $N \leq 50$  entonces  $N = n$ . esto quiere decir en las MYPES

está constituida con una población finita donde  $N = 50$  empresas, por lo tanto la muestra “n” será básicamente un total de 50 Formula para hallar población infinita

#### FORMULA ESTADISTICA

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$$

Población desconocida (infinita)

Fuente: Sáenz (2015)

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza

P= probabilidad a favor

Q= probabilidad en contra

i (e)= error muestral

Desarrollo de datos estadísticos

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(0.05)^2}$$

n= 384.16 personas

**n=384 personas**

**DATOS:**

Z= 1.96 (95%)

P= 50

Q=50



### 3.5 Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Escala
Competitividad	Definido como una filosofía gerencial que se orienta en si a optimizar la complacencia del cliente mediante los productos y servicios que la organización ofrece (Uribe, 2010)	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad en atención al cliente</li> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Mejoramiento al personal</li> </ul>	La dimensión “Capacidad de respuesta” se medirá con sus indicadores “Capacidad en atención al cliente, productos de calidad, mejoramiento al personal”	Nominal
		Valor agregado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modernización</li> <li>• Sistemas computarizados</li> <li>• innovación</li> </ul>	La dimensión “Valor agregados” se medirá con sus indicadores “Modernización, sistemas computarizados, innovación”	Nominal
		Dimensiones de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de recursos</li> <li>• Mejoramiento continuo</li> <li>• Estrategias</li> <li>• Desempeño de la labor</li> </ul>	La dimensión “Dimensiones de evaluación” se medirá con sus indicadores “Gestión de recursos, Mejoramiento continuo, Estrategias, Desempeño de labor”	Nominal

Empowerment	El empowerment se refiere a una herramienta que se enfoca su función en empoderar o delegar poder a los subordinados para que así se ejecuten las tareas con mayor facilidad y se tomen las decisiones de manera eficaz (Pérez, 2016)	Elementos que satisfacen al personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Capacitaciones</li> <li>. Satisfacción de los colaboradores</li> <li>. Participación en las decisiones</li> </ul>	La dimensión “Elementos que satisfacen al personal” se medirá con sus indicadores “Capacitación, Satisfacción de los colaboradores, Participación en las decisiones”	Nominal
-------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------

### 3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la elaboración y avance de la presente investigación se empleará la técnica de la encuesta, ya que básicamente busca recolectar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modificará el entorno ni controlará el proceso que está en observación. Los datos se adquirirán a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra específica, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. Dicho cuestionario se obtendrá a partir de la operacionalización de las variables, utilizara un listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

Método o técnica	Instrumento
ENCUESTA	CUESTIONARIO

### 3.7. Plan de análisis

Una vez recopilados los datos, se tabulan y grafican ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleará el programa Excel y procesos a Microsoft .Luego se realiza el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario) que será validado con el método juicio del experto



	(d) Identificar los elementos que satisfacen al personal en las MYPE rubro Bodegas en la urbanización San José de Piura, año 2018		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

### 3.9. Principios éticos

Con la propiedad intelectual, transparencia y honestidad el presente trabajo se efectúa con la veracidad de derivaciones por sobre todas las cosas, en cualquier espacio, circunstancia, así se acudió y acudirá al mayor número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se respeta la participación intelectual, la privacidad, protegiéndose la identificación de los individuos que colaboran en el estudio. Además, se impugnarán las conclusiones prejuiciosas, maniobradas y alienantes. Dado que se realiza con independencia de criterio.

## IV.- RESULTADOS

### 4.1 Resultados de la encuesta

Los resultados de la encuesta aplicada a los dueños o representantes de las MYPE, se basan en aspectos generales, y a las variables Competitividad y Empowerment. A continuación, se presentan las tablas correspondientes:

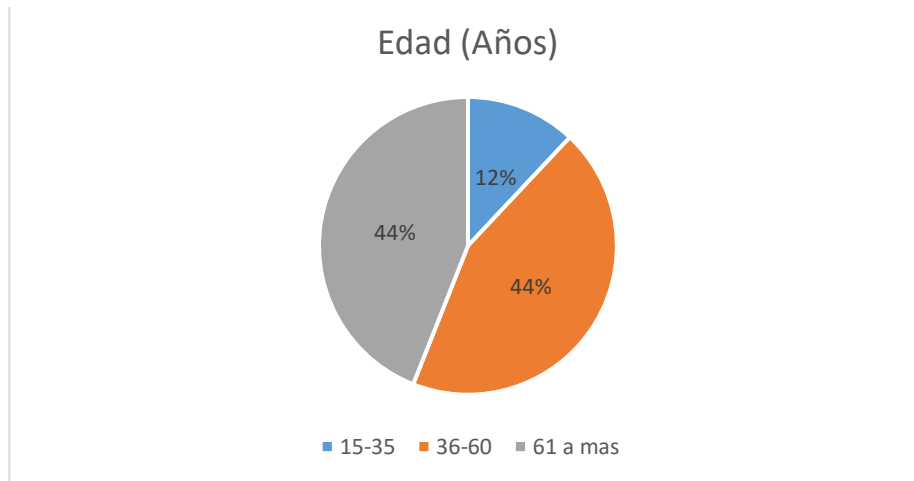
#### Aspectos Generales

*Tabla*  
*Edad de los representantes*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
15-35	6	12%
36-60	22	44%
61 a más	22	44%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



### ANALISIS CUALITATIVOS

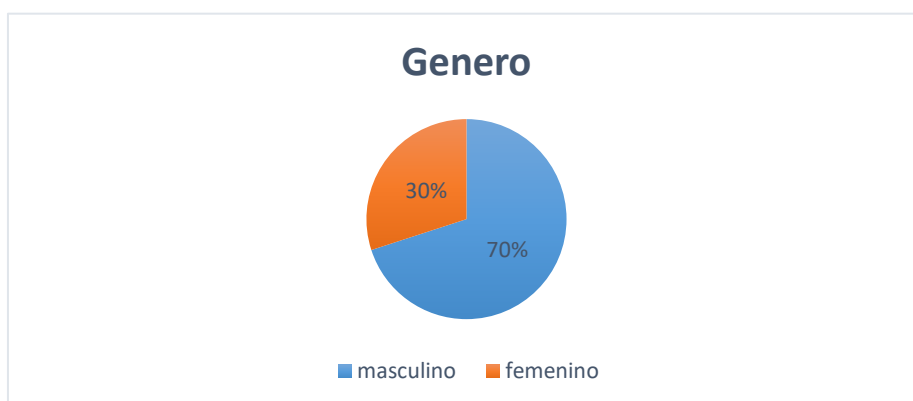
En la tabla N°1 observamos la edad promedio del publico de las MYPES de rubro bodegas que son a partir de 15 a 25 es un total de 12%. Seguido de esto el de 36 a 60 años de edad es un porcentaje de 44% y con unos 61 años de edad es una mayoría de 44%

*Tabla  
Género*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	35	70%
Femenino	15	30%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



### ANALISIS CUALITATIVO

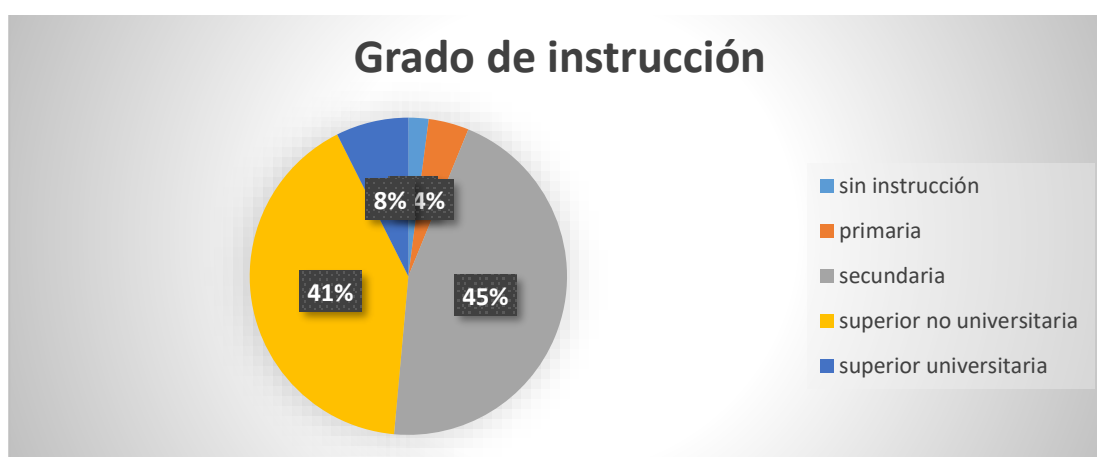
En la tabla N°2 se observa que el porcentaje del sexo de la población para las MYPES rubro Bodegas el cual en el sexo masculino se obtuvo un porcentaje del 70%, seguido de esto tenemos el sexo femenino con un porcentaje de 30%

*Tabla*  
*Grado de instrucción*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sin instrucción	1	2%
Primaria	2	4%
Secundaria	22	44%
Superior no universitario	20	40%
Superior Universitario	5	10%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



### ANALISIS CUALITATIVO

En la tabla N°3 denominada “Grado de instrucción”. El 2% de los encuestados no tiene grado de instrucción, el 4% estudio solo primaria, el 44% de los encuetados tiene solo como grado de instrucción secundaria, el 40% tiene un nivel de estudios Superior no aniversario, y para concluir el 10% tiene un nivel de estudios superior no universitario

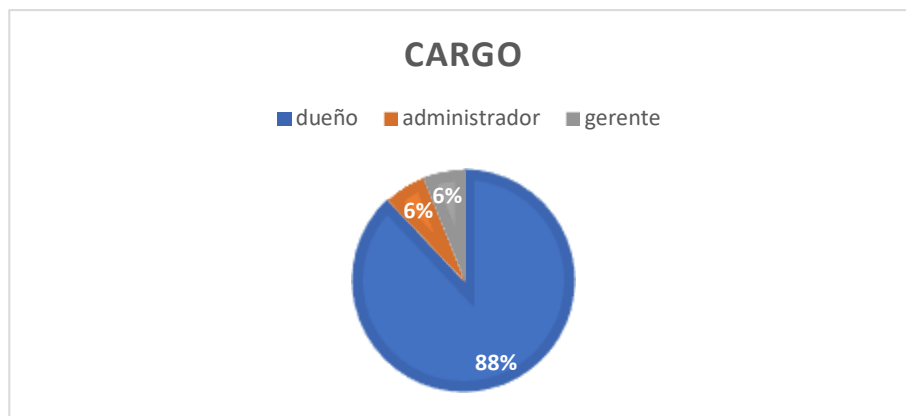
*Tabla*  
*Cargo*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Dueño	44	88%
Administrador	3	6%
Gerente	3	6%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia





### ANALISIS CUALITATIVO

En la tabla Nª 4 denominada “Cargo” se observa que el 88% de los encuestados tienen un cargo de dueño, mientras que el 6% cumplen la función de administradores, asimismo el 6% se desarrollan como gerentes en las MYPE.

### CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES DEL RUBRO BODEGAS DE LA PROVINCIA DE PIURA. PERIODO 2018

*Tabla*  
*Años en el rubro*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	20	40%
3 a 4	18	36%
5 a más	12	24%
TOTAL	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



### ANALISIS CUALITATIVO

En la tabla Nª5 denominada “Años en el rubro” se observa que el 40% total de encuestados tienen de 1 a 2 años, seguido de esto el 36% tiene 3 a 4 años en el rubro y finalmente de 5 años a más en el rubro bodegas el 24%

*Tabla*  
*Formalidad de la MYPE*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Formal	35	70%
Informal	15	30%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



#### ANALISIS CUALITATIVO

En la tabla Nª 7 denominada “Formalidad de la MYPE”, se observa que el 70% tiene su MYPE formal, mientras que el 30% aun no formalizan de manera correcta su MYPE.

*Tabla*  
*Creación de la MYPE*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Generar ganancias	40	80%
Subsistencia	10	20%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



#### ANALISIS CUALITATIVO

En la tabla Nª8 denominada “Creación de la MYPE”. El 80% apertura su negocio con el fin de generar ganancias, mientras que el 20% la creo con el fin de subsistir en su vida diaria

**Variable: COMPETITIVIDAD**

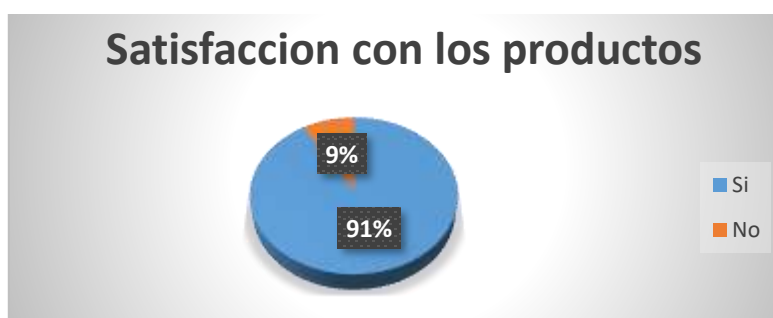
*Tabla 1*

“Satisfecho con los productos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	350	91%
No	34	9%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



En la tabla N°1 denominada “Satisfacción con los productos”. El 91% de los encuestados tienden a satisfacer por completo sus necesidades al efectuar sus comprar, mientras que el 9% sienten lo contrario.

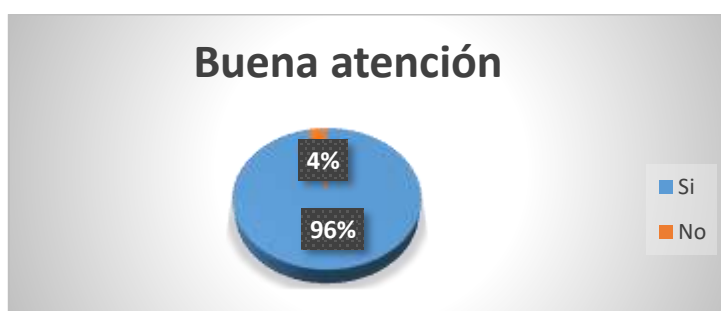
*Tabla 2*

“Buena atención”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	96%
No	14	4%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N°2 denominada “Buena atención”, El 96% de los encuestados considera que es muy la atención que brindan en la MYPE al momento que asisten, mientras que el 4% cree que no

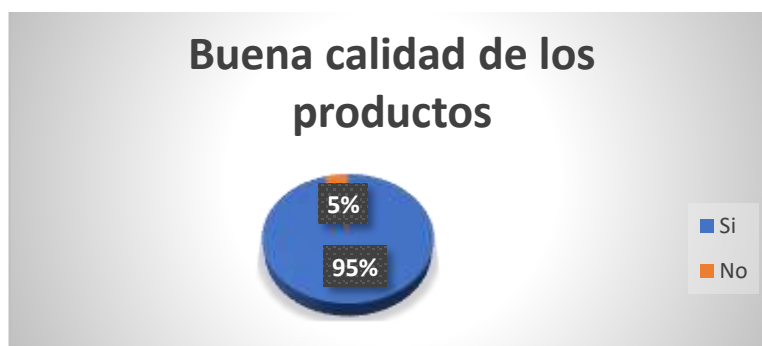
Tabla 3

“Buena calidad de los productos”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	365	95%
No	19	5%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N°3 denominada “Buena calidad de los productos”, El 95% de los encuestados confierma que son de primera calidad los productos que ofrecen las MYPE, mientras que el 5% cree que no son de calidad los productos que venden.

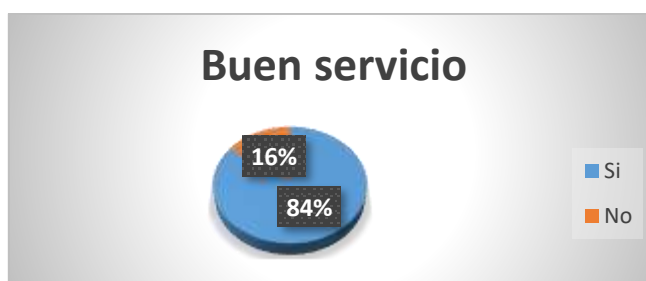
Tabla 4

“Buen servicio”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	324	84%
No	60	16%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N°4 denominada “Buen servicio”, El 84% de los encuestados considera que es muy bueno el servicio que brindan en la MYPE al momento que asisten, mientras que el 16% cree que no ofrecen un buen servicio.

*Tabla 5*  
“Innovación”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N°5 denominada “Innovación”, El 100% de los encuestados tiene la total idea que las MYPE innoven para reforzar mas su negocio y se diferencien de los demás.

*Tabla 6*  
“Expectativas deseadas”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	65%
No	134	35%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N°6 denominada “Expectativas deseadas”, El 65% de los encuestados si satisfacen sus expectativas al momento que acceden a la MYPE, dado que encuentran todo lo pensado y al precio cómodo, mientras que el 35% no sintieron eso al momento que acudieron a realizar sus compras.

Tabla 7

“Preocupación y bienestar al realizar su compra”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	52%
No	184	48%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N°7 denominada “Preocupación y bienestar al realizar su compra”, El 52% de los encuestados si siente que los colaboradores de las MYPE si se preocupan por el bienestar de su compra, considerando esto una ventaja, mientras que el 48% no sintieron eso

Tabla 8

“Capacidad de otorgar información”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	78%
No	84	22%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N°8 denominada “Capacidad de otorgar información”, El 78% de los encuestados si consideran que los colaboradores si están capacitados en brindar información acerca de los productos quw uno adquiere, mientras que el 22% sienten que no están en la plena capacidad de ofrecer algún dato acerca de lo que uno adquiere.

Tabla 9

“Comprobantes de pago”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	150	39%
No	234	61%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N°9 denominada “Comprobantes de pago”, El 61% de los encuestados la mayor parte de las MYPE no otorga este requisito primordial dando a notar el índice de informalidad que existen en las MYPE, mientras que el 31% sienten otorgar un comprobante de pago a los clientes.

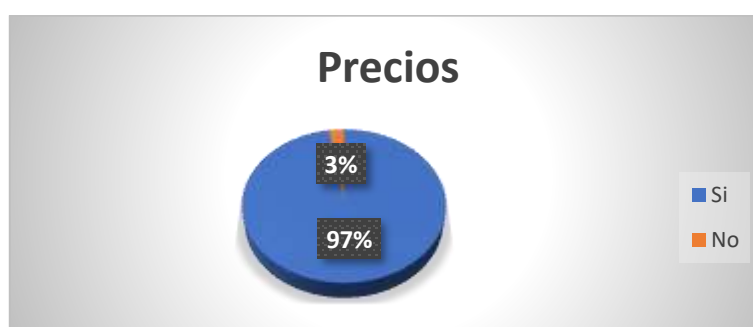
Tabla 10

“Precios”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	374	97%
No	10	3%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



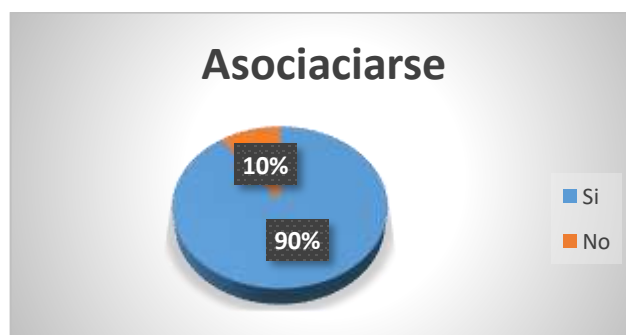
En la tabla N°10 denominada “Precios”, El 97% de los encuestados considera que los precios que se asignan a los productos si cumplen con sus expectativas pensadas dado que son precios bajos, mientras que el 3% sienten que se exceden con el precio de los productos.

*Tabla 11*  
*“Asociarse”*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	45	90%
<b>No</b>	5	10%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla Nª11 denominada “Asociarse”. El 90% de los encuestados si tiene en mente asociarse con otros empresarios, mientras que el 10% aún no tiene en mente.

*Tabla 12*  
*“Instrumentos tecnológicos”*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	20	40%
<b>No</b>	30	60%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla Nª12 denominada “instrumentos tecnológicos”. El 60% de los encuestados no cuenta con dichos instrumentos tecnológicos, mientras el 40% si cuenta con esta tecnología ya mencionada



*Tabla 13*  
*“Modernización de ventas”*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	40	80%
<b>No</b>	10	20%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N<sup>a</sup>13 denominada “Modernización de las ventas”. El 80% de los encuestados si han modernizado su proceso de ventas, mientras que el 20% no han efectuado una modernización para el proceso de ventas.

*Tabla 14*  
*Cuenta con sistemas computarizados para el registro de ventas*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	11	22%
<b>No</b>	39	78%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N<sup>a</sup>14 denominada “Cuenta con sistemas computarizados para el registro de ventas”. El 78% de los encuestados carece de estos sistemas computarizados para el registro de ventas, mientras que el 22% cuenta con estos sistemas que facilitan las tareas

Tabla 15

Mejoras e innovación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	20	40%
Casi siempre	15	30%
Nunca	15	30%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla Nª15 denominada “Mejoras e innovación”. El 40% de los encuestados a menudo efectúa este proceso para más crecimiento mientras que el 30% lo realiza casi siempre y el otro 30% nunca aplica esta técnica.

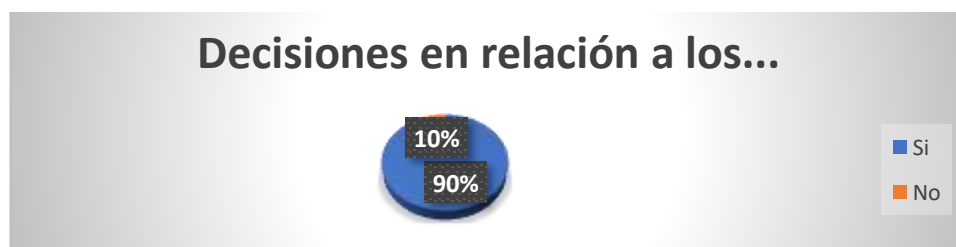
Tabla 16

Decisiones en relación a los recursos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	90%
No	5	10%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla Nª16 denominada “Decisiones en relación a los recursos”. El 90% de los encuestados considera que sería una estrategia el otorgar poder al personal en relación a los recursos, mientras que el 10% no cree conveniente.

Tabla 17

*El otorgar de poder al personal para tomar decisiones mejoraría la MYPE*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	84%
No	8	16%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla Nª17 denominada “otorgar de poder al personal para tomar decisiones mejoraría la MYPE”. El 84% de los encuestados considera que sería una estrategia el otorgar poder al personal para mejorar la MYPE, mientras que el 16% cree que sería mala idea.

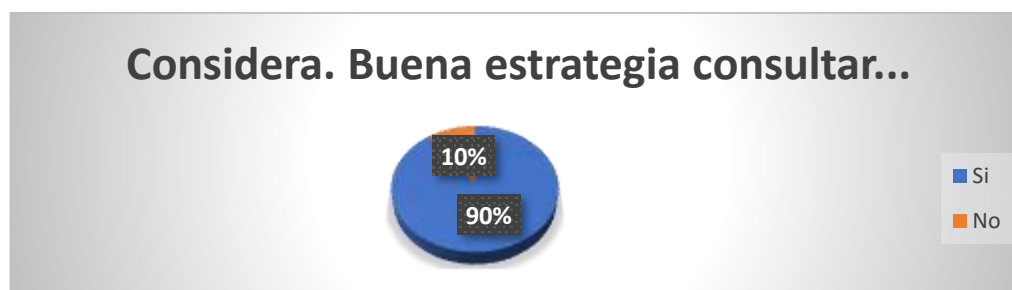
Tabla 18

*Considera. Buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	90%
No	5	10%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla Nª18 denominada “Considera. Buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores”. El 90% de los encuestados considera que es buena estrategia pedirles la opinión a los colaboradores para tomar decisiones en la empresa, mientras que el 10% considera que no.

Tabla 19

*Delegar autoridad a sus colaboradores mejora el desempeño laboral*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	49	98%
<b>No</b>	1	2%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



En la tabla Nª 19 denominada “Delegar autoridad a sus colaboradores mejora el desempeño laboral”. El 98% de los encuestados considera que delegar autoridad a sus colaboradores si mejorar el desempeño en la empresa. Mientras que el 2% cree que no es buena idea

Tabla 20

*Cada que tiempo de capacitación al personal*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Siempre</b>	36	72%
<b>Casi siempre</b>	12	24%
<b>Nunca</b>	2	4%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



En la tabla Nª20 denominada “Cada que tiempo de capacitación al personal”. El 72% de los encuestados capacita siempre a su personal, mientras que el 24% casi siempre capacita al personal y el 4% nunca realiza capacitaciones al su personal.

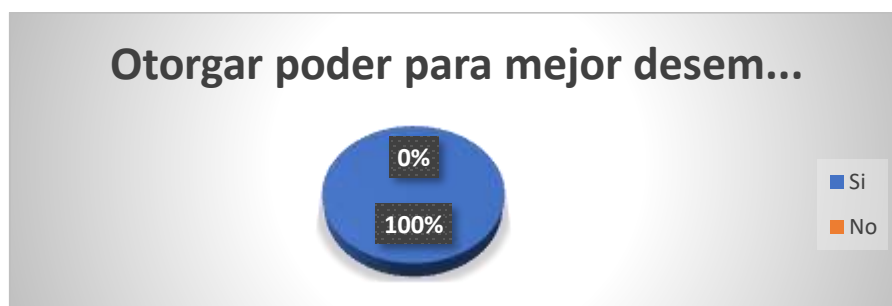
Tabla 21

Otorgar poder para mejor desempeño

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaboración: Propia



En la tabla N<sup>o</sup>21 denominada “otorgar poder para mejor desempeño”. El 100% de los encuestados considera que es buena estrategia que los colaboradores tengan poder al decidir y así mejoraría el desempeño laboral en la MYPE, mientras que el 10% considera que no.

Tabla 22

Toma de decisiones el personal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	78%
No	11	22%
<b>TOTAL</b>	50	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los representantes de las MYPE rubro bodegas.

Elaborado por: Propia



En la tabla N<sup>o</sup>22 denominada “Toma de decisiones el personal”. El 78% de los encuestados afirman que su personal tiene la capacidad y el permiso de tomar decisiones, mientras que el 22% dice lo contrario.

## **4.2.- Análisis de resultados**

En cuanto a los aspectos generales de las MYPE de servicios del rubro picanterías, se aprecia en la tabla 1; que la edad de los representantes en su mayoría se encuentra en un rango mayor 61 años de edad de 44%, asimismo tenemos 15-35 años promedio es a 6%, y un solo 22% a 36-60 años, en la siguiente tabla se detalla respecto al género de los representantes un 70% es de género Femenino, mientras el 30%. por otro lado en la tabla N°3 se da a detallar el grado de instrucción que tienen los dueños y público de las MYPES es: Sin instrucción un 2% seguido de lo anterior el nivel primario un 4%, secundaria 44% el grado superior no universitaria un 40%, y por último un 10% grado de superior universitaria, en la tabla 04 se evidencia que las MYPE en su mayoría se encuentran en el mercado de las MYPES que son el cargo que ocupan: Dueños 88%, administrador un 6% y finalmente gerente un 6%.

### **CON RELACIÓN COMPETITIVIDAD**

De la pregunta ¿Considera Ud. ¿Que los productos que se le brindan son de primera calidad? .El 87% de los clientes. Se tuvo similitud de coincidencia en el antecedente del autor Geordis (2016) Realizó una investigación denominada “factores que afectan la competitividad de los minimarket de la provincia de la pampa argentina” trabajo presentado en la Universidad de Córdoba (Argentina)” el cual se puntualiza que en la información que los clientes si consideran que los productos que se le brindan son de primera calidad y muestran que prefieren la calidad de los productos, las MYPE rubro bodegas.

Después de haber analizado los datos se obtuvo similitud de la pregunta ¿está de acuerdo que las MYPE bodegas innoven con frecuencia para el otorgamiento de un buen servicio ante la competitividad?. El 84% de los clientes si está de acuerdo que las MYPE innoven el cual se tuvo relación con el antecedente de la variable competitividad de la investigación

denominada “modelos de conductas tecnológicas y su impacto en la competitividad empresarial. el caso de las pymes industriales argentinas” del autor: Lima (2017) , donde se desarrolla que están de acuerdo que innoven con frecuencia para el otorgamiento de un buen servicio ante la competitividad de las empresas a los efectos de indagar los factores asociados a las conductas de innovación que moderan el desempeño competitivo y viceversa.

De la pregunta ¿El proceso de ventas se ha modernizado? El 80% de los encuestado, si considera que se ha venido modernizando el proceso de ventas. Esta concuerda con el antecedente de Arrincon (2007) que detalla que la las MYPES para desarrollarse en un escenario de competitividad global que les permita distinguirse en el desempeño de sus competidores deben innovar en las áreas centrales de la organización. Haciendo hincapié en la información similar que obtuve por parte de mí muestra encuestada.

De la interrogante planteada ¿Percibe que su empresa es rentable?. Que obtuve como porcentaje un 100% rotundo donde, coincide que la rentabilidad es influenciado por los principales factores que son los costos de producción y la diferenciación de la competitividad del antecedente del autor: Gutiérrez (2014), que efectuó una investigación denominada “Factores que influyen en la rentabilidad de las microempresas de confección textil”

De la información obtenida por parte de los clientes de la MYPE acerca de la pregunta ¿Esta Ud. Satisfecho con los productos que se brinda?, El 93% de los encuestados si se siente satisfecho, el cual esto coincide con el antecedente del Autor: Domínguez (2014) que detalla que todo tipo de bazares y bodegas se caracteriza por comercializar Productos de todo tipo y diferentes precios. Y o que es importante que todos sus clientes se sientan satisfechos.

De la pregunta La MYPE ¿Cuenta con instrumentos tecnológicos (Balanzas electrónicas, Identificador de código de barras) que, les facilite la atención al cliente?. El 80% carece de esta tecnología, asimismo, esto coincide a la información recogida a la hora de aplicar la encuesta ya que en las bases teóricas donde el autor (Uribe, 2010) data que la innovación y los productos tecnológicos hace tener una ventaja diferenciada y competitiva de los demás.

La rentabilidad es un factor muy importante para toda organización es por ello es por ello que en el antecedente de Molina (2011) coincide en su comentario y el dato obtenido en la aplicación de la encuesta acerca de ¿Percibe que su empresa es rentable?, el 100% de los encuestados concuerda en la capacidad de producir rentabilidad y liquides bajo el principio de innovación que permite que su capacidad competitiva sea más enérgica.

Asimismo en la pregunta ¿Cree que su empresa es competitiva?. El 90% si cree que la MYPE es competitiva, el cual se acentúa una gran coincidencia acerca del antecedente del autor: Santander (2013) propone una definición que la competitividad se ha trazado superar el asistencialismo, asimismo la entidad del por Consejo Nacional de la Competitividad fija metas bien constituidas que vienen suministrando efectos. Los trasmisiones de perfeccionamiento de la capacidad dirigidos por individuales poseen consecuencias gratas de acceso a la formalidad al crear una relación directa con el empresario, el cual el resultado obtenido por mi parte concuerdan que la las MYPES son muy competitivas con un rotendo 100% de los datos obtenidos por los dueños de las MYPE

En base a la información literaria que propone el autor Villalba (2006) hace coincidencia en relación a la característica del producto que debería ser la oferta de un producto o servicio con atributos únicos apreciables por los clientes, que los distinguen de los de la competencia



## CON RELACIÓN EMPORWERMENT

La pregunta ¿El personal puede tomar decisiones con respecto a los recursos?, El 78% del total de los encuestados tiene a potestad de tomar decisiones, asimismo coincide con el antecedente de Sales (2007) que enfatizo lo parecido a la información que propuse acerca de las decisiones acerca de los recursos y/o de otra índole que pueden tomar los colaboradores ya que en la actualidad al empleador se le debe delegar autoridad y poder para solucionar rápidamente los problemas que se presenten. Ya que es fundamental trabajar en conjunto y construir técnicas de éxito.

En el análisis perpetuado de la siguiente pregunta ¿Considera usted. que al delegar autoridad a sus colaboradores mejora el desempeño laboral?, El 84% de los encuestados cree que sí. Se obtuvo concordancia con el aporte del antecedente de López (2015) propuso que el empoderamiento en los colaboradores se pueden mencionar los siguientes; autonomía, confianza, participación, toma de decisiones y el sentimiento de ser poseedor del puesto, el cual esto coincidió que la información adquirida en la encuesta con un porcentaje alto de 98% si concuerda.

Asimismo en la pregunta ¿Cuándo toma usted. Decisiones acerca de la MYPE considera. Buena estrategia consultar o pedirles una opinión a sus colaboradores?, El 90% de los encuestados si considera una buena estrategia pedir algún tipo de opinión al momento de efectuar una decisión. Tiene coincidencia al antecedente de la investigación del autor **Quispe (2016)** en cual la comunicación en todos los aspectos, no solo en la toma de decisiones sino en otro rango agrega un gran aporte para su desarrollo en la MYPE.

Con respecto a la interrogante ¿Cree usted. que el otorgar de poder al personal para tomar decisiones mejoraría la MYPE? Hace coincidir con el antecedente propuesto en la investigación a cargo del autor: León (2014) coincide en los resultados que el 84% dice que

si deberían otorgar poder al personal, mientras tanto el 16% equivalente a 8, Dice que no el cual hace que la delegación de poder , motivación (compromiso organizacional) y liderazgo (nivel de influencia y comunicación), sin duda incrementaría el desempeño laboral en los colaboradores.

De tal manera la pregunta ¿Utiliza estrategias para aumentar la producción? El 100% de los encuestados si emplea dicha estrategia para una mejora en la producción de la MYPE el cual se obtuvo información que coincide con el antecedente de **Domínguez (2014)** acerca de la aplicación de estrategias el cual se caracteriza por comercializar Productos de todo tipo y diferentes precios.

## V.- CONCLUSIONES

- Se concluyo que con respecto a la capacidad de respuesta en el aspecto de la competitividad se basa en agilizar y potencializar el proceso comercial y empresarial dirigiéndose al cliente.
- Se concluyó que las MYPE rubro bodegas, el valor agregado que ofrecen son aplicar técnicas tales como ofertas, estar en constante modernización tecnológica y ofrecer mas de lo que el cliente pide. Darle mayor valor al producto y servicio.
- Se concluyo que las dimensiones de evaluación se basan son técnicas que emplean para medir el desempeño laboral de los trabajadores como encuesta, cuestionarios y/o observaciones.
- Se concluyo los elementos que satisfacen al personal se manifiestan en empoderar al trabajador, asimismo hacerlo que sienta un buen clima laboral, y a la vez otorgándole autoridad para tomar decisiones ante un problema imprevisto que se presente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ Abanto L. (2013) “Banco Central de Reserva del Perú, 2013” Obtenido de:  
[www.bcrp.com.pe/http://www.bcrp.gob.pe/docs/sobre-el](http://www.bcrp.com.pe/http://www.bcrp.gob.pe/docs/sobre-el)
- ❖ Aponte (2016). Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2015) - información del pbi a. Obtenido de: [www.inei.gob.pe /](http://www.inei.gob.pe/)  
[https://www.inei.gob.pe/bibliotecavirtual/ boletines/pbi-trimestral/1/](https://www.inei.gob.pe/bibliotecavirtual/boletines/pbi-trimestral/1/)
- ❖ Alonso S, (2015) Ministerio de economía y finanzas, Obtenido de:  
[https://www.mef.gob.pe/es/noticias/100-notas-de-prensa-y-comunicados-/notas-deprensa- y-comunicados/2385-](https://www.mef.gob.pe/es/noticias/100-notas-de-prensa-y-comunicados-/notas-deprensa-y-comunicados/2385-)
- ❖ Campos S. (2013), Sempedorismo, Obtenido de:  
<https://semperiodismo.wordpress.com/2013/01/17/tienda-de-abarrotes/>
- ❖ Cérrez, (2015) Las bodegas Formales disminuyen en el País, Obtenido de:  
<http://gestion.pe/empresas/bodegas-formales-disminuyen-pais-2061140>
- ❖ Corona, T. L. (2006). Innovación y competitividad empresarial. México, D.F., MX:  
Red
- ❖ Domínguez, (2014) “Existen 414 millones de bodegas a nivel nacional, 113mil de ellas están en la capital” , Obtenido de:  
[http://larepublica.pe/impresaeconomia/736883- existen-414-mil-bodegas-nivel-nacional-113-mil-de-ellas-estan-en-lima](http://larepublica.pe/impresaeconomia/736883-existen-414-mil-bodegas-nivel-nacional-113-mil-de-ellas-estan-en-lima)
- ❖ Danez, (2017), las bodegas en el Perú, Obtenido de:  
[http://archivo.elcomercio.pe/economia/peru/hay-menos-bodegas-peru-competenciasupermercados- noticia-1548593](http://archivo.elcomercio.pe/economia/peru/hay-menos-bodegas-peru-competenciasupermercados-noticia-1548593)
- ❖ Feliperto M. (2010) Tipos de diseño de investigación, 2013, Obtenido de:  
[http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.pe/2013/04/tipos-y-diseno-de-lainvestigacion\\_21.html](http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.pe/2013/04/tipos-y-diseno-de-lainvestigacion_21.html)

- ❖ Fidias A. (2012) , Tipos y diseños de la investigación, Obtenido de:  
[http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.pe/2013/04/tipos-y-diseno-de-lainvestigacion\\_21.html](http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.pe/2013/04/tipos-y-diseno-de-lainvestigacion_21.html)
- ❖ Gonzales J, (2013), Tesis gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector
- ❖ Jiménez, R. M. H. (2009). Modelo de competitividad empresarial. Bogotá, CO: Universidad Manuela Beltrán
- ❖ Krugman, (2008), informe de Competitividad Empresarial 2008, Obtenido de:  
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/01/29/krugman-portercompetitividad-peru/>
- ❖ Mattos, (2016) la formalidad de las bodegas en el peru, Obtenido de:  
<http://www.cronicaviva.com.pe/existen-414-mil-bodegas-formales-en-el-peru/>
- ❖ Martínez (2010), influencia del capital humano para la competitividad de las MYPES en
- ❖ Murrel y Meredith, (2008) información de empowerment, Obtenido de:  
<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/viewArticle/1657/3932>
- ❖ Méndez, (2013) investigación tipos Blog, Obtenido de:  
<http://tesisdeinvestig.blogspot.pe/2011/11/tipos-de-investigacion-segun-ander-egg.html>
- ❖ Ordoñez J. (2015) Tesis Competitividad y bienestar en México: análisis de su relación con el desarrollo humano, universidad complutense de Madrid 2015, Obtenido: <http://eprints.ucm.es/29400/1/T35936.pdf>
- ❖ Pecina, R. M. I. (2012). Clusters y competitividad. Madrid, ES: B - EUMED.

# **ANEXOS**

## Diagrama de actividades

<i>Presupuesto</i>				
<i>(Expresado en soles)</i>				
<b>RUBROS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>SUBTOTAL</b>
<b>I BIENES DE CONSUMO</b>				
LAPICEROS	7		2.00	14.00
TINTA DE IMPRESORA	3		30.00	90.00
USB	1		30.00	30.00
CUADERNILLOS	10		2.00	20.00
EMPASTADO	1		50.00	50.00
HOJAS A4	3	MILLAR	10.00	30.00
LAPIZ	6		1.00	6.00
<b>II SERVICIOS</b>				
ANILLADO		3	10.00	30.00
PASAJES			500.00	500.00
MOVILIDAD			300.00	300.00
IMPRESIONES	150	UNID	0.5	75.00
FOTOCOPIAS	80		.05	40.00
LIBROS DE INVESTIGACIÓN	02	UNID.	250.00	500.00
LIBROS	02	UNID	250.00	500.00
OTROS			100.00	100.00
ASESORÍA PERSONALIZADA	64	HORAS	28.00	1 792.00
<b>TOTAL</b>				<b>4.077</b>





## Anexo 4



### CUESTIONARIO DIRIGIDO AL CLIENTE

¡Buen día!, me encuentro ejecutando una investigación con el fin de conocer las Características, la capacidad de respuesta y el valor agregado de las MYPE rubro Bodegas de Piura con respecto a competitividad, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello. Contando con su valiosa colaboración

PREGUNTA	OPCIÓN
1. ¿Está UD. satisfecho con los productos que se brinda?	SI ( ) NO ( )
2. ¿Considera UD. que los trabajadores le brindan buena atención?	SI ( ) NO ( )
3. ¿Considera UD. que los productos que se le brindan son de primera calidad?	SI ( ) NO ( )
4. ¿El personal de la MYPE le ofrece un buen servicio?	SI ( ) NO ( )
5. ¿Está de acuerdo que las MYPE bodegas innoven con frecuencia para el Otorgamiento de un buen servicio?	SI ( ) NO ( )
6. ¿El trato que se le brinda en la MYPE cumple con sus expectativas pensadas?	SI ( ) NO ( )
7. ¿Siente que la MYPE se preocupa por el interés y el bienestar de Usted a la hora de realizar su compra?	SI ( ) NO ( )

8.- ¿Cree Usted que los colaboradores de la MYPE cuentan con la suficiente capacidad de brindarle información acerca de los productos?	SI ( ) NO ( )
9.- ¿En la MYPE Bodega le brindan comprobantes de pago a la hora de realizar la compra?	SI ( ) NO ( )
10.- ¿Los precios que se le asignan a los productos satisfacen las expectativas de su consumo?	SI ( ) NO ( )

## Cuestionario dirigido al Dueño



¡Buen día!, Soy alumno de la universidad católica los ángeles Chimbote me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las Características, el valor agregado, capacidad de respuesta, bienes facilitadores, dimensiones de evaluación y la capacidad de respuesta y el valor agregado y elementos que satisfacen al personal de las MYPE rubro Bodegas de Piura con respecto a competitividad y Empowerment, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos Demográficos:

Edad: ..... Estado Civil:..... Género:.....

Nivel de Estudios:.....

Ubicación: .....

Número de Trabajadores:.....

Tipo de Empresa:

Natural:.....

EIRL:.....

SRL:.....

SAC:.....

SAA:.....

## **PREGUNTAS**

1.-¿Tiene en mente asociarse con otros empresarios para que así aumente el capital e incremente la inversión?

**SI ( ) NO ( )**

2.- ¿La MYPE Cuenta con instrumentos tecnológicos (Balanzas electrónicas, Identificador de código de barras) que, ¿le facilite la atención al cliente?

**SI ( ) NO ( )**

3.- ¿El proceso de ventas se ha modernizado?

**SI ( ) NO ( )**

4.- ¿Cuenta la MYPE con sistemas computarizados para el registro de ventas que se realiza?

**SI ( ) NO ( )**

5.- ¿Con que frecuencia realiza mejoras e innova para brindar un servicio eficiente al consumidor?

**Siempre ( ) Casi Siempre ( ) Nunca ( ) .**

6.- ¿El personal puede tomar decisiones con respecto a los recursos?

**SI ( ) NO ( )**

7.- ¿Cree usted. que el otorgar de poder al personal para tomar decisiones mejoraría la MYPE?

**SI ( ) NO ( )**

8.- ¿Cuándo toma usted. Decisiones acerca de la MYPE considera. Buena estrategia consultar o pedirle una opinión a sus colaboradores?

**SI ( ) NO ( )**

9.- ¿Considera Usted que al delegar autoridad a sus colaboradores mejora el desempeño laboral?

**SI ( ) NO ( )**

10.- ¿Cada que tiempo capacita a sus colaboradores para la mejora continua de la organización?

**SIEMPRE ( ) CASI SIEMPRE ( ) NUNCA ( )**

11.- ¿Cree usted que al otorgar poder a sus colaboradores les causa más satisfacción y los motiva a que realicen su trabajo de manera correcta?

**SI ( ) NO ( )**

12.- ¿Deja usted que sus colaboradores tomen decisiones ante una operación o un percance que se presente cuando no se encuentra en la MYPE?

**SI ( ) NO ( )**