



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**VENTAJAS COMPETITIVAS EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO FARMACIAS: CASO  
EMPRESA FLORQUISFARMA, DISTRITO ANDRÉS  
AVELINO CÁCERES, AYACUCHO, 2020**

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

**AUTOR**

**YANASUPO LAPA, RAUL  
ORCID: 0000-0002-9784-1484**

**ASESORA**

**PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEE  
ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**AYACUCHO – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Yanasupo Lapa, Raúl

ORCID: 0000-0002-9784-1484

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Ayacucho, Perú

### **ASESORA**

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financieras y Administración, Escuela Profesional de Administración, Piura,

Perú

### **JURADOS**

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000 – 0003- 2027-6920

Mgtr. Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000 – 0001 – 8071 -8327

Mgtr. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000 – 0002–7260-5581

## **FIRMA DEL JURADO Y ASESORA**

Mgtr. Víctor Hugo, Vilela Vargas

ORCID: 0000 – 0003- 2027-6920

**Presidenta**

Mgtr. Carmen Rosa, Azabache Arquinio

ORCID: 0000 – 0001 – 8071 -8327

**Miembro**

Mgtr. Víctor Hugo, Espinosa Otoya

ORCID: 0000 – 0002–7260-5581

**Miembro**

Dra. Mercedes René Palacios de Briceño

ORCID: 0000 – 0001 – 8823 - 2655

**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por iluminarme en este camino de la vida particularmente en tema educativos, a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote por abrirme sus puertas para formar parte de esta casa de estudios, también a los docentes que han sido importantes para mi formación profesional, a mi asesora, quien ha sido mi guía lo que ha permitido desarrollar de manera correcta el siguiente taller investigación.

## **DEDICATORIA**

En primer momento a mi familia por su apoyo incondicional durante los tiempos de mi formación profesional, y en especial a mi madre por brindarme su amor y confianza día tras día, lo que ha permitido lograr mi trabajo de investigación de manera satisfactoria.

## RESUMEN

Para este trabajo de investigación se planteó el siguiente problema ¿Cuáles son las estrategias de ventajas competitivas en los micros y pequeñas empresas rubro farmacias: caso empresa Florquisfarma, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho 2020? Planteando como objetivo general, Identificar las estrategias de ventajas competitivas en las micros y pequeñas empresas rubro farmacias: caso empresa Florquisfarma, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2021. Y las dimensiones empleadas en este trabajo de investigación son: innovación, talento humano y proceso de cambio. La metodología fue tipo aplicada con enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo y diseño no experimental. Y la técnica de recolección de datos se desarrolló a través de las encuestas, así mismo como instrumento se empleó para obtener la mayor información mediante el cuestionario que consta de 12 preguntas con escala de Likert. Obteniendo como resultado que el 60% de los colaboradores siempre realizan la innovación por otro lado el 40% de los colaboradores a veces realiza la innovación. Por lo tanto, se obtiene que los colaboradores si realizan adecuadamente la innovación dentro de la farmacia bajo la coordinación con la gerencia. De esta manera se concluyó que la empresa tiene una buena perspectiva de trabajo en equipo, sobre todo la comunicación fluida de manera horizontal, y demostrando la innovación en todos los sectores de la organización para una buena atención del cliente.

**Palabras clave:** innovación, talento humano y farmacia.

## **ABSTRACT**

For this research work, the following problem was raised: What are the strategies of competitive advantages in micro and small companies in the field of pharmacies: case company FLORQUISFARMA, Andrés Avelino Cáceres District, Ayacucho, 2020?

Proposing as a general objective, Identify the strategies of competitive advantages in micro and small companies in the field of pharmacies: case of the company FLORQUISFARMA, Andrés Avelino Cáceres District, Ayacucho, 2021. And the dimensions used in this research work are: innovation, human talent and change process. The methodology was applied with a quantitative approach, descriptive level and non-experimental design. And the data collection technique was developed through the surveys, as well as an instrument used to obtain the most information through the questionnaire consisting of 12 questions with a Likert scale. Obtaining as a result that 60% of the collaborators always carry out the innovation on the other hand 40% of the collaborators sometimes carry out the innovation. Therefore, it is obtained that the collaborators if they properly carry out the innovation within the pharmacy under the coordination with the management. In this way it was concluded that the company has a good perspective of teamwork, demonstrating innovation in all sectors of the organization for good customer service.

Keywords: innovation, human talent and pharmacy.

## CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR(A).....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT .....	vii
CONTENIDO.....	viii
ÌNDICE DE TABLAS .....	x
INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISION DE LITERATURA .....	5
<b>2.I. Antecedentes</b> .....	5
<b>2.2. Bases teóricas de la investigación</b> .....	12
<b>2.2.1 variable 1: Ventajas competitivas</b> .....	12
<b>III. HIPÓTESIS</b> .....	22
IV. METODOLOGÍA .....	24
4.1. El tipo de investigación.....	24
4.2. Nivel de la investigación de las tesis.....	25
4.3. Diseño de la investigación. ....	25
4.4. El universo y muestra.....	26
<b>4.5. Definición y operacionalización de variables</b> .....	26
<b>4.6. Matriz de operacionalización</b> .....	27



<b>4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	28
<b>4.8 Plan de análisis</b> .....	28
<b>4.9 Matriz de consistencia</b> .....	
4.10. Principios éticos .....	30
<b>V. CUADRO DE RESULTADOS</b> .....	31
<b>5.2 Análisis de resultados</b> .....	46
<b>VI. CONCLUSION</b> .....	48
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA</b> .....	50
<b>ANEXOS</b> .....	54
<b>ANEXO 1 Consentimiento informado</b> .....	55
<b>ANEXO 2 solicitud</b> .....	56
<b>ANEXO 3 instrumento de recolección de datos</b> .....	57
<b>ANEXO 4 constancia de validación</b> .....	59

## ÌNDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1</b> ¿Usted realiza modificación de elementos o artículos con fin de mejorar dentro de empresa? .....	31
<b>TABLA 2.</b> ¿Usted practica habilidad y creatividad dentro de la organización? .....	32
<b>TABLA 3.</b> ¿alguna vez planteaste nuevas formas de hacer negocios dentro de la Organización?.....	34
<b>TABLA 4.</b> ¿Usted realiza cambio de los productos de acuerdo a la temporada? .....	35
<b>TABLA 5.</b> ¿Ustedes venden productos novedosos dentro de la empresa? .....	36
<b>TABLA 6.</b> ¿Usted ofrece productos de calidad en el mercado actual?.....	38
<b>TABLA 7.</b> ¿Ustedes recibe capacitación en el puesto de trabajo? .....	39
<b>TABLA 8.</b> ¿Usted y su compañero rindieron la evaluación de acuerdo a las normas establecidas?.....	41
<b>TABLA 9.</b> ¿a usted le ascendieron el puesto de trabajo alguna vez? .....	42
<b>TABLA 10.</b> ¿Ustedes realizan cambio en productos de acuerdo a las marcas y logos?43	
<b>TABLA 11.</b> ¿Ustedes realizan cambio general dentro del área del trabajo? .....	44
<b>Tabla 12.</b> ¿Alguna vez realizaste cambio del orden en los productos?.....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	31
<i>Figura 2.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	33
<i>Figura 3.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	34
<i>Figura 4.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	35
<i>Figura 5.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	37
<i>Figura 6.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	38
<i>Figura 7.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	40
<i>Figura 8.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	41
<b>Figura 9.</b> Distribución porcentual de indicadores. ....	42
<i>Figura 10.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	43
<i>Figura 11.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	44
<i>Figura 12.</i> Distribución porcentual de indicadores. ....	45

## INTRODUCCIÓN

En todos los países las organizaciones han tratado de continuar todas las orientaciones perceptibles para imponerse a sus competidores y alcanzar una ventaja competitiva en los mercados. Buscando esfuerzos por ser un productor de bajos costos, estrategias de diferenciación y centrarse en un área limitado del mercado. La economía mundial en estos momentos vive cambios caracterizado por las etapas como: la globalización, los grandes avances científicos y tecnológicos y el desarrollo de las comunicaciones y alta demanda de productos de calidad, entre otros Martínez, (2018)

Al cierre del año 2020 en España había 22.137 farmacias comunitarias. Estas cifras corroboran la importancia del sector para la industria y la economía nacional. De hecho, el número de establecimientos farmacéuticos no ha cesado de crecer durante todo el periodo de la pandemia. Son diferentes factores identificados como determinantes de la competitividad de las MIPYMES, las investigaciones que buscan explicar la razones por las que ciertas empresas Españolas logran mejores resultados que otras, muestran los factores externos como los cambios en la economía industrial, el conocimiento y también como aspectos internos relacionados con el sistema de gestión, la innovación, la estrategia, el análisis financiero, la vinculación, la calidad, entre otros, son los que generan ventajas competitivas. (Samperio, 2020)

Con respecto a Latinoamérica los países que más crecieron en las cadenas de farmacias fue Brasil y México, este del primero supera con 72,000 farmacias establecidas, frente a 52,000 farmacias, para ello utilizan diferentes técnicas y estrategias en sus ventas donde predomina la innovación y la tecnología. Frente a ello surgen con eficiencia telemedicina y las farmacias digitales en la entrega de productos de salud a bajo costos,

combinada con la creciente penetración del comercio electrónico; está impulsando el crecimiento del segmento en medio de la pandemia. Sus ventajas respecto a las farmacias físicas son numerosas Barsantini, (2020).

En la actualidad en Chile existen 3.440 farmacias, según información obtenida por el sistema de transparencia del Ministerio de Salud. Este incremento en las farmacias se desarrolla a partir de pandemia del COVID -19. Para ello también se acrecienta las ventajas competitivas frente a sus rivales, buscan la mejor posición para tener mas usuarios, ante los impulsos que existen en el mercado.

Coexisten cantidades de estrategias para vender los productos con la alta calidad y brindar una información adecuado a los consumidores, alcanzar menores costos que los competidores, tener una buena ubicación geográfica, crear y diseñar un producto que tenga mayor rentabilidad que las marcas de los competidores Alonso, (2020)

Las MYPES en el Perú en rubro de farmacias y boticas existen cerca de 2,400 según agremiados a (ANACAB) asociación nacional de cadena de boticas resaltan que no dan talla en la competitividad excepto algunas, a nivel empresarial tienen diferentes limitaciones y barreras ya que no cuentan con desarrollo tecnológico empresarial. Y también carecen de las diferentes herramientas y estrategias que los emprendedores puedan plasmar, para ello se necesita su apoyo de parte del gobierno asesorar e incentivar para su desarrollo.

Actualmente, la ley MYPES otorga facilidades a las Empresas en línea financiero como en la implementación y promoción de productos tanto para consumo local y exportación.

Se plantea problema de investigación: ¿Cuáles son las estrategias de ventajas competitivas en los micros y pequeñas empresas rubro farmacias, caso empresa Florquisfarma, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020? Las ventajas competitivas

son fundamentales para las empresas, existen negocios dedicadas a la venta de medicamentos, sin embargo, utilizan las diferentes estrategias, técnicas, como la innovación donde se desarrollan los cambios totales o parciales con los productos, también podemos mencionar con respecto a talento humano, contar con personas capacitadas en el rubro evaluar constantemente y motivarlos. También uno de las estrategias sería el proceso de cambio con el rediseño de los empaques de los productos, y en los lugares más concurrentes del público tiene que hacerse una reingeniería constante. En algunas MYPES no toman de mayor interés con respecto al tema, donde ofrecen productos de mala calidad y en estados pésimos o vencidas. En ese sentido es importante saber sobre las diferentes estrategias y métodos para logra una ventaja competitiva.

Se plantea como objetivo general Identificar las estrategias de ventajas competitivas en los micros y pequeñas empresas rubro farmacias: caso empresa Florquisfarma, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020. b) objetivos específicos son: Describir las características de innovación tecnológica en las micro y pequeñas empresas rubro farmacias: caso empresa Florquisfarma, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020. Identificar el talento humano en los micros y pequeñas empresas rubro farmacias: caso empresa Florquisfarma, distrito Andrés Avelino Cáceres Ayacucho, 2020. Y Analizar los procesos de cambio, en los micros y pequeñas empresas rubro farmacias: caso empresa Florquisfarma, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho 2020.

Se justifica en todo lo que se va describir o entender sobre las ventajas competitivas en el área de recursos humanos, proveedores y ventas en la farmacia Florquisfarma distrito Andrés Avelino Cáceres – Ayacucho 2020, de esta manera coadyuvar a todas las empresas del rubro de farmacias a que tengan conocimiento en utilizar oportunamente las técnicas y

estrategias para captar más clientes ofreciendo productos de calidad con diseño y empaques biodegradables y entre otros.

La metodología que se planteó para esta investigación es tipo enfoque cuantitativo por la forma de recolección de datos; con nivel descriptivo porque se describe la realidad de cómo se observan y un diseño no experimental, porque no se manipuló la variable, se centra en la observación de la situación tal como se da en el contexto natural. Para dar como resultado principal se determina que el 60% de los colaboradores siempre realizan la innovación, mientras que el 50% de los trabajadores señalaron que siempre demuestran sus habilidades y creatividad dentro de la organización.

Se ha llegado a concluir donde se ha investigado toda la información respecto a las ventajas competitivas dentro de la empresa Florquisfarma, si cumple con los objetivos generales y específicos; todas las estrategias y técnicas que se plantea dentro de la empresa garantiza las ventajas competitivas. Y es de mucha importancia para los dueños de estos negocios, así como para aquellas personas que desean convertirse en empresarios exitosos, de igual manera para sociedades en general ya que la creación de empresa da un resultado confortante, en cuanto a la realidad laboral y para los estudiantes les será útil para los estudios de investigación posteriores. Al mismo tiempo del estudio radica en que permite a los representantes tomar decisiones sobre la competitividad lo cual los puede posicionar y mantener en mercado competitivo, así también motiva a los emprendedores a mantener la calidad e innovar para aumentar la productividad en todos los sectores.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.I. Antecedentes

#### 2.1.1. variable 1: ventajas competitivas

Se muestra el registro de los antecedentes de la variable 1.

LIMA, (2016) plantea dentro *Universidad Nacional Autónoma de México, en su tesis titulado Estrategias de competitividad para PYME (SIC)*, desarrollado con el objetivo de encontrar un planteamiento de mejoras estratégicas en la competitividad de las PYMES bajo los criterios del libro las 100 mejoras tecnológicas publicada por la Secretaría de Economía de México, donde el autor explica que por medio del comportamiento global replanteado en el sector industrial y comercial es posible adecuar en la naturaleza global aquellas estrategias de gestión que ayudarán a mejorar su desempeño, para evidenciar su teoría realiza metodología de estudio no experimental y de carácter descriptivo, obteniendo como resultado la adaptación de muchas estrategias aplicables en la realidad de MYPES mexicanas. Conclusiones: En este trabajo el investigador concluyó que logró un producto científico que son modelos que ayudarán a las micro y pequeñas empresas en la evaluación y valoración de estrategias, además concluye que la competitividad empresarial está determinada por un gerente competitivo.

Según nos manifiesta este autor en su tesis, estrategia de competitividad para PYMES, donde se plasmó en diferentes industrias comerciales sobre aquellas estrategias de gestión, lo cual generó una expectativa en estas organizaciones con un resultado muy favorables para cada uno de ellos en la ciudad de México.



NARANJO, (2016) realizó la investigación titulada “*Implementación de marketing relacional para la fidelización de los clientes de la Aseguradora Hispana de Seguros*”, la cual fue aprobada por Pontificia Universidad Católica del Ecuador. La investigación tuvo como objetivo el implementar estrategias de marketing relacional para fidelización de los clientes. Es una investigación de metodología descriptiva correlacional. La población fue 837 clientes, así mismo la muestra fue 237 clientes. La investigación utilizó como técnicas de recolección de datos la encuesta y la entrevista y como instrumento el cuestionario. La investigación concluyó en que la implementación de un plan de marketing relacional, está orientado exclusivamente a mejorar la calidad en el servicio y lograr la permanencia y fidelización de los clientes de la Aseguradora, a fin de lograr posicionamiento en la mente del consumidor y competir exitosamente en el mercado asegurador existente.

De acuerdo al planteamiento de Naranjo en lo que corresponde a la investigación tuvo como objetivo el implementar estrategias de marketing relacional para fidelización de los clientes., es cumplir los principios y valores más allá de las normas y leyes establecidas en dicha ciudad. De esta manera promoviendo el emprendimiento de manera responsable con los cuidados de medio ambiente y servir a la sociedad con productos y servicios de calidad. Brindando una información adecuada, oportuna en todos los medios de comunicación con respecto al producto y la marca para llegar a más clientes y fidelizarlos.

BENIGNO, (2017) menciona en su tesis titulado, “*el proceso de asociativo como ventaja competitiva en la micro empresas, caso Quevedo*”. Uno de los principales objetivos son actores del desarrollo local las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas), sin embargo, muchas tienen dificultades para mantenerse en el mercado, por eso es necesario

buscar alternativas como clúster empresarial, para incrementar su eficiencia y competitividad. El presente trabajo de investigación se realizó mediante metodología descriptivo. Procura analizar si dentro del sistema productivo local, las microempresas participan de procesos asociativos en Quevedo, ya que, constituyen el 96% del tejido empresarial. Para eso se encuestó a 359 microempresarios, adicionalmente se conocerán los principales problemas por las que están atravesando las microempresas en Quevedo. Se concluye que existe una clara realidad que las microempresas tienen escasa participación en procesos asociativos, y los pocos que se asocian, lo hacen con el propósito de mejorar la comercialización de sus productos. Es evidente el poco apoyo del gobierno para mejorar la competitividad de las microempresas en Quevedo Ecuador.

Según Benigno nos plantea en su proyecto de investigación, acerca de la asociatividad como una de las ventajas competitivas empresariales, que se realiza con las diferentes empresas bajo un acuerdo mutuo entre ambas partes de esta manera lograr una asociación empresarial, asociación comercial y cooperativas para brindar calidad de producto y servicios mejorando la productividad y rentabilidad

GONZALES, (2017) en sus tesis de licenciatura de la Universidad de San Martín de Porres, titulado *“Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La victoria - año 2016”*, realizado con el objetivo principal de determinar el dominio de los mecanismos de dirección organizacional de las MYPE en el sector textil, en el marco de la referida Ley, el tesista asegura que existe una influencia de mucha importancia cuando se preside una gestión , pues de ella depende la competitividad, para evaluar y probar sus postulado a considerado en sus estudios la

investigación no experimental, con una característica descriptiva, cuyo diseño metodológico es el transaccional. En una primera etapa de la investigación se hizo una evaluación cualitativa a cuatro empresas del sector investigado dentro del área del distrito La Victoria con el propósito de construir el marco teórico en que se basa el estudio. Y en la segunda fase se encuestó a 12 pequeñas y 38 medianas empresas el cual es la muestra de un total de 240 micros y pequeñas empresas, el resultado más relevante encontrada fue que la gran mayoría de empresas no aplican la planificación para la gestión estratégica. Conclusiones: El estudio de la tesis concluye que la competitividad hace que las micros y pequeñas empresas puedan expandir, rediseñar, y afianzar sus ofertas en relación a sus productos y servicios tomando como base que son conscientes de que el mundo de ahora es cambiante, donde uno tiene que estar siempre aprendiendo y desaprendiendo estrategia que deben ser evaluadas y planificadas.

Urbina, (2020) el presente trabajo de investigación, *la innovación como ventaja competitiva en las MYPES*, tiene como objetivo revisar el estudio de los recursos que contribuyen en la innovación de tecnología en estas empresas. Por otro lado, la metodología que se aplicó se enfoca en la observación, análisis y descripción. El análisis se desarrolló mediante la revisión de 10 artículos de revistas científicas indexadas con la muestra correspondiente a cada uno de ellos. Asimismo, se indica que existe una relación entre la innovación y las habilidades de liderazgo del emprendedor. Finalmente, encontramos que el apoyo financiero y las capacitaciones que brinda el estado cumplen un papel importante para que las MYPES logren innovar.

Guerrero, (2019) presente trabajo de investigación titulado: “*Caracterización de la competitividad en las MYPES del sector industria – rubro panificador del casco urbano, Chimbote, 2013*”, tuvo por objetivo describir las principales características de la competitividad en las MYPES del sector industria rubro - panificadora casco urbano, Chimbote, 2013. La investigación fue de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo, la metodología es diseño no experimental – transversal; y para su realización se escogió una muestra de 9 MYPES en una población de 15 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 78% de los representantes tienen una edad promedio entre 30 a 50 años, siendo el 89% masculino y el 44% con estudio superior. En cuanto a la antigüedad de las MYPES el 67% tienen de 6 a más años, siendo el 56% quien se inició para ser independiente y el 100% son formales. Asimismo, el 89% conoce a su competencia por lo que, el 44% señala que su precio es menor frente al de sus competidores y el 67% considera que su factor competente es la planificación de sus actividades. Concluyendo que la mayoría de los representantes legales tienen un promedio de 30 a 50 años, cuentan con estudio superior y sus empresas son formales. Asimismo, tienen conocimiento de sus competidores, teniendo precios menores frente a ellos y considerando que su factor competente es la planificación de sus actividades.

Arango, (2017) el presente trabajo de investigación titulado “*Imagen Corporativa y Ventaja Competitiva de las empresas de transporte terrestre interprovincial de pasajeros en la ciudad de Ayacucho 2016* se ha realizado en la ciudad de Ayacucho, Departamento de Ayacucho – Perú; en la cual se han identificado veintinueve empresas de

transporte terrestre interprovincial de pasajeros. El problema formulado para este trabajo de investigación es: ¿Cómo la Imagen Corporativa influye en la Ventaja Competitiva de las empresas de transporte terrestre interprovincial de pasajeros en la ciudad de Ayacucho - 2016? El Objetivo general del estudio es: Evaluar como la imagen corporativa influye en la ventaja competitiva de las empresas de transporte terrestre interprovincial de pasajeros en la ciudad de Ayacucho – 2016. Para contrastar la hipótesis se utilizó la Prueba Paramétrica del Chi Cuadrado, donde la Imagen Corporativa influye considerablemente en la Ventaja Competitiva de las empresas de transporte terrestre interprovincial de pasajeros” en la ciudad de Ayacucho – 2016

Lo que concierne a esta tesis de titulado “Imagen Corporativa y Ventaja Competitiva de las empresas de transporte terrestre interprovincial de pasajeros en la ciudad de Ayacucho 2016”. La imagen corporativa consiste en logotipo de la empresa el cual está diseñado acorde a las expectativas de los clientes y el uso de marcas registradas también influye el diseño del producto y la publicidad lo más fundamental es la comunicación institucional de las empresas con propósito de mantener su identidad y fácil reconocimiento de los clientes.

Mallco, (2017) el material utilizado es básicamente la encuesta aplicada a trabajadores y Administrativos, cuyos resultados han sido procesados mediante el Microsoft Excel, de esta manera establecer si los datos se adecuaban a las técnicas estadísticas que tienen como objetivo comprobar hipótesis o relaciones causales, para cumplir con los objetivos establecidos en el presente trabajo. Los resultados, han permitido concluir que efectivamente un sistema de gestión estratégica de talento humano influye significativamente en la competitividad comercial; igualmente, se ha demostrado que, los

métodos tradicionales de trabajo inciden en la calidad del producto; y la adecuada organización de equipos de ventas contribuye considerablemente en las estrategias de negocios de las MYPES artesanas de cerámica del distrito de Quinua”.

Según el autor nos manifiesta acerca del tema de talento humano, como una de las ventajas competitivas favorables para todas las organizaciones empresariales es una pieza fundamental dentro de la empresa, lo cual está conformado en recursos humanos donde el talento tiene que estar comprometido y motivado para lograr los objetivos. Este es el caso de la mayoría de las empresas donde se descuidan con las capacitaciones y de brindarles técnicas de motivación de esta manera los trabajadores se comprometan con lograr objetivos y política de las empresas.

Valenzuela, (2017), el objetivo general de presente investigación fue determinar “*la influencia de la competitividad en la producción de tejidos artesanales Huamanguinos por los artesanos del Barrio de Santa Ana del distrito de Ayacucho, 2017*”. Se trata de un estudio transversal de relación causal sobre una muestra al azar simple de 80 artesanos de una población de 100. Las técnicas de recolección de datos fueron la entrevista y encuesta; en tanto los instrumentos, la guía de entrevista y el cuestionario. El estadígrafo de contraste de hipótesis fue el Coeficiente de Correlación Tau “b” de Kendall al 95% de nivel de confianza. Los resultados describen que del 100% (80) de artesanos del Barrio de Santa Ana el 56.2% se dedica a la producción de tejidos artesanales Huamanguinos y 43.8% a otras actividades artesanales. Por otro lado, el 35.6% de artesanos de tejidos Huamanguinos reportan un nivel de competitividad alto, 31.1% muy alto, 20% bajo, 11.1% medio y 2.2% muy bajo. El 80% de artesanos de tejidos Huamanguinos exhiben un proceso productivo

bueno, 8.9% regular, 6.7% deficiente, 4.4% malo y ninguno excelente. En conclusión, la mayor competitividad influye directamente en la mejor producción de tejidos artesanales Huamanguinos de los artesanos del Barrio de Santa Ana del distrito de Ayacucho. Es decir, a mayor nivel de competitividad es más óptimo el proceso de producción de tejidos Huamanguinos.

Según el autor Valenzuela, nos manifiesta sobre el tema de influencia de la competitividad en la producción de tejidos artesanales Huamanguinos, que todos los artesanos son únicos en los rubros quienes plasman todas las culturas vivas en sus trabajos y brindan un producto de calidad final, demostrando sus habilidades y capacidades frente a sus competidores locales la influencia de la sociedad podría contribuir al desarrollo de afectividad, asertividad, el comportamiento y personalidad.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### ***2.2.1 variable 1: Ventajas competitivas***

Torreblanca, (2017) indica sobre la “ventaja competitiva es aquel valor diferencial que posee una empresa respecto a otras empresas competidoras, que le hace única, le permite mantener el impacto en el tiempo al ser netamente superior a la competencia y es aplicable a varias situaciones de mercado, rentable para la empresa y costeable para el cliente”. Entre estas estrategias se plantea la innovación, como un factor determinante en todas las organizaciones empresariales, ya que es una técnica de mucha relevancia para la mejora continua en estos tiempos exigentes.

Cohen, et al.(2018) destaca que, frente a los retos de la apertura económica de los mercados y la globalización, “la innovación tecnológica es la medida clave del éxito de las empresas en términos de excelencia, productividad, ganancias y crecimiento, para asegurar ventajas competitivas en los mercados, entonces, se requiere un proceso de cambio que oriente el talento humano hacia la generación de nuevas ideas e innovaciones tecnológicas”. Esta tarea debe ser encaminada por la alta gerencia, sin embargo, los nuevos gerentes no han captado esta idea por la manera en que aún se conciben muchas organizaciones, donde los niveles organizacionales responden a una estructura jerárquica tradicional.

## **Dimensiones**

### **3.1 Innovación**

Es una transformación de idea en producto o equipo negociable, nuevo o mejorado es un transcurso operativo en la industria o comercio, nueva metodología para la organización social, lo cual es fundamental para cualquier organización operante. La innovación es un elemento relevante donde más destaca en sector empresarial, donde se modifica a través de los diferentes procesos, mejorando o creando nuevos productos que impacten en el mercado ofreciendo nuevas opciones para diferentes necesidades del cliente con el objetivo que tengan más éxito en el mercado.

Huaschildtla, (2015) innovación se alterna básicamente de algo nuevo: “nuevos productos, nuevos mercados, nuevos modelos, nuevos procedimientos, nuevos procesos, nuevas vías de distribución, nuevas frases publicitarias, etc. El resultado de las innovaciones es algo novedoso, que se diferencia notablemente del estado anterior dado.



Esta novedad debe ser perceptible; una innovación solo puede ser tal para quien la percibe”. La novedad consiste en que los propósitos y los medios se enlazan entre sí de una forma que hasta ese momento no se conocía.

## **Dimensiones**

### **3.2.1 talento humano**

Según Chiavenato, et al. (2017) la admisión de personas es el proceso de atracción de candidatos calificados para un cargo, está relacionada con dos aspectos claves: “reclutamiento y selección del personal. En tal sentido, representa una metodología con características importantes centradas en la conducta humana y el concepto cualitativo bien podría centrarse en aspectos importantes para garantizar toda la pertinencia o concordancia a las metas organizacionales. Es importante destacar que, los procesos de admisión de personal varían en las organizaciones, dado que los procesos son diferentes, mientras que algunas si cumplen con el proceso que menciona Chiavenato de reclutamiento (interno o externo) y selección a través de entrevistas, pruebas de conocimiento y capacidades, pruebas psicométricas, pruebas de personalidad o técnicas de simulación”.

Los autores anteriormente señalados que hacen referencia a la gestión del talento humano y selección del personal por lo cual son tomados dado que proporcionan información valiosa sobre estas variables que están inmersas en la investigación.

Mora, (2016) Manifiesta que el talento humano es una herramienta fundamental, indudable para afrontar los nuevos retos que impone el medio. Es promover a nivel de excelencia las competencias individuales de acuerdo a las necesidades operativas donde se

garantiza el desarrollo y administración del potencial de las personas de lo que saben realizar o podrían hacer.

En tal sentido es importante desarrollar nuestras capacidades desde el análisis interno donde se pueda identificar todos los aspectos de la vida como los oportunidades y fortalezas en mejorar nuestros objetivos personales, técnicos. En este análisis se identifica estrategias actitudes y aptitudes para conocer en que centrarnos y que nos falta para alcanzar nuestros objetivos y de qué se necesita para lograr.

## **Dimensiones**

### **3.3.2 Proceso de cambio**

El cambio también es estudiado dentro de la rama. Desarrollo Organizacional, la cual está definida por Ackerman, (2012) p. 20 como una causa colaborativa que llega a todo el sistema y se basa en valores, de emplear el conocimiento de la ciencia del comportamiento al progreso, el mejoramiento y refuerzo de rasgos organizacionales tales como estrategias, estructuras, técnicas, personas y culturas que llevan a la efectividad organizacional.

Cuando se quiere llevar adelante proceso de cambio decirles a las personas que el cambio que se pretende les va proporcionar la misma seguridad como antes, mientras las actividades avanzan sin ninguna dificultad, el cambio sigue adelante, y cuando se producen inconvenientes las personas tienden a regresar rápidamente al tiempo anterior, es por ello que los procesos de cambio fracasan al poco tiempo de ser implementados.

Hellriegel, (2017) Advierten que en algunos casos implica, incluso, un rediseño total de la estructura, una reingeniería; o parcialmente, lo que implica reconfigurar la distribución de la autoridad, mandos medios y controles departamentales y funciones de los empleos; todo ello para ofrecer a la sociedad un servicio de calidad en consecuencia con las necesidades. La organización para implementar los cambios planeados requiere ajustar sus estructuras y sus procedimientos. El cambio no siempre se implementa sin modificar la estructura organizacional, razón por la cual la teoría del desarrollo organizacional ofrece una serie de consideraciones a tomar en cuenta para aplicar transformaciones y conducir la organización hacia el desarrollo.

### **Importancia de ventajas competitivas**

Según Vergara, (2017) Manifiesta que la competitividad es fundamental para la permanencia de una empresa en momentos de vertiginosas situaciones, porque la empresa es dependiente de sus destrezas de poder hacer frente a la competencia.

Cuando una empresa es exitosa le es necesario mantenerse en constante actualización y mejora de sus sistemas estratégicos, en ese sentido la competitividad empresarial se convierte en un criterio básico a nivel económico en todo tiempo que busca evaluar y conducir la gestión hacia la excelencia.

Señala también que la competitividad es la posición de nuestra empresa en el mercado, es su presencia firme en gran parte del mercado, donde puede tener la posibilidad de autorregularse y operar a largo tiempo creciendo continuamente gracias a la innovación y conocimiento asimilado o creado que maneja para hacer frente y eficazmente a los

desafíos que encuentra en el mercado, en comparación con sus competidores, logrando así una ventaja comparativa.

### **Características de las ventajas competitividad**

(Editorial grudemi, 2019) Las características mas relevantes son las siguientes:

- Tiene que aver una buena administracion para mantenerse a largo plazo, lo cual sera de mucha ayuda para las empresas, para ello sera fundamental plantear los procesos de administarcion en cada una de las areas.
  
- Todos los productos que ofrece deben tener ciertas cualidades, accesibles, y calidad que cumplan todas las perspectivas de los clientes. Frente a ello habrá una mayor capacidad de producción.
  
- Todo el producto debe tener diseños y empaque más atractivos y una percepción única de parte de todas los clientes. De esta manera se desarrollará la oferta y la demanda austera.
  
- Todos los productos que se ofrece tienen que ser accesible para los clientes, a costos bajos y de calidad frente a la competencia. Por qué eso hará que se mantenga a largo plazo las ventajas competitivas

## **INDICADORES**

### **Nuevos Procedimientos**

Los procedimientos consisten en hacer una referencia de ejecución o acción de realizar cualquier actividad, de una manera determinada. La definición también está centrada en métodos a una manera de ejecutar algo en cierto tiempo. Un procedimiento, consiste en continuar los pasos preestablecidos para plantear un trabajo de manera eficaz. Su estilo debería ser fácil encontrar, para ello existen diversas formas cada una con estructuras diferentes pero que ofrecen de manera eficiencia.

### **Nuevo producto**

Consiste en el desarrollo o ejecución de nuevos productos a través de los diferentes materiales, utilizando diferentes métodos, técnicas para obtener resultados favorables dentro de las organizaciones, mediante lo cual las instituciones proceden a participar en los mercados con los productos o servicios novedosos modificados al producto anterior. Para desarrollar nuevos productos, se empieza con generación de ideas con búsqueda sistemática de ideales para nuevos productos, para encontrar ideas nuevas es favorable plantarlo dentro de las compañías a través de brainstorming grupal que es muy efectivo para encontrar ideas complejas.

### **Nuevo mercado**

Es un lugar de abastos de nuevos productos donde no tiene competencia, pues la idea de ellos es innovar constante ya sea en productos o servicios nuevos, pero existen ciertos problemas donde no tendrán compradores del momento. Hasta que sea conocida la marca y

el lugar. Es un espacio adecuado donde se fomenta el intercambio de diferentes productos y servicios bajo un acuerdo normativo que facilita las autoridades competentes, para un adecuado fomento de comercio local o regional para el beneplácito de todos los clientes.

El mercado es un espacio físico y virtual en el que se realiza compras y ventas de los productos y servicios, donde interactúan y se relaciona diferentes agentes de buscar cada uno de ellos sus necesidades para satisfacer sus objetivos concerniente ala compra y venta de bienes y servicios

### **Selección del personal**

Existen diferentes procesos para una buena contratación de empleados dentro de las organizaciones. Para cubrir ciertas vacantes existentes limitaciones, por ello se evalúa conocimiento, habilidades, cualidades y experiencias para cubrir puestos dentro de las empresas. El objetivo fundamental de los procesos es seleccionar al candidato más meritorio de acuerdo a sus capacidades intelectuales.

En la actualidad en las organizaciones el reclutamiento y selección que forma parte del área de recursos humanos y es un proceso por el cual, el asignado a esta área ya sea alta gerencia o recursos humanos se encarga de atraer, introducir y contratar el personal para ocupar un puesto que la compañía necesita. “Por tal razón en este documento se quiere llegar a introducir e identificar sobre la gestión y los procedimientos que se han llevado a cabo en el reclutamiento de personal y que han llevado a las empresas un resultado significativo a la hora de contratar al aspirante indicado” (Charry, 2020)

## **Evaluación**

La evaluación son procedimiento que se realiza para fijar de manera sistemática el valor meritorio de un trabajador ya sea físico o intelectual, en función de ciertos parámetros o conjunto de normas para apreciar distintos temas de interés dentro de las compañías. Garza (2004) “comenta que, en su forma más simple, la evaluación conduce a un juicio sobre el valor de algo y se expresa mediante la opinión de que ese algo es significativo. Se llega a este juicio calificando de qué manera un objeto reúne un conjunto de estándares o criterios. Así, la evaluación es esencialmente comparativa y cuantitativa”

## **Reclutamiento personal**

La selección y reclutamiento son distintos procesos, para cada área donde se contratan al personal más perspicaz para cubrir ciertas plazas, este es de mucha importancia de contar con estrategias y planeación para reclutar el talento humano idóneo para ser competitivos frente a los demás.

Según Cancinos, (2018) El reclutamiento es la “fase previa al proceso de selección propiamente dicho, aunque la mayoría de veces se le considera parte del proceso mismo; Este se enfoca en la captación de candidatos potenciales para poder someterse a un proceso selectivo. Además de ello, el proceso de reclutamiento es la fase para incentivar al personal que se interese por los empleos de la empresa”. Siendo el primer contacto que se tienen con el trabajador de la organización y los interesados en la misma, y tiene como objetivo fundamental recolectar la mayor cantidad de información de individuos que cumplan con perfil indica, para futuras contrataciones, en la que se requiera en un determinado tiempo.

## **Rediseño**

Es relevante entender acerca de rediseño que consiste en cambiar una imagen siempre preservando su esencia, para una versión más lúcida en sí misma y permita ser más llamativo para la organización y atractivo para los clientes de esta manera revitalizar la marca de todos los productos, y poner en línea recta la imagen de las organizaciones.

Por ello, si mencionamos la palabra “rediseño es porque algo estuvo fallando en la comunicación, pero solo una parte, la cual debe haber sido la identidad. Si lo que estuvo fallando es el producto en sí mismo, por su calidad, de nada sirve mejorar la identidad visual. Aquí es importante señalar que la imagen de una marca debe reflejar lo que finalmente es. Deben de estar asociadas y ser honestas”. No se pueden crear falsas expectativas respecto a un producto desde lo visual y brindar una mala experiencia cuando es consumido (Vivanco, 2020)

## **Reingeniería**

La reingeniería es fundamental donde se puede comprobar, radicar y hacer rediseño total de todos los procesos para alcanzar mejoras continuas en todos los sectores, “dentro de ello podemos determinar primero qué debe hacerse y cómo debe realizar. Se olvida por completo de lo que es y se concentra en lo que debe ser. radicalmente es llegar hasta la raíz luego abandonar lo viejo; cambiar todas las estructuras existentes y crear nuevas formas de realizar el trabajo. Proceso: es un conjunto de actividades que reciben uno o más insumos y crea un producto de valor para el cliente”.

La reingeniería es un enfoque administrativo fundamental de gran aprobación entre las organizaciones en estos tiempos de alta exigencia, el cual consiste en administrar los



procesos en vez de las funciones, rediseñando los procesos de la empresa en vez de plasmar pequeños cambios para llevar a cabo una mejora continua para la aceptación masiva de los clientes.

### **Reconfigurar**

La capacidad de reconfiguración “implica recombinación, reemplazo de los recursos, tecnologías y sistemas existentes, así como, la integración de los nuevos conocimientos en la creación o innovación de los nuevos productos y servicios requeridos por el mercado”. El éxito en la culminación de la reconfiguración depende de los conocimientos del entorno, experiencias administrativas y cognitivas de los directivos y de los equipos de la alta dirección (Peteraf, 2015)

Las capacidades de reconfiguración, son estrategias y las acciones que emprende las empresas como respuesta a los cambios del entorno para lograr altos niveles de desempeño. “Las acciones implican realizar cambios en los recursos existentes y en las capacidades organizacionales para crear o modificar los conceptos centrales del modelo de negocios: segmento de mercado, creación de valor, canales, relaciones con los clientes, fuentes de ingreso, recursos, actividades, sociedades clave, y la estructura de costos” (Tecce, 2017).

### **III. HIPÓTESIS**

En este proyecto de investigación en ventaja competitiva en las micro y pequeñas empresas del rubro farmacias: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020. No tiene hipótesis porque es de tipo de investigación descriptiva lo cual sustento con el autor:

ODÓN, (2017) En su libro El proyecto de investigación, menciona: “En este tipo de estudio no se formulan hipótesis, ya que es un estudio descriptivo, cuya misión es observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre estas”.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. El tipo de investigación

***Tipo de investigación:*** aplicada

Debido al uso de todos los conocimientos obtenidos mediante la investigación y sean aplicado en la práctica.

Según el autor Vargas, (2019) menciona, “la investigación de tipo aplicado es también conocido como investigación empírica o práctica, porque busca la utilización de los conocimientos adquiridos mediante investigación. El uso de los conocimientos y los resultados da a conocer la realidad, es aquel que está orientado así las decisiones y soluciones de los problemas. Estos conocimientos que se desarrollan en la investigación serán aplicados y de provecho para los miembros o participes de los procesos, estos se diferencian por hacer el completo uso de los conocimientos de manera inmediata.”

**Tiene enfoque cuantitativo:**

Esta investigación es cuantitativa debido que recoge y analiza los datos cuantitativos variables estudiando los fenómenos y propiedades cuantitativas propone ver explicar desde una perspectiva objetiva y externa, en términos cuantitativos se logra capturar la realidad así no exista medición perfecta.

## **4.2. Nivel de la investigación de las tesis.**

**Nivel de investigación:** descriptivo

Con esta técnica de estudio se describe toda la situación y componentes de la realidad en dichas empresas según (Shuttleworth, 2019) afirma, el método descriptivo es fundamental para dicha investigación por que desarrolla toda la descripción de la organización, también llamado como análisis situacional. Este método de investigación descriptiva no se puede desarrollar como respuesta definitiva, pero es muy relevante este tipo de investigación ya que ayuda mucho a detallar como herramienta de apoyo, este método descriptivo anuncia todo el panorama completo para dar recomendaciones sobre los variables de la investigación.

## **4.3. Diseño de la investigación.**

**Diseño:** No experimental

El proyecto de investigación tiene como diseño es no experimental transversal y correccional.

**Es no experimental**, porque se van observar hechos existentes y por qué no se manipulan las variables de estudio.

**Es transversal**, porque los datos serán recogidos en un solo momento, es decir en un tiempo establecido.

**Y es correccional causal**, porque se buscará la relación que existen entre las variables en estudio, donde uno es independiente y la otra es dependiente (Hernández, 2010, pág. 81).

#### **4.4. El universo y muestra.**

##### **Universo:**

la población es finita del proyecto de investigación y está dirigida a los 10 trabajadores de la empresa Florquisfarma, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020.

##### **Muestra:** Censal no probabilístico

El proyecto de investigación está conformado por los 10 trabajadores de la empresa Florquisfarma, Distrito Andrés avelino Cáceres, Ayacucho 2020

Donde trabajan los personales. Para el cálculo muestral se utiliza la formula estadístico para una población finita, mediante ello se obtuvo una muestra de 10 unidades de estudio.

Zarcovich, (2015) explica que en este tipo de estudio “la muestra censal supone la obtención de datos de todas las unidades del universo acerca de las cuestiones, bloques, que constituyen el objeto del censo. Los datos se recogen en una muestra que representa el total del universo, dado que la población es pequeña y finita”

#### **4.5. Definición y operacionalización de variables**

Perez, (2018) Menciona, las variables son factores que pueden llegar a ser medidos, manipulables y posiblemente cambien con la investigación. Cabe mencionar también aquello que está sujeto a un gran cambio son factores en los cuales se pueden medir y observar las causas y efecto.

Se Refiere a lo que se desea o quiere conocer mediante la investigación y tema elegido, ya sean sus elementos o contenidos.

#### 4.6. Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN DE VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
VENTAJAS COMPETITIVAS	Según Cohen, (2018) “Destaca que, frente a los desafíos de la apertura económica de los mercados y la globalización, la innovación tecnológica es la medida clave del éxito de las empresas en términos de excelencia, productividad, ganancias y crecimiento, para asegurar ventajas competitivas en los mercados, entonces, se requiere un proceso de cambio que oriente el talento humano hacia la generación de nuevas ideas e innovaciones tecnológicas. Esta tarea debe ser encaminada por la gerencia, sin embargo, los nuevos gerentes no han captado esta idea por la manera en que aún se conciben muchas organizaciones, donde los niveles organizacionales responden a una estructura jerárquica tradicional”.	La materia de investigación se realizará mediante la ejecución de una serie de interrogantes (Cuestionario)	-Innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos procedimientos</li> <li>• Nuevo producto.</li> <li>• Nuevo mercado.</li> </ul>	<p>1 ¿Usted realiza cambio de los productos de acuerdo a la temporada?                  2 ¿usted vende productos novedosos en el mercado actual?                  3 ¿usted ofrece productos de calidad en el mercado actual?                  4 ¿ustedes reciben capacitación en el puesto de trabajo?                  5 ¿usted y su compañero rindieron la evaluación de acuerdo a las normas establecidas?                  6 ¿a usted le ascendieron el puesto de trabajo alguna vez?                  7 ¿usted mantiene el orden durante el trabajo?                  8 ¿usted y sus compañeros son disciplinados en los trabajos encomendados?                  9 ¿usted realizó un cambio general dentro del área del trabajo?                  10 ¿alguna vez desarrollaste cambios de orden de los productos                  11 ¿usted practica la puntualidad en esta empresa?                  12 ¿Usted tiene conocimiento sobre las ventajas competitivas</p>
			-Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• selección</li> <li>• evaluación</li> <li>• reclutamiento personal</li> </ul>	
			-Proceso de cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rediseño</li> <li>• Reingeniería</li> <li>• Reconfigurar.</li> </ul>	

#### **4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para esta investigación se acudió como técnica al uso de encuestas a los trabajadores del micro y pequeñas empresas del rubro boticas, caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres Ayacucho 2019. así mismo se usó como instrumento un cuestionario debidamente detallado donde se integran preguntas de los indicadores y la variable, para que sea de manera ordenado.

#### **4.8 Plan de análisis**

La presente investigación tiene un plan de análisis a base de técnicas e instrumentos aplicados en la investigación, para lo cual se consideró el uso del software Microsoft Excel para tener un diseño exacto y dinámico referente a las tablas y gráficos, todo a través de aplicación del cuestionario.

#### 4.9. Matriz de Consistencia

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS GENERAL:	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>¿Cuáles son las estrategias de ventajas competitivas en los micros y pequeñas empresas rubro boticas: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, ¿2020?</p> <p><b>PROBLEMA ESPECIFICO</b>            ¿Cómo son las innovaciones en las micro y pequeñas empresas rubro boticas: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, ¿2020?</p> <p>¿Cuáles son las características de talento humano en los micros y pequeñas empresas rubro boticas: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres Ayacucho, ¿2020?</p> <p>¿Cómo son los procesos de cambio en los micros y pequeñas empresas rubro boticas: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres, ¿Ayacucho 2020?</p>	<p>Identificar las estrategias de ventajas competitivas en las micros y pequeñas empresas rubro farmacias: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>            _Describir las características de innovación en las micro y pequeñas empresas rubro boticas: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres Bautista, Ayacucho, ¿2020?</p> <p>_Describir el talento humano en los micros y pequeñas empresas rubro boticas: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres Ayacucho, 2020</p> <p>_Identificar los procesos de cambio en los micro y pequeñas empresas rubro boticas: caso empresa FLORQUISFARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho 2020</p>	<p>(GONZALES, 2018), Manifiesta: “En esta investigación no se plantea hipótesis dado a que es una investigación descriptiva, la cual ya consiste en llegar a conocer las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la gestión de calidad, a través de la descripción exacta de las actividades, objetivos”.</p>	<p><b>VENTAJAS</b></p> <p><b>COMPETITIVAS</b></p>	<p><b><u>investigación</u></b>            Aplicada con enfoque cuantitativo</p> <p><b><u>Nivel de investigación</u></b>            descriptivo</p> <p><b><u>Diseño de investigación</u></b>            No experimental de forma trasversal.</p> <p><b><u>Población</u></b>            La empresa FLORQUIS FARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020 consta de representantes y 10 trabajadores.</p> <p><b><u>Muestra</u></b>            La muestra fue censal no probabilístico dirigida a empresa FLORQUISFARMA, lo cual está conformado por 10 trabajadores.</p> <p><b><u>Técnica e instrumento</u></b>  <b>Técnica:</b> encuesta  <b>Instrumento:</b> cuestionario</p>



#### 4.10. Principios éticos

Según el comité institucional de ética en investigación de la universidad católica los ángeles de Chimbote (2019), los principios éticos son normas que guían las buenas prácticas y conducta responsable al elaborar un proyecto de investigación. Las actividades desarrolladas en la investigación son orientadas por siguientes principios:

**Protección a las personas:** durante el trabajo de investigación hubo respeto entre ambas partes, con respecto al desarrollo de actividad se mantuvo la privacidad de todos los colaboradores y su participación fue de manera voluntaria sin ninguna obligación.

**Cuidado al medio ambiente y la biodiversidad:** se trabajó con mucha cautela con la responsabilidad necesaria, utilizando todos los recursos de manera eficiente practicando las tres R, y de igual manera la organización se compromete a plantear mediante la innovación utilizar las bolsas biodegradables en todas sus sucursales.

**Libre participación y derecho a estar informado:** todos los participantes respondieron de manera voluntaria sin ninguna exigencia y de esta forma también se utilizó diferentes artículos textos y tesis con sus respectivas citas bibliográficas.

**Beneficios y no maleficencia:** todos los participantes de este trabajo de investigación aprendieron de los variables y dimensiones que ellos desconocían, todas sus preguntas han sido absueltas con diferentes textos y artículos científico para su conocimiento respectivo.

**Justicia:** en este principio se practicó la igualdad en todas las actividades necesarias sin ninguna diferencia de sexo o raza y sin discriminación alguna bajo en acuerdo entre ambas partes.

**Integridad científica:** este trabajo se desarrolló de manera coordinada, bajo un acuerdo entre los trabajadores y el gerente, practicando todos los valores la actividad fueron planificado y con estrategias necesarias.

## V. CUADRO DE RESULTADOS

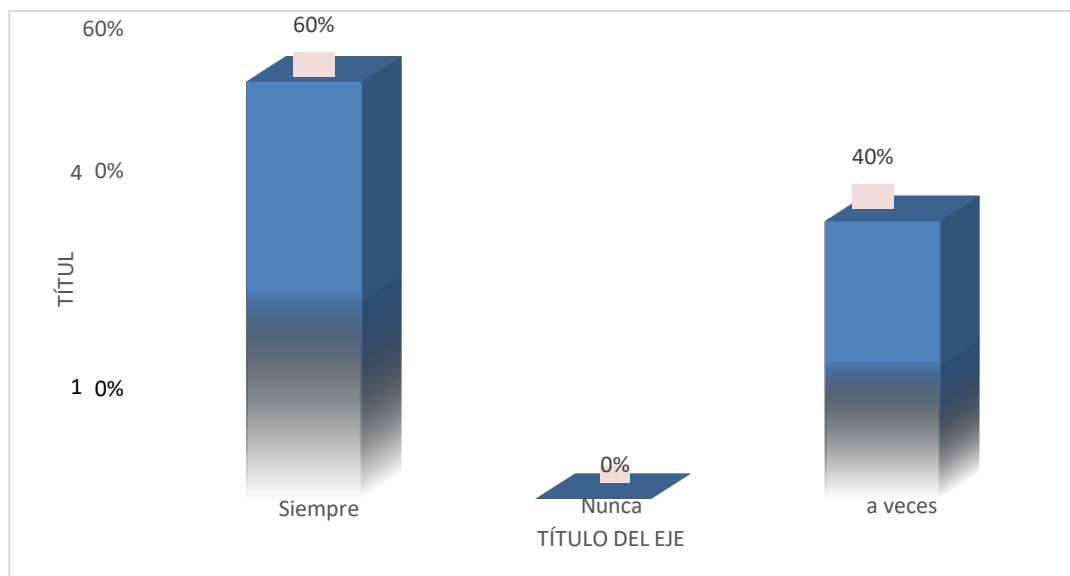
### VENTAJAS COMPETITIVAS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO FARMACIAS: CASO EMPRESA FLORQUISFARMA, DISTRITO ANDRÉS AVELINO CÁCERES, AYACUCHO, 2021.

**TABLA 1**

¿Usted realiza modificación de elementos o artículos con fin de mejorar dentro de empresa?

ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	6	60%
nunca	0	0%
a veces	4	40%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 1.** Distribución porcentual de indicadores.



## INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 1 y gráfico 1, de los 10 trabajadores encuestados el que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 60% corresponde a (6 trabajadores), que respondieron siempre realizan la innovación, el 40% corresponde a (4 trabajadores) quienes respondieron a veces realizan la innovación dentro de la organización, mientras el 0% que corresponde a cero trabajadores nunca realiza la innovación tecnológica.

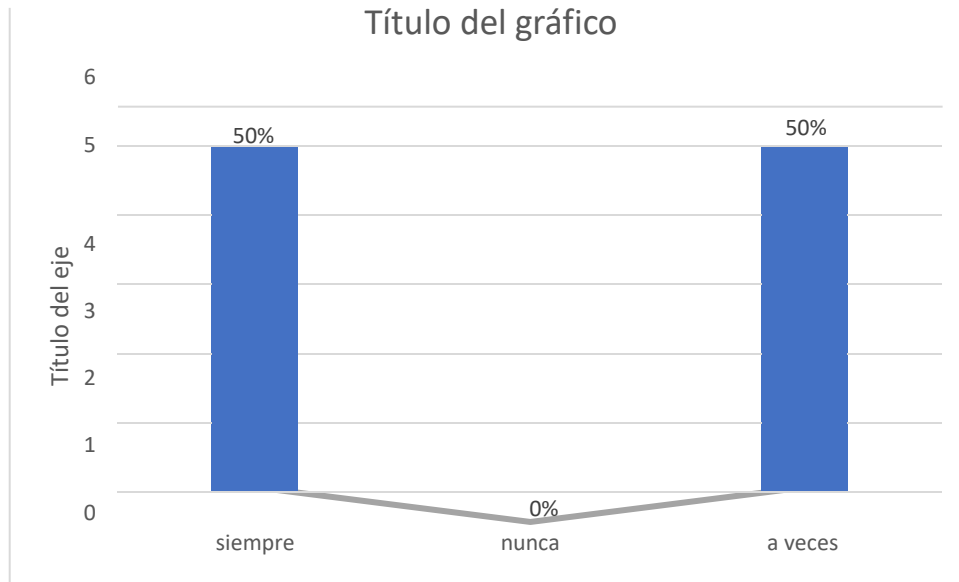
En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, si realizan la innovación en los diferentes productos.

**TABLA 2.**

¿Usted practica habilidad y creatividad dentro de la organización?

ítems	Frecuencia	porcentaje
siempre	5	50%
nunca	0	0%
a veces	5	50%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 2.** Distribución porcentual de indicadores.



*Fuente: elaboración propia, mediante gráfico de barras*

### INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 2 y gráfico 2, de los 10 trabajadores encuestados el que represente el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 50% corresponde a (5 trabajadores), que respondieron siempre practican la habilidad y creatividad dentro de la empresa, el 50% corresponde a (5 trabajadores) quienes respondieron a veces practican la habilidad y creatividad dentro de la organización, mientras el 0% que corresponde a (cero trabajadores) nunca practican la habilidad y creatividad dentro de la organización.

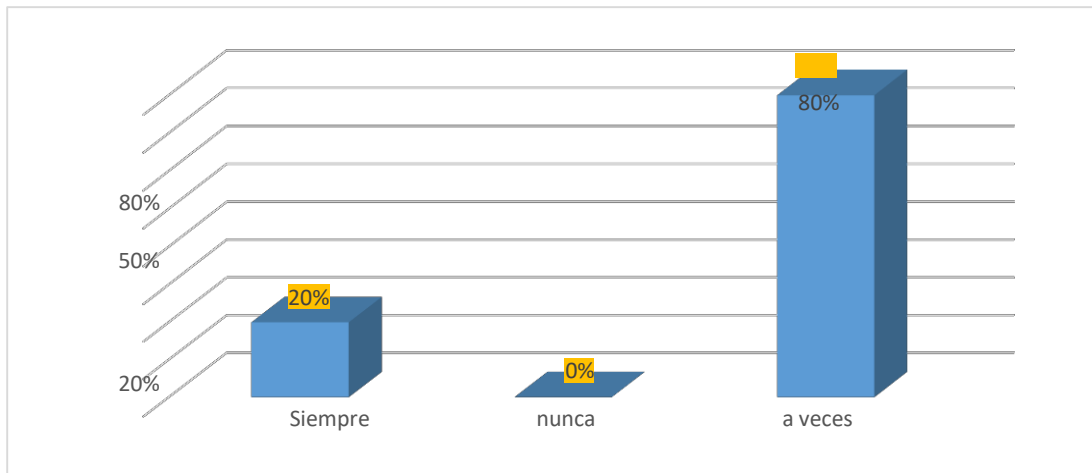
En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, la mitad de sus trabajadores es hábil y creativo, mientras la otra mitad a veces son creativos.

**TABLA 3.**

¿alguna vez planteaste nuevas formas de hacer negocios dentro de la Organización?

ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	2	20%
nunca	0	0%
a veces	8	80%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 3.** Distribución porcentual de indicadores



### INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 3 y gráfico 3, de los 10 trabajadores encuestados el que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarmadel distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 20% corresponde a 2 trabajadores, que respondieron siempre le plantearon de hacer nuevas formas de negocios, el 80% corresponde a 8 trabajadores quienes respondieron a veces le plantearon de hacer nuevas formas de negocios dentro de la organización, mientras el 0% que corresponde a cero trabajadores nunca le plantean nuevas formas de hacer negocio.

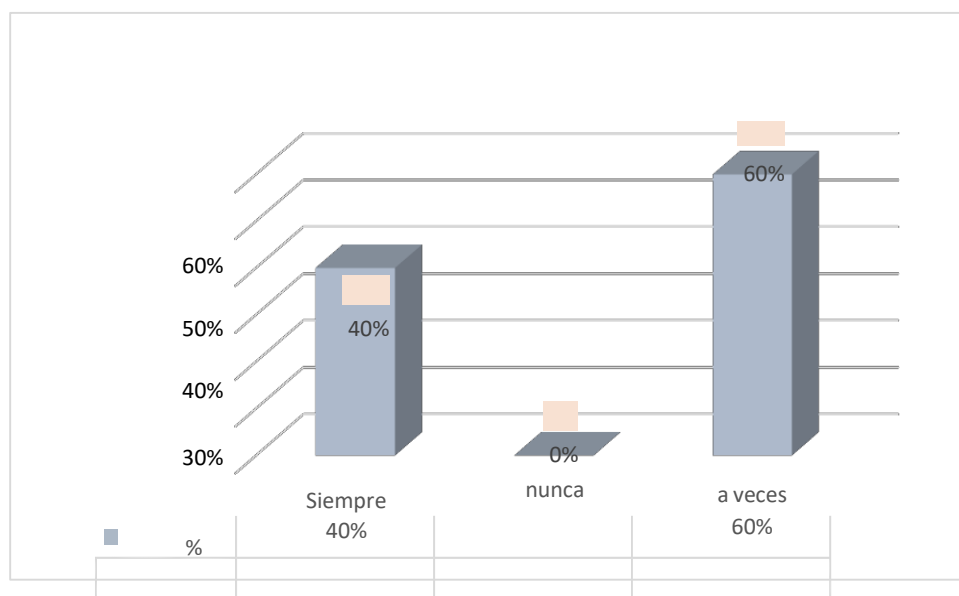
En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés AvelinoCáceres, 8 de sus trabajadores a veces si plantean de hacer nuevas formas de negocio.

**TABLA 4.**

¿Usted realiza cambio de los productos de acuerdo a la temporada?

Ítems	frecuencia	Porcentaje
siempre	4	40%
nunca	0	0%
a veces	6	60%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 4.** Distribución porcentual de indicadores



*Fuente: elaboración propia, mediante gráfico de barras*

## INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 4 y gráfico 4, de los 10 trabajadores encuestados el que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 40 % corresponde a 4 trabajadores, que respondieron siempre realizan cambio de los productos de acuerdo a la temporada, el 60 % corresponde a 6 trabajadores quienes respondieron a veces realizan cambio de los productos de acuerdo a la temporada dentro de la organización, mientras el 0% que corresponde a cero trabajadores nunca realizan cambio de los productos de acuerdo a la temporada.

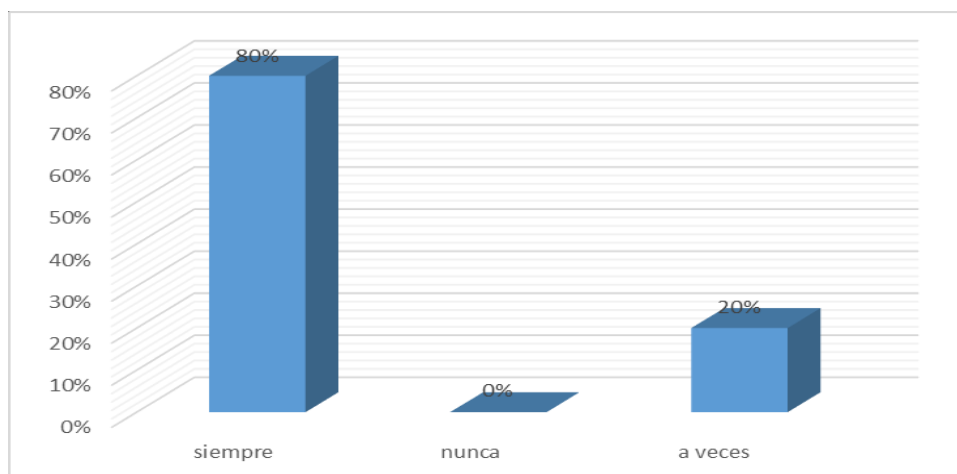
En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, si realizan cambio de los productos de acuerdo a la temporada.

**TABLA 5.**

¿Ustedes venden productos novedosos dentro de la empresa?

ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	8	80%
nunca	0	0%
a veces	2	20%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 5.** Distribución porcentual de indicadores



### INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 5 y gráfico 5, de los 10 trabajadores encuestados el que represente el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 80% corresponde a 8 trabajadores, que respondieron siempre venden productos novedosos dentro de la empresa, el 20% corresponde a 2 trabajadores quienes respondieron a veces venden productos novedosos dentro de la organización, mientras el 0% que corresponde a cero trabajadores nunca venden los productos novedosos.

En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, si venden productos novedosos dentro de la empresa.



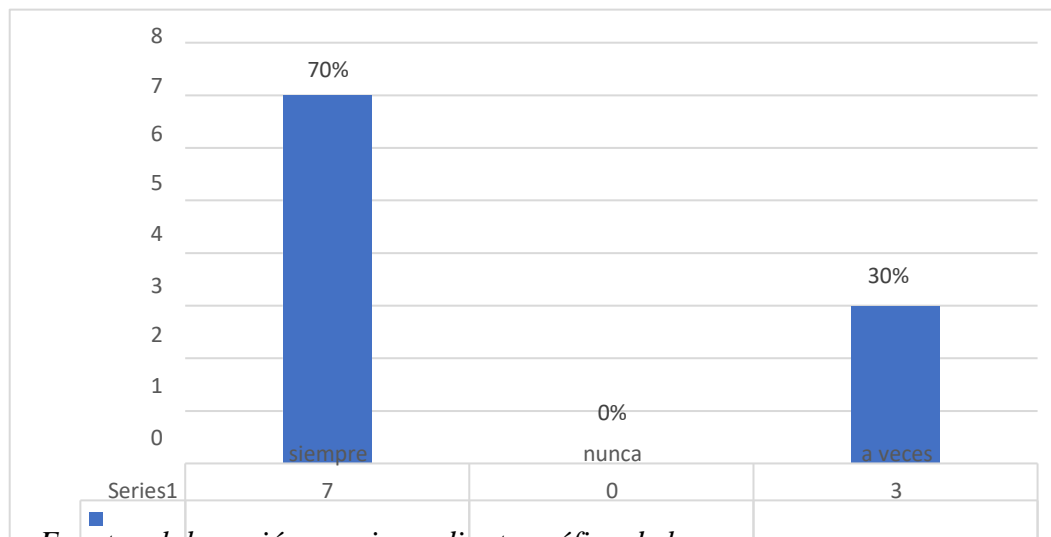
**TABLA 6.**

¿Usted ofrece productos de calidad en el mercado actual?

ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	7	70%
nunca	0	0%
a veces	3	30%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 6.**

Distribución porcentual de indicadores



*Fuente: elaboración propia mediante gráfico de barras*

## INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla 6 y gráfico 6, de los 10 trabajadores encuestados el que represente el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 70 % corresponde a 7 trabajadores, que respondieron siempre venden productos de calidad dentro de la empresa, el 30 % corresponde a 3 trabajadores quienes respondieron a veces venden productos de calidad dentro de la organización, mientras el 0% que corresponde a cero trabajadores nunca venden los productos de calidad.

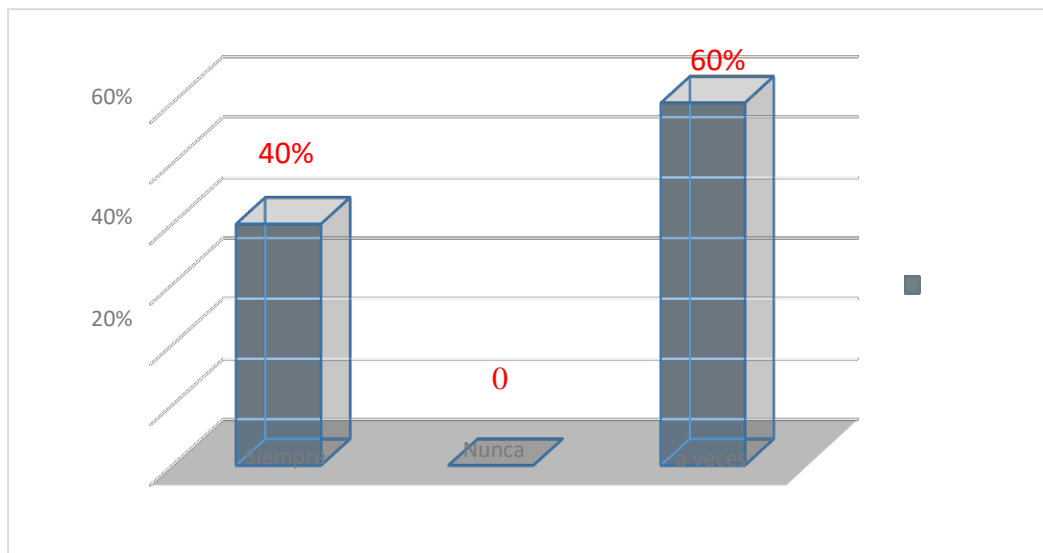
En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, si venden productos de calidad dentro de la empresa.

**TABLA 7.**

¿Ustedes reciben capacitación en el puesto de trabajo?

ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	4	40%
nunca	0	0%
a veces	6	60%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 7.** Distribución porcentual de indicadores



### **INTERPRETACIÓN**

De acuerdo a la tabla y gráfico 7, de los 10 trabajadores encuestados el que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 40 % corresponde a 4 trabajadores, que respondieron siempre reciben la capacitación dentro del puesto de trabajo, el 60 % corresponde a 3 trabajadores quienes respondieron a veces reciben la capacitación dentro de la organización, mientras el 0% que corresponde a cero trabajadores nunca reciben la capacitación en el trabajo.

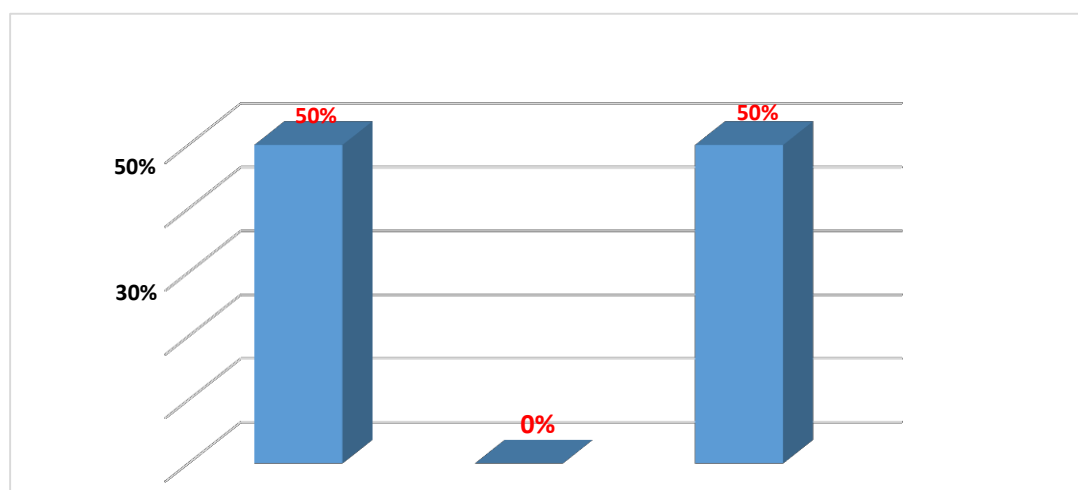
En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, si reciben la capacitación dentro de la empresa.

**TABLA 8.**

¿Usted y su compañero rindieron la evaluación de acuerdo a las normas establecidas?

Ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	5	50%
nunca	0	0%
a veces	5	50%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 8.** Distribución porcentual de indicadores



*Fuente: elaboración propia, mediante gráfico de barras*

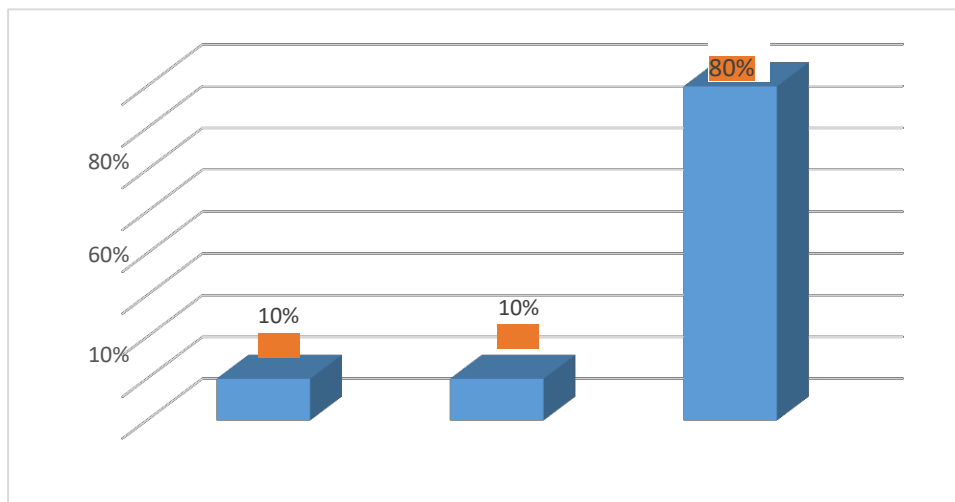
### INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla y gráfico 8, de los 10 trabajadores encuestados el que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 50% corresponde a 5 trabajadores, que respondieron siempre rindieron la evaluación de acuerdo a las normas establecidas, el 50% corresponde a 5 trabajadores quienes respondieron a veces rindieron la evaluación de acuerdo a las normas establecidas, mientras el 0% que corresponde a cero trabajadores nunca rindieron la evaluación. En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, la mitad si rindieron la evaluación y la otra mitad a veces rinden la evaluación.

**TABLA 9.** ¿A usted le ascendieron el puesto de trabajo alguna vez?

Ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	1	10%
nunca	1	10%
a veces	8	80%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 9.** Distribución porcentual de indicadores



#### INTERPRETACIÓN

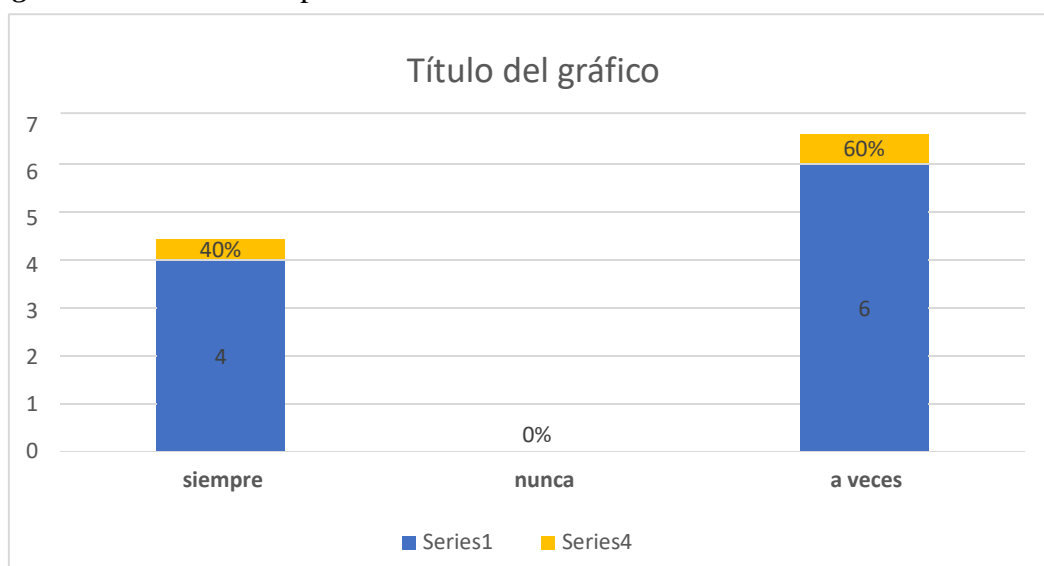
De acuerdo a la tabla y gráfico 9, de los 10 trabajadores encuestados el que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 10 % corresponde a 1 trabajadores, Que respondieron siempre le ascendieron el puesto de trabajo alguna vez, el 80 % corresponde a 8 trabajadores quienes respondieron a veces le ascendieron el puesto de trabajo, mientras el 10% que corresponde a 1 trabajadores nunca lo ascendieron el puesto de trabajo. En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés AvelinoCáceres a veces le ascienden el puesto de trabajo a sus personales.

**TABLA 10.**

¿Ustedes realizan cambio en productos de acuerdo a las marcas y logos?

ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	4	40%
nunca	0	0%
a veces	6	60%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 10.** Distribución porcentual de indicadores



### INTERPRETACIÓN

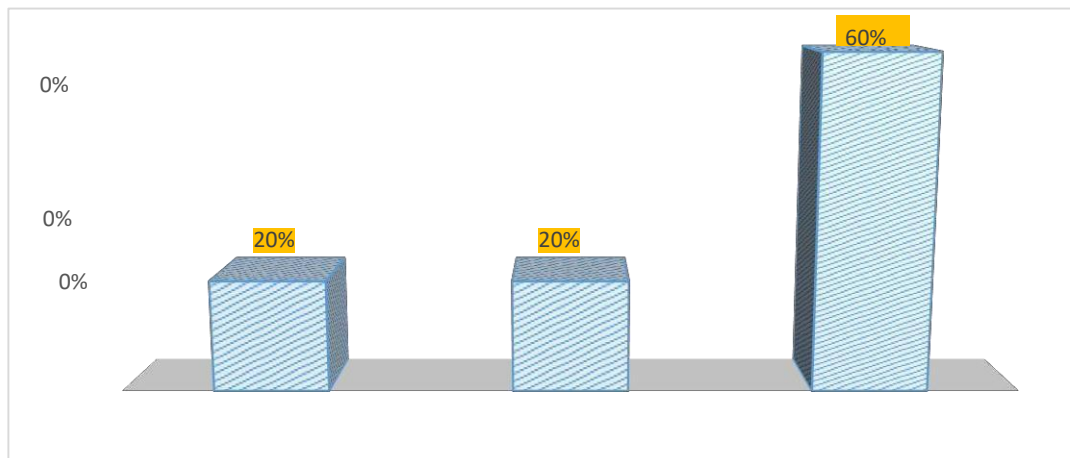
De acuerdo a la tabla y gráfico 10, de los 10 trabajadores encuestados que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvieron los siguientes: el 40% corresponde a 4 trabajadores, que respondieron siempre realizan cambio de producto de acuerdo a las marcas y logos, el 60% corresponde a 6 trabajadores quienes respondieron a veces realizan cambio de producto de acuerdo a las marcas y logos, mientras el 0% que corresponde a 0 trabajadores nunca realiza cambio de productos según las marcas y logos. En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres a veces realiza cambio en productos de acuerdo a las marcas y logos.

**TABLA 11.**

¿Ustedes realizan cambio general dentro del área del trabajo?

Ítems	frecuencia	porcentaje
siempre	2	20%
nunca	2	20%
a veces	6	60%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 11.** Distribución porcentual de indicadores



### INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla y gráfico 11, de los 10 trabajadores encuestados que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 20% corresponde a 2 trabajadores, que respondieron siempre realizan cambio general dentro del área del trabajo, el 60% corresponde a 6 trabajadores quienes respondieron a veces realizan cambio general dentro del área de trabajo, mientras el 20% que corresponde a 2 trabajadores nunca realizan cambio general dentro del área del trabajo.

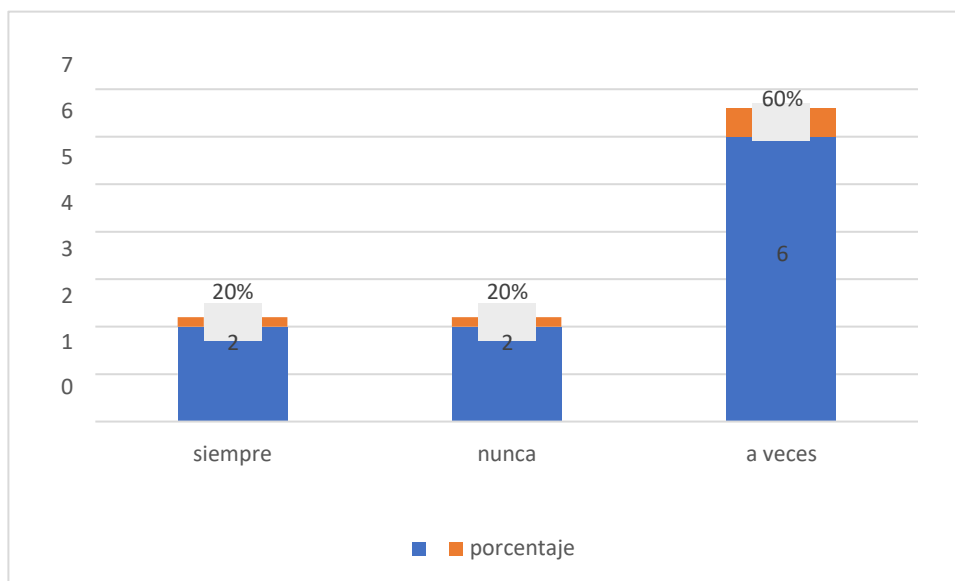
En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres a veces realiza cambio general dentro del área del trabajo.

**Tabla 12.**

¿Alguna vez realizaste cambio del orden en los productos?

Ítems	N° person	porcentaje
siempre	2	20%
nunca	2	20%
a veces	6	60%
<b>total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Figura 12.** Distribución porcentual de indicadores



#### INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla y gráfico 12, de los 10 trabajadores encuestados el que representan el 100% de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias, caso farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres, se obtuvo los siguientes: el 20% corresponde a 2 trabajadores, que respondieron siempre realiza cambio de orden de los productos, el 60% corresponde a 6 trabajadores quienes respondieron a veces realizan cambio de orden de los productos, mientras el 20% que corresponde a 2 trabajadores nunca realiza cambio de orden de los productos.

En conclusión, se puede mencionar que la farmacia Florquisfarma del distrito Andrés Avelino Cáceres a veces realiza cambio de orden del producto.



## 5.2 Análisis de resultados

En relación al Objetivo general: identificar las ventajas competitivas

Frente la aplicación de encuestas se logra conocer las ventajas competitivas en las micro y pequeñas empresas rubro boticas: caso Florquisfarma, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020. Dando como resultado de ventajas competitivas en la farmacia Florquisfarma es determinado por la innovación, talento humano y proceso de cambio.

En relación al Objetivo específico N.º 1: describir las características de innovación tecnológica. Según los resultados obtenidos de Tabla y Gráfico 1 frente a la innovación tecnológico en los micros y pequeñas empresas rubro boticas: caso Florquisfarma, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020. Se logró identificar las características de innovación. Dando como resultado que el 60% de los colaboradores siempre realizan la innovación por otro lado el 40% de los colaboradores a veces realiza la innovación. Por lo tanto, se obtiene que los colaboradores si realizan adecuadamente la innovación dentro de la farmacia. También se comprueba con los autores Tineo y Urbina (2020), El estudio evidenció conocimientos, habilidades y el uso de recursos que brindan oportunidades de innovar e incrementar la ventaja competitiva utilizando de manera adecuada la tecnología. Por otra parte, los resultados muestran que la innovación se encuentra asociado al I+D con aceptación de los empresarios. También se demuestra que el desempeño del capital humano y el capital intelectual influyen positivamente en la ventaja competitiva.

En relación al Objetivo específico N.º 2: identificar el talento humano

Según los resultados obtenidos de la tabla 2 y el gráfico 2 frente a la Motivación en los micros y pequeñas empresas rubro boticas: caso Florquisfarma, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020 se logró identificar el talento humano. Dando como resultado que

el 50% de los trabajadores señalaron que siempre demuestran sus habilidades y creatividad dentro de la organización por el otro lado el 50% señalan que a veces demuestran sus habilidades y creatividad. Por lo tanto, los personales necesitan más capacitaciones y equipos de trabajo adecuado y lograr las ventajas competitivas frente a sus competidores. Para lo cual se realiza cuadro comparativo con el autor Mallcco, (2017) Los resultados, han permitido concluir que efectivamente un sistema de gestión estratégica de talento humano influye significativamente en la competitividad comercial; igualmente, se ha demostrado que, los métodos tradicionales de trabajo inciden en la calidad del producto; y la adecuada organización de equipos de ventas contribuye considerablemente en las estrategias de negocios de las MYPES artesanas de cerámica del distrito de Quinua.

En relación Objetivo específico N.º 3: Analizar los procesos de cambio

Según a los resultados obtenidos de la tabla 3 y el grafico 3 frente al proceso de cambio en los micros y pequeñas empresas rubro boticas: caso Florquisfarma, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020 se logró Conocer proceso de cambio. Dando como resultado que el 20% de los colaboradores señalaron que siempre le plantearon nuevas formas de hacer negocio, por otro lado, el 80% a veces le plantean nuevas formas de hacer negocio y el 0% nunca lo plantearon nuevas formas de hacer negocio. Esto quiere decir que la mayoría de los trabajadores no plantean de nuevas formas de hacer negocio, siguen con producto de anteaño sin rediseño. Gonzáles, (2014) dentro del tesis “concluye que la competitividad hace que las micros y pequeñas empresas puedan expandir, rediseñar, y afianzar sus ofertas en relación a sus productos y servicios tomando como base que son conscientes de que el mundo de ahora es cambiante, donde uno tiene que estar siempre aprendiendo y desaprendiendo estrategia que deben ser evaluadas y planificada”.

## VI. CONCLUSIÓN

En este trabajo se Identificó las estrategias de ventajas competitivas en los micros y pequeñas empresas rubro farmacias: caso empresa Florquisfarma, distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020. Donde se concluyó de manera asertiva dentro de la organización demostrando calidad de productos ofertados, a través de los diferentes mecanismos de innovaciones, capacitación al talento humano y demostrando estrategias de la competitividad en todo momento, de esta manera posicionarse en el mercado local.

la empresa Florquisfarma concerniente a la innovación presenta nuevos productos de calidad realizando cambios oportunos, también haciendo mejoras en productos ya existentes de los mostradores y atendiendo en las bolsas biodegradables dando las boletas electrónicas y siempre brindando las orientaciones correctas para el consumo adecuado de los medicamentos.

la empresa farmacéutica Florquisfarma con respecto al talento humano, los resultados muestran que para acogerlos en la empresa realiza una selección del personal idóneo y especializado en el tema, y pocas veces brinda asesoría, capacitación de esta manera motiva al personal para la buena atención al cliente.

los procesos de cambio en la organización Florquisfarma, se identificaron de manera total en las áreas de trabajo, donde no se lleva de manera oportuna los cambios pertinentes y de esta manera satisfacen las necesidades de los clientes en dicha organización.

En conclusión, al que se llegó con esta investigación fueron las diferentes estrategias que desarrolla la empresa para fidelizar al cliente y captar nuevos clientes proponiendo la innovación, productos de calidad y el buen clima laboral.

## RECOMENDACIÓN

Durante la elaboración de este trabajo de investigación se planteó diferentes puntos de estrategias para implantación y adecuación de ventajas competitivas de esta manera se estableció las siguientes recomendaciones.

- a) Debería haber más compromiso de parte de los empresarios de innovar constantemente con equipos tecnológicos y también concerniente en los diseños de empaque y modificar la ubicación de los productos de acuerdo a la temporada.
- b) Utilizar el empaque o envoltura biodegradables con fácil descomposición para lograr una vida saludable y contribuir con el medio ambiente que tanto nos necesita.
- c) Con respecto al talento humano se debe dar una capacitación permanente y charlas de 5 minutos antes de realizar los trabajos del día. De esta forma lograr la motivación laboral y evitar la rotación del personal porque genera más gasto a la organización.
- d) Se recomienda a todos los emprendedores realizar una comunicación fluida con respecto al producto que ustedes ofrecen, hasta lograr la venta y fidelizar al cliente.
- e) Utilizar adecuadamente el marketing digital para llegar a más consumidores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ackerman. (2012).<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/10104/1020716876-2015.pdf?sequence=5>
- Aguero. (2010).<http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/8027/1/mhernandez.pdf>
- Arango.(2017).[http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/2981/TESIS%20AD162\\_Ara.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/2981/TESIS%20AD162_Ara.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- ASENCIO. (2019). *RESPONSABILIDAD SOCIAL*. Mendoza. Obtenido de [https://videlalrivero.bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/14311/battaglia-fce.pdf](https://videlalrivero.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/14311/battaglia-fce.pdf)
- ASENSIO, M. (2019). Obtenido de <file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/battaglia-fce.pdf>
- Avila, E. (2014). "*Las PYMES en México: desarrollo y competitividad*", en *Observatorio de la Econ.Latinoamericana*, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2014/cooperacion.htm>
- Ballina. (2015).<://www.scielo.org.mx/pdf/prode/v46n183/0301-7036-prode-46-183-00165.pdf>
- Benigno, L. (2017). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6759732>
- Buckley. (2000). Obtenido de <http://www.bibvirtual.ucb.edu.bo:8000/opac/Record/112390>
- Chiavenato. (2010). <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/8027/1/mhernandez.pdf>
- Cohen. (2010). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28010209.pdf>
- Ganoa.(2015).[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13890/COMPETITIVIDAD\\_CALIDAD\\_FERNANDEZ\\_RAMOS\\_MARIA\\_ENELIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13890/COMPETITIVIDAD_CALIDAD_FERNANDEZ_RAMOS_MARIA_ENELIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- GONZALES. (2010). Obtenido de <http://www.careenperu.com/wp-content/uploads/2015/06/La-experiencia-de-constitucion-del-Centro-Competitividad-Ayacucho.pdf>
- GONZALES. (2014). Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/3127>

GONZALES.(2014).[http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1117/gonzales\\_lj.pdf?sequence=1](http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1117/gonzales_lj.pdf?sequence=1)

GONZALES.(2018).[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8130/GESTION\\_SELECCION\\_GONZALES\\_BOBADILLA\\_STEFFANY\\_THALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8130/GESTION_SELECCION_GONZALES_BOBADILLA_STEFFANY_THALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

GUERRERO. (2019). *caracterizacion de la competitividad en las MYPES del sector industria panificadora* . Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8286>

Gutti.(2018).[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23213/Gutti\\_CJJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23213/Gutti_CJJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hellriegel. (2017). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44043204005.pdf>

Huaschildtla. (2015). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>

Ibarra. (2017).<http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>

Jauregui. (2004). Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Celada-Jorge.pdf>

kotler, p. (2015). Obtenido de <https://www.monografias.com/docs/Estrategia-De-Mezcla-De-Producto-Philip-Kotler-PKMNQ5TPJ8UNZ>

Lopez.(2009).[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6099/COMPETITIVIDAD ESTRATEGIAS\\_SALINAS\\_MORALES\\_MAGNO\\_EULOGIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6099/COMPETITIVIDAD ESTRATEGIAS_SALINAS_MORALES_MAGNO_EULOGIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mallcco.(2017).[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4783/COMPETITIVIDAD\\_COMERCIAL\\_TALENTO\\_HUMANO\\_MALLCCO\\_GARCIA\\_ABEL\\_FELIX.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4783/COMPETITIVIDAD_COMERCIAL_TALENTO_HUMANO_MALLCCO_GARCIA_ABEL_FELIX.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Martinez,E.(2015).[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13890/COMPETITIVIDAD\\_CALIDAD\\_FERNANDEZ\\_RAMOS\\_MARIA\\_ENELIDA.pdf?sequence=](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13890/COMPETITIVIDAD_CALIDAD_FERNANDEZ_RAMOS_MARIA_ENELIDA.pdf?sequence=)

1&isAllowed=yhttp://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13890/CO  
MPETITIVIDAD\_CALIDAD\_FERNANDEZ\_RAMOS\_MAR

Mora.(2016).http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1712/MAESTRO%20-%20Rojas%20Reyes%2C%20Ruth%20Rosario.pdf?sequence=1&isAllowed=y

NARANJO. (2016). *Implementación de marketing relacional para la fidelización de los clientes de la Aseguradora Hispana de Seguros*. Ecuador.

Odón, A. (2012). *El proyecto de investigación* . Caracas.

Perez, G. &. (2012). Obtenido de <https://definicion.de/variable/>

Porter. (1989). Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5450/TFG-N.10.pdf;jsessionid=BC72B67185EA1DEC2005AFA360EB666B?sequence=1>

Porter. (1990). Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5450/TFG-N.10.pdf;jsessionid=BC72B67185EA1DEC2005AFA360EB666B?sequence=1>

Porter.(2002).<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=wV4JDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=ventaja+competitiva+concepto+porter&ots=mwxwh5W28B&sig=ZdC0ME1nXd5MoxT18sknSAo8#v=onepage&q=ventaja%20competitiva%20concepto%20porter&f=false>

Porter.(2003).http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5555/COMPETENCIA\_GERENCIAL\_POSICIONAMIENTO\_SOSTENIBLE\_NORIEGA\_VEGA\_DENISSE\_PAMELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Porter.(2008)http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6099/COMPETITIVIDAD ESTRATEGIAS\_SALINAS\_MORALES\_MAGNO\_EULOGIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Porter.(2010).http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2781/CAJAVILCA%20LAGOS%20%20WILDER%20%20OSWALDO-DOCTORADO.pdf?sequence=1&isAllow

Salinas.(2018).[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6099/COMPETITIVIDAD\\_ESTRATEGIAS\\_SALINAS\\_MORALES\\_MAGNO\\_EULOGIO.pdf?sequence=](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6099/COMPETITIVIDAD_ESTRATEGIAS_SALINAS_MORALES_MAGNO_EULOGIO.pdf?sequence=)

Shuttleworth. (2019). Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>

Torreblanca. (2017).<https://franciscotorreblanca.es/como-definir-la-ventaja-competitiva/>

urbina, t. y. (2020). *la innovacion como ventaja competitiva en las MYPES*. Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3387/Aime%20Tineo\\_Solange%20Urbina\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3387/Aime%20Tineo_Solange%20Urbina_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valenzuela.(2017).[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4966/COMPETITIVIDAD\\_PROCESO\\_DE\\_PRODUCCION\\_VALENZUELA\\_BELLIDO\\_SONIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4966/COMPETITIVIDAD_PROCESO_DE_PRODUCCION_VALENZUELA_BELLIDO_SONIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vargas. (2009). *LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA CIENTÍFICA*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Vecinos. (2016).<http://ojs.revistanegotium.org.ve/index.php/negotium/article/viewFile/65/57>

Vergara. (2012). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744530012.pdf>

Vergara.(2015).[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6099/COMPETITIVIDAD\\_ESTRATEGIAS\\_SALINAS\\_MORALES\\_MAGNO\\_EULOGIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6099/COMPETITIVIDAD_ESTRATEGIAS_SALINAS_MORALES_MAGNO_EULOGIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Walker, E. y. (2005). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercado-definicion-concepto.htm>

ZAVALA. (2015). *caracterizacion del financiamiento, competitividad y formalizacion de las MYPES*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/6099>



# ANEXOS

ANEXO 1 Consentimiento informado

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**

**Investigador Principal del Proyecto:** Raúl YANASUPO LAPA.

Estimada participante, El presente estudio tiene el objetivo de determinar la calidad de servicio en las Micro y Pequeñas Empresas rubro farmacias: Caso farmacia FLORQUIS, distrito Andrés Avelino Cáceres, desde el mes de setiembre a diciembre del 2020.

La presente investigación informará a cerca de los factores que determinan las ventajas competitivas en la farmacia FLORQUIS, la misma que será posible realizar a través de la aplicación de un cuestionario o encuesta a sus principales trabajadores, quienes responderán de manera anónima.

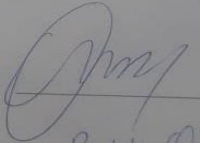
La información obtenida de la encuesta aplicada será de carácter confidencial, y sólo el investigador y el Comité de Ética tendrán acceso a dicha información, así mismo, los datos de su persona y el de los participantes de la encuesta no serán utilizados en el informe. En caso desista del presente, es libre de retirarse del estudio en cualquier momento y no se tratará de forma distinta ni habrá prejuicio alguno.

En caso tenga dudas sobre el estudio, puede comunicarse con la investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - filial Ayacucho, Raúl YANASUPO LAPA celular N° 900908356, al correo [raulyala100@gmail.com](mailto:raulyala100@gmail.com) o [3111171402@uladech.pe](mailto:3111171402@uladech.pe).

En caso tenga dudas sobre sus derechos como empresa participante en el estudio de investigación puede comunicarse con el Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cel +51043 327933.

**Obtención del Consentimiento Informado:** Me ha sido leído el procedimiento de este estudio y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. Así mismo la investigadora ha absuelto mis dudas. Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio:

Nombres y apellidos



Prabli Quispe Rojas

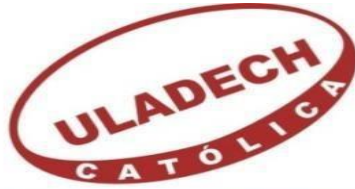
Firma del participante  
PRABLI QUISPE ROJAS



Firma del encuestador  
RAUL YANSUPO LAPA

Fecha: 25/ 10/ 2020

**ANEXO 2 solicitud**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FILIAL AYACUCHO**

**"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"**

Ayacucho, 10 de mayo del 2021

**SEÑOR(A):**

**Administrador de la empresa farmacia florquisfarma**

**ASUNTO: solicita autorización para realizar trabajo de investigación.**

Es grato dirigirme a usted para saludarla a nombre de la universidad católica los ángeles de Chimbote filial Ayacucho y del mío propio, al mismo tiempo solicitar su autorización a fin de recopilar la información para el trabajo de investigación, **VENTAJAS COMPETITIVAS EN LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO FARMACIAS**, realizado por el estudiante de la escuela profesional de administración **RAUL YANASUPO LAPA**.

Agradeciendo por anticipado la atención para el presente, es oportunidad para reiterarle las muestras de mi mayor consideración y estima personal

Atentamente

**Raúl YANASUPO LAPA**

**Firma Y Nombre administrador**

### ANEXO 3 instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION ENCUESTA PARA LOS TRABAJADORES

El presente cuestionario es anónimo, con la finalidad de recoger informaciones necesarias de la micro empresa para desarrollar el trabajo de investigación que titula “ventajas competitivas en la micro y pequeñas empresas rubro farmacias: caso FLORQUIS FARMA, Distrito Andrés Avelino Cáceres, Ayacucho, 2020.

POR LO EXPUESTO, agradezco anticipadamente su gentil participación brindando información de las siguientes preguntas mencionadas.

INSTRUCCIONES: La siguiente encuesta consta de 12 preguntas referente al tema de ventajas competitivas y sus características aplicado en el personal, para lo cual existen dos alternativas para cada pregunta de **SI/NO** la cual usted deberá marcar según su criterio personal.

°	ITEMS	VALORACIÓN		
		siempre	a veces	nunca
	¿Usted realiza modificación de elementos o artículos con fin de mejorar dentro de empresa?			
	¿Se siente satisfecho con su equipo de trabajo?			
	¿Usted realiza proceso de cambio dentro de la organización?			
	¿Usted realiza cambio de los productos de acuerdo a la temporada?			
	¿Ustedes venden productos novedosos dentro de la empresa?			
	¿Usted ofrece productos de calidad en el mercado actual?			

	¿Ustedes reciben capacitación en el puesto de trabajo?			
	¿Usted y su compañero rindieron la evaluación de acuerdo a las normas establecidas?			
	¿a usted le ascendieron el puesto de trabajo alguna vez?			
0	¿Ustedes realizan cambio de productos de acuerdo a las marcas y logos?			
1	¿Ustedes realizan cambio general dentro del área del trabajo?			
2	¿Alguna vez realizaste cambio del orden en los productos?			

**ANEXO 4 constancia de validación**

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Hieral Brayam Díaz Martínez.....  
identificado con el número de DNI N° 7.0037.532....., licenciado en  
...Administración.....  
con CARNET DE COLEGIO N° 26512.....he revisado el proyecto de Taller  
de investigación Denominado “VENTAJA COMPETITIVA EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO FARMACIAS: CASO EMPRESA  
FLORQUISFARMA, DISTRITO ANDRES AVELINO CACERES,  
AYACUCHO, 2020. Que desarrolla el bachiller de Administración YANASUPO  
LAPA, Raúl, con DNI N° 42239643, para obtener el título de licenciatura.

Tras evaluar los instrumentos de recolección de datos (Encuestas). Con la finalidad de  
optimizar los resultados, valido el instrumento presentado por la tesista puesto que reúnen  
las condiciones para que la información que se obtenga se ajuste a la realidad.

Ayacucho, ...09...de noviembre del 2020

  
.....  
Lic. Adm. Hieral Brayam Díaz Martínez  
CLAD - 26512

**FORMATO DE VALIDACIÓN POR LOS EXPERTOS**

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**TÍTULO:**

VENTAJA COMPETITIVA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL  
RUBRO FARMACIAS: CASO EMPRESA FLORQUISFARMA, DISTRITO  
ANDRES AVELINO CACERES, AYACUCHO, 2020.

**ESCALA DE VALORACION**

siempre	Casi nunca	Algunas veces	nunca
1	2	3	4

**AUTOR:**

YANASUPO LAPA, Raúl

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS**

Orden	Preguntas	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso adyacente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?			
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
10E	<b>VARIABLE DE ESTUDIO:</b> ventaja competitiva <b>DIMENSIONES:</b> -Innovación - talento humano - proceso de cambio										
1	¿Usted realiza la innovación tecnológica dentro de la empresa?	X			X	X					X
2	¿Se siente satisfecho con su equipo de trabajo?	X			X	X					X

  
 Lic. Adm. Héber Bolyam Díaz Martínez  
 CLAD - 26512