



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD EN  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
COMERCIO – RUBRO VENTA DE MATERIALES DE  
CONSTRUCCIÓN, JIRÓN MANUEL RUIZ, DISTRITO  
DE CHIMBOTE, 2015

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

Br. LLANOS REYES YSABEL MARIA

**ASESOR:**

Dr. CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARÍAS

**CHIMBOTE - PERU**

**2018**

**JURADO EVALUADOR**

Dr. JOSE GERMAN SALINAS GAMBOA

**Presidente**

Mgtr. MIGUEL ANGEL LIMO VASQUEZ

**Miembro**

Mgtr. YULY YOLANDA MORILLO CAMPOS

**Miembro**

## AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios y a mis abuelos que por sus consejos constantes me permití estar firme en el camino de la vida, la cual siempre habían barreras y estaban ellos, para no dejarme caer, alentándome a continuar e incentivándome al logro de mis objetivos personales.

A mis docentes, ya que cada uno de ellos contribuyó de manera personal a mi logro académico, a través de sus enseñanzas y dedicación, para que aprendamos lo correcto, inculcándonos a través de principios y valores éticos, que en el día a día se ven reflejados en nuestras acciones.

*La autora.*

## DEDICATORIA

A Dios, porque él me dio la fuerza necesaria  
para poder alcanzar una de mis metas  
profesionales, a pesar de los obstáculos  
en el camino, dándome la salud y  
las fuerzas, para que ahora sea una realidad.

A mis abuelos, quienes me apoyaron emocionalmente,  
brindándome sus consejos y con ello los principios  
y valores necesarios, que me han permitido no decaer,  
ni rendirme en este tramo, tan batallador, que sé,  
que les llena de orgullo, tal como lo quisieron.

## RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo determinar las principales características de la competitividad en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro Venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel Descriptivo, diseño No experimental/transversal, se utilizó una población muestral de 8 MYPES a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 15 preguntas cerradas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 87.5% tienen en promedio entre 18 a 30 años de edad, El 87.5% son de género masculino, El 50.0% tiene grado de instrucción universitaria, El 62.5% desempeña el cargo de Administrador, El 87.5% desempeña de 7 a más años el cargo de Administrador, El 87.5% de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 a más años en el mercado, El 87.5% de las MYPES manifestó que se crearon para generar ganancias, así mismo El 87.5% de las micro y pequeñas empresas cuenta con 1 a 5 trabajadores, El 87.5% de las micro y pequeñas empresas si es competitiva, El 62.5% de las micro y pequeñas empresas manifestó ser competitiva a través de la atención al cliente, el 100% de las micro y pequeñas empresas conocen a sus principales competidores, El 75.0% manifestó no contar con un Plan Estratégico, el 87.5% manifestó haber mejorado la infraestructura de su empresa, El 87.5% de las MYPES considera que ser competitivo incrementa las ganancias de las mismas, El 75.0% de las micro y pequeñas empresas cree que utilizar la rotación de personal no mejora la competitividad.

**Palabras clave:** Competitividad, MYPES, Representantes.

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to determine the main characteristics of competitiveness in the Micro and small companies of the trade-sector sector. Sale of construction materials, Jirón Manuel Ruiz, Chimbote District, 2015. The research was quantitative type, Descriptive level, design No experimental / cross-sectional, a sample population of 8 MYPES was used, to whom a structured questionnaire of 15 closed questions was applied through the survey technique obtaining the following results: 87.5% have on average between 18 and 30 years of age , 87.5% are male, 50.0% have a university degree, 62.5% hold the position of Administrator, 87.5% hold office for 7 years or more, 87.5% of micro and small companies has 7 to more years in the market, 87.5% of the MYPES said that they were created to generate profits, likewise 87.5% of micro and small s companies have 1 to 5 workers, 87.5% of micro and small companies if competitive, 62.5% of micro and small enterprises said to be competitive through customer service, 100% of micro and small companies know their main competitors, 75.0% said they do not have a Strategic Plan, 87.5% said they have improved their company's infrastructure, 87.5% of the MSMEs consider that being competitive increases their profits, 75.0% of micro and small businesses believes that using staff turnover does not improve competitiveness.

**Keywords:** Competitiveness, MYPES, Representatives.

## CONTENIDO

1. Título de la Tesis.....	i
2. Hoja de firma de jurado y asesor .....	ii
3. Agradecimiento y/o dedicatoria .....	iii
4. Resumen y Abstract.....	v
5. Contenido.....	vii
6. Índice de tablas y figuras.....	viii
I.    Introducción.....	01
II.   Revisión de Literatura.....	07
2.1. Antecedentes.....	07
2.2. Bases Teóricas.....	11
2.3. Marco Conceptual.....	22
III.  Hipótesis.....	25
IV.  Metodología.....	26
4.1. Diseño de la investigación.....	26
4.2. Población y muestra.....	26
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	27
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
4.5. Plan de Análisis .....	28
4.6. Matriz de consistencia.....	29
4.7. Principios éticos.....	30
V.   Resultados.....	31
5.1. Resultados.....	31
5.2. Análisis de resultados.....	33
VI.  Conclusiones y Recomendaciones.....	41
Conclusiones.....	41
Recomendaciones.....	42
Referencias Bibliográficas.....	43
Anexos.....	48

## **INDICE DE TABLAS Y FIGURAS**

### **TABLAS**

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector Comercio- Rubro Venta de Materiales de Construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.....	31
Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del Sector Comercio - Rubro Venta de Materiales de Construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.....	32
Tabla 3. Características de la Competitividad en las Micro y pequeñas empresas del Sector Comercio- Rubro Venta de Materiales de Construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.....	33

### **FIGURAS (Anexos)**

Figura N° 1: Edad del representante de la Micro y pequeña empresa.....	56
Figura N° 2: Genero del representante de la Micro y pequeña empresa.....	56
Figura N° 3: Grado de instrucción del representante de la MYPE.....	57
Figura N° 4: Cargo que desempeña en la Micro y pequeña empresa .....	57
Figura N° 5: Tiempo en el cargo que desempeña en la Micro y pequeña empresa..	58
Figura N° 6: Años de permanencia de La MYPE en el rubro.....	58
Figura N° 7: Objetivo de creación de la Micro y pequeña empresa.....	59
Figura N° 8: Cantidad de trabajadores en Las MYPES.....	59
Figura N° 9: Considera que la microempresa es competitiva.....	60
Figura N° 10: Forma competitiva de la microempresa .....	60
Figura N° 11: Conoce a los competidores de Las MYPES.....	61
Figura N° 12: La microempresa cuenta con un Plan Estratégico.....	61
Figura N° 13: La microempresa ha mejorado su infraestructura.....	62
Figura N° 14: La competitividad incrementa las ganancias de Las MYPES.....	62
Figura N° 15: La rotación de personal mejora la competitividad.....	63

## I. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, las micro y pequeñas empresas (MYPES), empezaron a surgir aceleradamente, surgieron por la falta de puestos de trabajo que no satisface el Estado, se formaron fundamentalmente por motivos de subsistencia familiar, ya que estas personas guiadas por esa necesidad, tratan de ver la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, llegando a ser de vital importancia para la economía de nuestro país.

De tal modo Las micro y pequeñas empresas plantean nuevos retos entre los países, permitiendo el crecimiento exportador, la promoción de empleo, la incorporación de nuevos modelos de negocios que erradiquen a los tradicionales, mejorar la competitividad y lo que necesita el país para desarrollarse, a través de tasas de crecimiento económico, que contribuyen al aumento de la productividad agregada de una economía.

En Europa, para que Las MYPES sean más competitivas, necesitan poder crecer, y hoy en día eso sólo es posible a través de la promoción de la innovación, como motor de la competitividad europea que a la vez es un gran lastre que debe ser reducido, ya que el entramado empresarial europeo, y en especial el español, reside en la pequeña y mediana empresa, por lo que su desarrollo repercute en el éxito de todos. **Zoltai, (2014).**

En el aspecto Internacional, el factor primordial que permite el crecimiento de las MYPES europeas es el desarrollo de innovación lo que les permitirá ser más competentes, generar ideas dentro del mercado y el emprendimiento, aprendiendo a simplificar los procesos administrativos haciendo un análisis de la situación donde se pueda reducir las falencias y mejorar, manteniendo una posición visionaria en los diferentes sectores de las diferentes micro y pequeñas empresas, que forman parte del crecimiento económico.

En México, las micro y pequeñas empresas cumplen un papel muy importante en la economía nacional, el desarrollo de las mismas es crucial para el desarrollo económico y para mejorar la calidad de vida de las personas mediante la generación de empleos, además aporta cambios importantes para la competitividad a nivel nacional e internacional. **Rubio, (2013).**

Las MYPES mexicanas ocupan un rol importante en la población empresarial, lo que genera un arduo crecimiento económico nacional, abriendo campo a la interacción y lograr desarrollar negociaciones óptimas en los procesos administrativos, que serán de beneficio para la microempresa y la sociedad, lo que hoy en día se cataloga como valor agregado es la herramienta que compite ante el mercado tan globalizado.

En América Latina, el objetivo es estimular a Las MYPES a superar la brecha de productividad, mejorar su competitividad e internacionalizarse; puesto que se deben superar deficiencias de productividad y barreras competitivas que los propios empresarios se generan; a través de la incorporación de innovaciones y conocimiento sus productos, así como impulsar mejoras en la gestión. **CEPAL, (2013).**

Dentro de América Latina, se especifica que para hacer empresas competentes, deben ser productivas en primera instancia, logrando convertirse en empresas globalizadas, evitando los defectos que trae consigo la productividad y que en la mayoría de los casos los empresarios desconocen sobre cómo manejarlo generándose incertidumbre, para ello es de suma importancia capacitarse constantemente y estar a la vanguardia de productos innovadores que atraigan la atención de los clientes que hoy en día se han convertido en modernos exigentes.

El logro de la mayor competitividad en Las MYPES de América Latina; no es el fin en sí mismo para la política económica o para la estrategia a nivel empresarial., es conseguir y estructurar un medio estratégico para lograr mejoras en el bienestar de la población y de sus grupos de interés a nivel de las empresas. **Penfold, (2009).**

Cabe señalar también, que para América Latina; lograr ser competitivo es más que establecer normas y leyes que indiquen seguir estándares de calidad para obtener ganancias; es conseguir las estrategias necesarias que generen beneficios de calidad

en todos los ámbitos que propicien el crecimiento dentro de un país, como lo son la educación, mercado de trabajo, potencial económico, infraestructura y la participación dentro del mercado; recalcando así también que las empresas son quienes más actividades empresariales desarrollan en la sociedad, para satisfacer necesidades de clientes, colaboradores y del país.

En Perú, hoy en día todos los ejecutivos requieren de contar con una formación gerencial debido a que los escenarios de los negocios son más competitivos y exigentes, por ello las empresas, independientemente de su tamaño no solo deben buscar hacer bien las cosas sino hacerlo mejor que otros y eso implica una búsqueda permanente de mejoramiento. **Bustamante, (2014).**

A nivel nacional, se menciona que es necesario y casi obligatorio contar con estudios superiores en formación gerencial o administrativo, a causa de los negocios tan exigentes y diferenciados que hoy en día se han implantado, llegando a desarrollar las habilidades necesarias e innovando mejor que los competidores, es por ello que se necesita de un planeamiento estratégico, que permita el apalancamiento de la competitividad como factor necesario de mejoramiento y aprovechamiento del entorno.

Apenas el 20% de Las MYPES peruanas obtienen ganancias de sus negocios gracias a que son competentes y que aportan entre el 40 y el 45% del PBI, emplean casi el 60% de la PEA y llegan a cerca de los 4 millones de unidades productivas, pero sólo el 20% de ellas tienen índices de acumulación, y más del 60% de ellas muere durante los dos primeros años de vida debido a la falta de Competitividad. **COFIDE, (2014).**

Tan solo el 20% de la totalidad de las micro y pequeñas empresas peruanas, obtienen resultados de ganancias de sus negocios, logrando aportar gracias a ello, entre el 40% y el 45% estimado del PBI, conformando entre todas un 60% de la población económicamente activa, pero que lamentablemente mantienen un índice de baja participación de mercado, logrando llegar a fallecer organizacionalmente luego de los dos primeros años de creación, es por ello que la competitividad y sus estudios profesionales ayudaran a tener otro enfoque de la empresa ayudando a contrarrestar

falencias obteniendo mejores resultados en cuanto a costos, producción y comercialización.

En el Perú, la competitividad para estas unidades productivas (MYPES) tiene en el comercio electrónico a un gran aliado no solo para incursionar en el mercado internacional, sino también para ampliar su presencia en la plaza local, debemos destacar que entre los sectores que hacen un mayor uso de esta herramienta destacan las confecciones textiles, artesanías, joyería en plata, frutas y verduras, alimentos y bebidas envasadas. En este sentido, el 68% de las MYPES formales que se desarrollan en el sector comercio tiene condiciones para desarrollar el comercio electrónico. **Ochoa, (2013).**

También es cierto que para Las MYPES dentro del Perú, no solo sean competitivas, es necesario mantenerse a la vanguardia de la tecnología y las telecomunicaciones, puesto que esto permitirá abrir las puertas a otras dimensiones empresariales logrando expandir el posicionamiento de la empresa; internacionalizándose; incrementando las oportunidades de mejora y crecimiento, permitiendo ofrecer nuevos productos a nuevos clientes, según el estudio y análisis necesarios que requiera la situación, a través del uso del comercio virtual.

La participación de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) Peruanas, ante la reciente apertura comercial, concretamente el Tratado de Libre Comercio (TLC), es casi nula, por tratarse de empresas que no son competitivas y que enfrentan muchos obstáculos para su desarrollo tales como: problemas de acceso a los mercados, barreras tecnológicas y dificultades para obtener recursos de crédito del sector financiero. **Choy, (2010).**

Si bien es cierto, para que las pequeñas empresas en el Perú se conviertan en empresas más competentes, no solo basta el vender y conocer el rubro, también depende de cómo puedan abrirse a nuevos negocios; mencionamos expansión de mercado; estos nuevos negocios permitirán conocer nuevos mercados con diferentes nichos de consumidores en donde sus necesidades son diferentes y que requieran de nuevos productos o servicios ampliando la perspectiva de desarrollo negocio, logrando competir con otras empresas.

La Región Ancash es una región con gran potencial que explotar, pero de manera ordenada, con un enfoque de Territorialidad que coadyuve a la competitividad de los agentes económicos en este espacio; El Estado brinda las condiciones necesarias para que el sector privado (pequeños productores, comunidades campesinas, MYPES y gremios empresariales), puedan desarrollarse: Generar un Clima de Negocios y de Inversiones favorable. **Sotomayor, (2012).**

Sin embargo, en la Región Ancash, observamos que es una población con gran potencial de mercado el cual tiene oportunidades de crecimiento, gracias a las familias que despiertan el interés por generar ingresos y a las empresas que hoy en día apostaron por los recursos que ha desarrollo Ancash; analizando que el Estado cumple un rol importante de abrir las puertas apoyando a los negocios pequeños, invirtiendo y apostando por los recursos que explota nuestra región.

Por otra parte, en la ciudad de Chimbote hay un crecimiento rápido y arduo de Las MYPES en el sector, comercio, servicio, etc., y existen varios establecimientos de negocios dedicadas a vender materiales de construcción, pero la falta de competitividad les impedirá desarrollarse en las múltiples actividades del mercado, generando en ellas estancamiento; se desconoce el nivel de competitividad de dichas MYPES; por todo ello, entre otros aspectos, el enunciado del problema de investigación es el siguiente:¿Cuáles son las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.

Para poder alcanzar el objetivo general se plantea los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.

Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.

Determinar las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.

### **Justificación de la investigación**

Se justifica porque permitirá conocer las principales características de la competitividad de Las MYPES del sector comercio - rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015. Ya que se hallan escasos estudios competitivos sobre estas unidades de negocios; por ello es importante iniciar una investigación, para luego explicar la variable en estudio de las MYPES.

También el presente trabajo de investigación se justifica porque permitirá conocer los principales aspectos de la competitividad que aplican Las MYPES, para un óptimo crecimiento, del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, del Distrito de Chimbote, año 2015.

Por lo tanto se justifica porque permitirá a los gerentes aplicar la competitividad en su microempresa, para ser cada vez más competitivos en el mercado y para aquellos emprendedores que desean iniciarse en el mundo empresarial que se diferencien de las demás empresas, haciendo que su negocio crezca, promoviendo el desarrollo de las MYPES.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

**Valderrama (2014).** En su estudio de investigación titulado: Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014. El cual tuvo el siguiente objetivo: Describir las principales características de gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito El porvenir, año 2014, Llegó a los siguientes resultados: El 90% de sus representantes son del sexo femenino. El 50% de los representantes de las MYPES tienen la edad entre 50 y 60 años en el sexo femenino. El 53.3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios. El 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años. El 66.7% de estas microempresas tienen más demanda en calzado para damas. El 66.7% de las microempresas se consideran competitivas. El 66.6% se diferencian de su competencia por sus precios y por la calidad de su calzado. Solo el 60% de las MYPES se dan a conocer mediante afiches. Valderrama en su estudio obtuvo los siguientes resultados y concluyó que según las encuestas el 33.3% de las Mypes no se consideran competitivas por la falta de maquinaria importada y escasas de materia prima, representando un punto de baja competitividad ya que al no contar con materia prima oportuna y maquinaria que requieren ciertos zapatos la producción de los lotes de calzado se verá afectada por lo tanto en la rentabilidad de la microempresa también.

**Valdeiglesia (2014).** En su estudio de investigación titulado: La caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPES del sector comercio-rubro venta de calzado del distrito del porvenir, año 2014. El cual tuvo como objetivo: Describir las principales características del financiamiento y la competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro venta de calzado del distrito El Porvenir, año 2014. Llegando a los siguientes resultados: El 53 % de representantes manifestaron tener 41 años de edad a más. El 73 % de los encuestados son de sexo Masculino. El 40 % manifestaron haber culminado estudios secundarios. El 80% de ellos manifestaron tener buen trato y/o negociación con sus proveedores. El 80% de los encuestados manifestaron tener

un buen grado de negociación y fidelización con sus clientes. Solo el 53 % considera a su competencia alta. El 47 % de ellos manifestaron que el precio es el aspecto que más influye en el nivel de competitividad de su empresa. El 60% de los encuestados manifestaron que la amenaza de productos sustitutos (productos importados) es alta. El 80 % de ellos manifestaron que el uso de tecnología en sus procesos es media. Se concluyó que, los representantes de las MYPES del distrito El Porvenir tienen un buen trato con sus proveedores y un buen nivel de fidelización con sus clientes, lo que genera un buen grado de negociación tanto como con sus clientes como con sus proveedores, además se enfrentan a un alto nivel de competencia, para ello en el aspecto que más deben tener en cuenta es el precio y seguido por la calidad del producto para contrarrestar la alta amenaza de productos importados a bajo costo, con la finalidad de incrementar sus ingresos y así ir equipándose de maquinaria tecnológica para sus procesos productivos.

**Farromeque (2013).** En su estudio de investigación titulado: La caracterización del financiamiento y la competitividad en las MYPES del sector comercio – rubro venta de autopartes para vehículos motorizados del Distrito de Chimbote, año 2013. Tuvo como objetivo: Describir las principales características del financiamiento y competitividad de las MYPES del sector comercio rubro venta de autopartes para vehículos motorizados del distrito de Chimbote, año 2013. El cual llegó a los siguientes resultados: Respecto a los representantes: El 45% tiene edades que fluctúan entre los 46 años a más. El mayor número de encuestados de las MYPES son del sexo masculino con el 80%. El 75% de los encuestados posee educación superior. El 80% son propietarios. El 60 % de los encuestados se encuentran desempeñando su cargo entre los 6 a 10 años. El 85% de las MYPES de venta de autopartes automotrices se encuentran en estado formal. El 75% de trabajadores de las MYPES son permanentes. El 85% de los encuestados formaron la empresa para obtener ganancia. El 70% mejoro el proceso de compra y venta. Solo el 90% MYPES encuestadas se preocuparon en mejorar la atención al cliente. El 100% de las MYPES encuestadas se preocuparon por mejorar la calidad de su producto. El 75% de trabajadores de las MYPES se preocupan por mejorar el servicio. El 60% de las MYPES tienen sus precios cómodos es por eso que adquieren sus productos. El 60% de las MYPES encuestadas dan un valor agregado de garantía a su producto. Se concluyó que, la mayoría de las MYPES del

rubro ventas de autopartes para vehículos motorizados del Distrito de Chimbote mejoró el proceso de compras, la atención al cliente, la calidad del producto dando garantía y precios accesibles brindando un mejor servicio.

**Regalado (2012-2013).** En su estudio de investigación titulado: La caracterización de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de combustibles del distrito de Santa periodo 2012-2013. El cual tuvo como objetivo: Determinar las principales características la formalización y la competitividad de las MYPES del sector comercio - rubro venta de combustibles del distrito de Santa, periodo 2012-2013. Llegó a los siguientes resultados: El 67% de empresarios encuestados del rubro compra y venta de combustibles del distrito de santa manifiestan tener de 41 años años de edad. El 67% de empresarios manifiestan ser casados. El 100% de empresarios encuestados manifiestan ser universitarios. El 67% de empresarios encuestados manifiestan ser administradores. El 100% de MYPES encuestadas tienen 3 – a más años en la actividad y el rubro. El 100% de MYPES encuestadas se encuentran formalizadas. El 100% de MYPES encuestadas tienen de 6 a más trabajadores. El 100% de empresarios encuestados manifestaron tener conocimiento del término competitividad. El 67% de empresarios encuestados manifestaron que uno de los factores que determinan la competitividad de la empresa es la calidad en el servicio. El 100% de empresarios encuestados están de acuerdo que es estado debe promover la competitividad de las empresas. El 100% de empresarios encuestados del rubro compra y venta de combustibles del distrito de santa, están de acuerdo que la implementación de nuevas tecnologías contribuye a la competitividad de las empresas. Se concluyó en su análisis que, las principales características son, la totalidad de los empresarios encuestados del rubro compra y venta de combustibles del distrito de santa, tienen conocimiento del término competitividad, la mayoría tienen como factor de la competitividad la calidad en el servicio, la totalidad están de acuerdo que estado debe promover la competitividad de Las MYPES, consideran que la implementación de nuevas tecnologías contribuye a la competitividad de Las MYPES.

**Coello (2011).** En su estudio de investigación titulado: La caracterización de la competitividad y la rentabilidad en Las MYPES del sector comercio – rubro ferretero de la ciudad de nuevo Chimbote, año 2011. Tuvo el siguiente objetivo: Determinar las

características de la competitividad y la rentabilidad de Las MYPES del sector comercio rubro ferretero del distrito de Nuevo Chimbote, durante el año 2011, y llegó a los siguientes resultados: El 55% la edad oscila entre 35 – 44 años. El 82% son de sexo masculino. El 45% de los encuestados son convivientes. El 45% de ellos tienen grado de instrucción Superior Universitaria. El 91% de Las MYPES de este sector comercial están constituidas formalmente. El 55 % de Las MYPES cuentan con personal permanente. Solo el 82% se formó para obtener ganancias. El 82% conoce el término de Competitividad. El 82% afirma que su empresa es competitiva en el sector ferretero. El 46% es competitivo en precios. El 82% no ejecuto investigaciones respecto a cómo tener mayor participación en el mercado, el 55% de empresarios dice que mejoró la infraestructura de sus empresas en el 2011. Se concluyó que la mayoría de los empresarios de este sector comercial conoce el término competitividad, percibe que su empresa es competitiva en precios pero no realizó ninguna investigación de mercado al respecto.

**Blas (2010-2011).** En su estudio de investigación titulado: La caracterización del financiamiento y la competitividad de Las MYPES del sector comercio-rubro venta de muebles de melamina del distrito de Chimbote, periodo 2010-2011. Tuvo como objetivo: Determinar las principales características del financiamiento y la competitividad de Las MYPES del sector comercio en el rubro Venta de Muebles de melamina del Distrito Chimbote, periodo 2010 – 2011. El cual llegó a los siguientes resultados. El 50% de los encuestados tienen entre 25 a 34 años de edad. El 70% tienen secundaria completa. El 80% son de sexo masculino, el 40% de los pequeños empresarios tienen una antigüedad en el negocio de 3, el 80% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 90% no están formalizados. El 80% de los pequeños empresarios dedicados al comercio de venta de muebles de melamina sabe lo que es competitividad. El 80% dijeron lograr competitividad en su negocio. El 80% mejoraron su competitividad en los años 2010 y 2011. El 80% mejoraron su competitividad en su negocio por el financiamiento que recibieron. Se concluyó en su análisis que la mayoría de los representantes legales de Las MYPES encuestados saben lo que es competitividad, pero solo una buena cantidad de los empresarios dicen aplicarla en su negocio y que la mayoría de los microempresarios encuestados dijeron que los créditos que obtuvieron sí mejoraron la competitividad dentro de sus empresas

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

### **Las Micro y pequeñas empresas**

Para las leyes establecidas, las actividades que pretendan ser desarrolladas por Las MYPES deben estar formadas legalmente, sin embargo en la realidad la mayoría de las unidades económicas no las aplican, por temas económicos altos, que muchas veces les impide poder posicionarse dentro del mercado laboral, por ello según ley 28015, (2003), describe La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

La ley de MYPES, declara fundada la obligación que tiene para las entidades creadas por personas naturales o jurídicas, para poder ejercer y desarrollar cualquier tipo de actividad.

### **Características de las MYPES.**

**Según la ley 30056, (2013).** Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales. Menciona que deben reunir las siguientes características:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

Pequeña Empresa: ventas anuales desde 150 UIT hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Dentro del marco de la ley 30056 (2013) se debe proceder a la clasificación de las mypes, en base a sus ingresos o ganancias anuales máximos para desempeñarse como tal, logrando contribuir a los impuestos del Estado, ubicándose según naturaleza en el régimen que mejor se acopla al desarrollo de sus actividades, según el art. 5 del capítulo i, del título ii, de la Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión. Impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

### **Importancia de Las MYPES**

Según **Tello, (2014)**. Es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos.

Puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa. Se promueven las pequeñas empresas porque generan empleo e innovación, brindándole capacitación, fuente de crédito y normas promotoras. Pese a la deficiencia en nuestra economía, la pequeña y mediana empresa ha evidenciado un desarrollo inusitado a nivel mundial.

Las MYPES son fuentes importantes de generación de empleos, dándoles oportunidad de trabajo a quienes lo necesitan; por ello en los resultados encontrados el 87.5% de las microempresas en estudio se crearon con el objetivo de generar ingresos, haciendo énfasis en su importancia; contribuyendo con soluciones de necesidades que las grandes empresas muchas veces no pueden satisfacer de los clientes, por ello también son consideradas como aportadoras de incremento económico del Estado, ya que promueven el desarrollo de los créditos para iniciar negocios propios,

Según **Herrera, (2013)**. Las micro empresas tienen una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico. Esto ocurre ya que las microempresas pueden ser una salida laboral para un desempleado o un ama de casa, la elaboración de artesanías, gastronomía, a

pequeña escala y la consultaría profesional son algunos de los campos más usuales en el desarrollo de microempresas.

Las MYPES son una fuente de ayuda social, para aquellas personas de bajos recursos o de estrato social, porque de esta manera se contribuye a salvaguardar las fuentes de trabajos de manera inmediata, logrando ellos mismos crear sus fuentes de trabajo del rubro que mejor desempeñen sus habilidades, con la finalidad de poder subsistir en el tiempo en los pequeños negocios que les generen ingresos, así como lo demuestra el 87.5% de Las MYPES en estudio, que tuvieron como objetivo de creación el generar ganancias dentro del rubro.

### **Tipos de Micro y pequeñas empresas**

Según **Hermosilla, (2015)**. Las micro y pequeñas empresas se clasifican:

Por Propiedad del capital:

Microempresas familiares. Cuando el propietario del capital es el grupo familiar, que se apropia de los beneficios que genera.

Microempresas asociativas. Surge de un acuerdo entre dos o más personas que aportan el capital básico para la puesta en marcha de la microempresa. Los beneficios se distribuyen entre los asociados.

Microempresas unipersonales. Cuando el propietario del capital es una sola persona y, en consecuencia, es el que se apropia de los beneficios.

Por la Actividad que desarrollan:

Microempresas productivas. Transforman la materia prima en productos terminados.

Microempresas comerciales. Se dedican a la venta de bienes o servicios.

Por la Cantidad de funciones que desarrolla:

Microempresas de función única. Desarrollan una sola actividad que es el centro de su accionar.

Microempresas de dos funciones. Generalmente, una función supera en importancia a la otra.

Microempresas de función múltiple. Incorporan varias funciones. Su gestión suele ser más complicada.

Por la Novedad de su producción:

Microempresas de producción por copia. Generan bienes o servicios que ya están en el mercado, tratando de marcar alguna diferencia en el marketing para absorber demandantes.

Microempresas de producción innovadora. Fabrican nuevos bienes o servicios, o les introducen alguna modificación para posicionarlo.

Por el Tipo de población involucrada:

Microempresas de subsistencia. Poseen un bajo nivel de productividad que solo le permite generar ingresos que posibiliten la subsistencia del micro-emprendedor y su familia.

Microempresas de acumulación simple. Las rentas que generan solo permiten superar los costos de producción, pero no logran excedentes importantes que les faciliten realizar inversiones en bienes de capital.

Microempresas de acumulación ampliada. Tienen la capacidad de generar una elevada productividad que posibilita al micro-emprendedor acumular excedentes, de manera que puede utilizarlos en la inversión para el crecimiento de la microempresa.

Dentro del mercado existen diferentes tipos de micro y pequeñas empresas, según estudio, en la actualidad se relacionan con las MYPES de propiedad de capital, ya que en los resultados encontrados del 62.5% son microempresas unipersonales, por tratarse de un solo propietario que se apropia de los bienes; a su vez también por ser de la actividad que desarrollan, ya que las microempresas comerciales venden bienes o productos terminados dedicándose solo al comercio; solo algunas de ellas están dentro del 12.5%; que se crearon para subsistir, sin embargo el 87.5% se crearon para generar ingresos.

**Según Vargas, B. y Del Castillo, C. (2008):**

Los Elementos de competitividad externa de las pequeñas empresas

Se define la competitividad externa de la pequeña empresa como la capacidad de aprovechar, ciertas condiciones de competitividad sistémica en el entorno, las oportunidades de mercado y obtener un buen desempeño empresarial, en términos de ganar aceptación y participación de mercado sobre la base de buena información, procesos, productos, precios, servicios, estrategias de mercado y servicios posventa.

Intervenciones exógenas, esto es posible a través de una rápida intervención de la problemática de la pequeña empresa, como los servicios de desarrollo empresarial, los microcréditos, una inversión en la infraestructura del entorno físico.

Intervenciones endógenas, se enfoca directamente en los emprendedores, se orientan a mejorar la gestión empresarial, la estandarización y la normalización de procesos, la adopción de nuevas tecnologías y la integración de las MYPES en los sistemas de innovación local.

Es muy importante marcar la diferencia de las demás competencias a través de la focalización en el cliente, personalizando nuestros productos y tratándolos de la mejor manera posible, hará un negocio más atractivo, pero esto es necesario a través de la complementación de la innovación, dándoles lo que se les ofrece y necesitan, reforzándolo con un registro de clientes, ya que es lo que hoy en día se usa para dar seguimiento y fidelizarlos, por ello es relevante siempre estar a la vanguardia que la sociedad día a día exige.

Los Elementos de la competitividad interna de las pequeñas empresas

La intervención integral y sostenible que capitalice las fuerzas endógenas de emprendimiento requiere de un conjunto complementario de intervenciones de carácter interno en el cual el foco de atención sean las buenas prácticas empresariales que aporten a la competitividad, la eficiencia interna y la innovación para conseguir ganancias en productividad.

La innovación crea riqueza y bienestar ya que es el fiel reflejo de la competitividad sustentable en un espacio territorial nacional o internacional, se riga en incentivar y sostener la creatividad de los emprendedores, generar condiciones propicias de desarrollo económico local y fomentar un mejor clima de negocios que sirva para atraer inversión productiva de alto valor y que vaya en relación con la responsabilidad social, ya que sostiene la presencia de las microempresas en el mercado, a través de la gestión de un buen conocimiento orientado a los resultados, generara que no solo haya un buen líder emprendedor de un micro negocio, si no que abrirá las puertas a un negocio empresarial con visión de crecimiento no solo local, sino nacional.

### **Ventajas de Las MYPES**

**Villarán, (2012).** Menciona que:

- Son el sector con mayor capacidad de generación de empleo (sobre todo el nuevo empleo).
- Son una fuente muy importante de innovación y dinamismo tecnológico.
- Son el principal factor de articulación empresarial.
- Contribuyen a la estabilidad social y mejora la distribución del ingreso.
- Son la principal fuente de oportunidades de realización de las personas, sobre todo para los jóvenes emprendedores.
- Su principal característica (la flexibilidad) está en plena sintonía con la economía globalizada y post-moderna.

Las microempresas tienen ventajas que son importantes, porque empiezan siendo una fuente de ingreso primario para las personas de bajos recursos, para aquellas que están en la etapa de emprendimiento siendo motores motivacionales para aquellas personas que desean incursionar en el mundo del negocio corporativo, convirtiéndose en una importante red de seguridad de la sociedad, que buscan ideas de negocios y que a su vez se contribuye a los ingresos del Estado (PBI) y resuelven necesidades que las

entidades privadas no logran satisfacer, ya que ofertan servicios especializados por ser de infraestructura simple y pequeña, permite el despacho de mercadería y mantenimiento rápido; ya que en los resultados encontramos que el 87.5% creen que su empresa es competitiva, ya que lograron el crecimiento, por las ventajas competitivas que ofrece el sector y rubro.

### **Desventajas de Las MYPES**

Según **Carrillo, (2011)**. Menciona lo siguiente:

- Pagan compensaciones en efectivo y prestaciones laborales relativamente bajas.
- El 25% de estos empleos generados son de medio tiempo.
- Sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo, por tener un bajo nivel de educación.

Carrillo hace mención que para estas microempresas surgen desventajas, ya que los trabajadores no poseen un perfil adecuado por falta de cultura educativa o diversos temas de índoles así como podemos ubicar en los resultados tan solo el 50% de ellos cuentan con estudios superiores universitarios siendo en su mayoría los dueños quienes dirigen el negocio y asumen el cargo, a raíz de ello pagan un sueldo relativamente bajo o incompleto, por no contar con ingresos que les permita poder invertir, contratar más personal o mantener al mismo personal que labore permanentemente en el negocio, lo que conlleva a mantener personal de tiempo parcial o en algunos casos con salarios por debajo de la remuneración mínima vital.

### **La Competitividad**

Según **Peña, (2011)**. La competitividad internacional puede definirse como la capacidad que tiene una empresa para lograr un mayor y mejor rendimiento sobre sus competidores en los mercados extranjeros y preservar así las condiciones que sustentan sus rendimientos actuales y futuros.

Como lo describe el autor Peña el término competitividad se define como la habilidad que tiene una persona o empresa, para rivalizar y desarrollar mejores capacidades que

se diferencien de la competencia, generando ganancias, un mejor rendimiento empresarial y puedan mantenerse en el tiempo; pero se logra rescatar que el único objetivo dentro del campo de negocios es que se puedan desarrollar las capacidades y aptitudes necesarias no solo para recabar ganancias económicas, sino para generar emprendedores que logren enfrentarse antes las competencias arduas que hoy en día invaden el campo empresarial, es por ello que el 87.5% de Las MYPES en estudio considera competitiva a su empresa, gracias a que amplía y mejora su nivel de competitividad contra las demás microempresas del mismo rubro.

### **Importancia de la Competitividad**

Según **La PUCP, 2013**. La competitividad puede verse es un desafío que se establece para alcanzar objetivos tanto personales, grupales, organizacionales como nacionales. Hoy por hoy, en el mundo globalizado en el que nos encontramos, es necesario valerse de todas las herramientas disponibles para competir en un mercado donde las ofertas provienen de todos los rincones del planeta y comprenden bienes y servicios similares o idénticos a los que nuestra empresa puede ofrecer. Debemos entender que la competitividad no es algo casual ni surge espontáneamente; ésta se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por distintos grupos humanos de acuerdo al tipo de organización, ya sean éstos empleados, proveedores, directivos, accionistas, la competencia, el mercado, el gobierno, los organismos internacionales y la sociedad en general.

Hoy en día en nuestra actualidad competir es un reto, frente a todas aquellas empresas que también ofrecen lo que uno ofrece o lo que otras pueden ofrecer, es por ello que la importancia de la competitividad radica en saber cómo y cuándo competir, con todas las herramientas que disponemos y con la práctica constante de los procesos que se desarrollan dentro de las empresas, estar a la vanguardia de las actualizaciones aprendiendo y el saber negociar, permitirán fomentar una competencia libre en el mercado, con la única finalidad de poder destacar de los demás y nuestro producto o servicio tenga mayor realce, logrando no solo que a través del tiempo se mantenga sino, que tenga la atracción que se busca.

## **Factores de Competitividad**

Según **Cárdenas, (2010)**. Menciona que son:

Capacidades Directivas: la competitividad más que cualquier otra cosa depende de las personas; de sus actitudes ante los retos, de sus habilidades, de sus capacidades de innovar, de su intuición y creatividad, de saber escuchar y comunicarse con otros, de hallar y usar información, de planear y resolver problemas, de trabajar individualmente y en equipo, de aprender a aprender, responsabilidad y tenacidad, valores y sensibilidad social.

Calidad en la Producción o Prestación de Servicios – Diferenciación: el ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser seleccionados. Es diferenciarnos por nuestra calidad, habilidades, cualidades, capacidad de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a los clientes, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduce en un generador de riquezas.

Ventajas Competitivas (costo-calidad): no basta competir, es necesario lograr ventajas competitivas. Pues las empresas competitivas serán aquellas capaces de ofrecer continuamente productos y servicios con tributos apreciados por sus clientes. Existen dos categorías de ventajas competitivas: de costos y de valor. La primera está asociada con la capacidad de ofrecer a los clientes un producto al mínimo costo. La segunda, están basadas en la oferta de un producto o servicio con atributos únicos, discernibles por los clientes, que distinguen a un competidor de los demás.

Recursos Tecnológicos: dentro de los recursos tecnológicos se incluye el stock de tecnologías, la experiencia en su aplicación y los medios humanos, científicos y técnicos para su desarrollo. Para ello deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de su competencia. Aquellas empresas que sólo realicen nuevas inversiones cuando comprueben que los competidores obtienen buenos resultados estarán abocadas al fracaso.

Innovación: No se puede implantar patrones competitivos o cualquier otro que se detecte como factor crítico de éxito del negocio, debido a que el mercado es cambiante.

Por eso muy unido a los recursos tecnológicos aparece el de innovación. El éxito de las empresas también se asocia al desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que permitan responder a las necesidades de los clientes, adaptarse a los cambios en el entorno o mejorar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa. Tres son los pilares que se asienta la innovación: el directivo, los trabajadores y la cooperación empresas.

Recursos Comerciales: los procesos comerciales, orientados al mejor conocimiento del mercado y de los clientes, son un medio muy importante de mejora del rendimiento económico, de la fidelización de clientes y, de la diferenciación de la competencia. Para ello se necesita contar con profesionales de marketing adecuados a las necesidades; realizar campañas destinadas a fortalecer la marca; poder acceder a todos los canales de distribución.

Recursos Humanos-Capacitación Laboral: para lograr el éxito competitivo, las empresas deben establecer los mecanismos que permitan atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas que los ayuden a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.

Recursos Financieros: el mantenimiento de buenos estándares financieros es uno de los aspectos relevantes para alcanzar el éxito competitivo en las empresas de menor tamaño. La debilidad de los balances en este tipo de empresas hace necesaria una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo que evite una la falta de liquidez.

Cultura: con este término se hace referencia al conjunto de hábitos, creencias, expectativas y valores compartidos por todos los miembros de la organización. La cultura guía el comportamiento de las personas que forman parte de la empresa; sienta las bases de los procedimientos; y ayuda a mantener la cohesión interna.

Hoy en día para que las microempresas del sector comercio-rubro ventas de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, contemplen el éxito empresarial, es necesario aplicar las ventajas competitivas y seguir procesos, que demuestren que los factores que determinan la competitividad que se utilizan generaran una mayor ventaja dentro del entorno del mercado con el cual competirán, esto demuestra que según los

resultados encontrados el 62.5% de Las MYPES tienen relación con las ventajas competitivas de costos-calidad, ya que una forma de hacer competente a su empresa es a través de la atención al cliente (calidad) y el 37.5% lo hace mediante los precios bajos (costos), en los productos que ofrecen, ya que ello les permite diferenciarse de la competencia a través del valor que le dan al bien haciéndolo atractivo, pero ello va de la mano con los recursos comerciales que tienen y que están dispuestos a ofrecer a los clientes para fidelizarlos, a través de un valor agregado.

### **Refuerzo Competitivo**

Según **Pelayo, (2011)**. Competitividad significa un beneficio sostenible para su negocio, es el resultado de una mejora de calidad constante y de innovación.

Competitividad está relacionada fuertemente a productividad: Para ser productivo, los atractivos turísticos, las inversiones en capital y los recursos humanos tienen que estar completamente integrados, ya que son de igual importancia. Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de: la estructura de la industria turística, las estrategias de las instituciones públicas, la competencia entre empresas, las condiciones y los factores de la demanda, los servicios de apoyo asociados.

Dentro de los factores que menciona Pelayo, que están en relación a la competitividad, son la innovación, las inversiones, el recurso humano que es de vital importancia, ya que son complemento para poder desarrollarse dentro del mercado, a través de los refuerzos necesarios que implica una buena estructura; competir dentro del mercado; bajo las condiciones y servicios que se le puede ofrecer al demandante, quien es el cliente; no solo se generará una barrera sino una estrategia empresarial que pueda contrarrestar y hacer frente a la competencia logrando crecer y dando mayor realce en las fortalezas, así como el 62.5 % de las microempresas en la actualidad considera que la forma de hacer más competente a su negocio es a través de la atención al cliente

*Disponible en:*

*<http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>*

## **2.3. Marco conceptual**

### **Los Materiales de Construcción.**

Describiendo a los materiales de construcción son aquellos materiales que se usan para diferentes tipos de obras arquitectónicas o de ingeniería, cualquiera que sea su naturaleza, composición o forma, se hace mención al inicio de la utilización de estos productos mediante el trueque, por subsistencia y en la actualidad su venta, y que nos servirán para la construcción, re-construcción, armado y remodelación de algún inmueble o estructura

### **El inicio de la historia de los Materiales de Construcción.**

Sin duda alguna, muchísimo antes de pensar en cualquier tecnología, el estudio de los Materiales fue una de las primeras actividades intelectuales de los hombres primitivos. Desde aquel desconocido antepasado que realizó de forma racional la elección: entre dos ramas gruesas para utilizarlas como garrotes, entre dos pieles para abrigarse, el interés de los hombres por los materiales, aparece con el inicio de su inteligencia, y la influencia de esos materiales no comestibles en el desarrollo de las civilizaciones queda fuera de toda duda.

El estudio, conocimiento, mejoras e incluso el invento de materiales, y de materiales de construcción, desde el inicio de las diferentes civilizaciones no significó, en principio, que en la teoría del conocimiento humano apareciese pronto el concepto científico de las cosas, en nuestro sentido actual. Los materiales de construcción, entendidos como tales, hay que empezar a considerarlos cuando aparecen las primitivas construcciones arquitectónicas, todavía sin ser verdaderas arquitecturas, con las que los hombres trataron de resolver un problema constructivo fundamental: cubrir y cerrar un espacio donde protegerse de la naturaleza, fuera ya de las cuevas naturales, donde habían encontrado seguridad y confort. Pronto los hombres han de enfrentarse a otros problemas constructivos, diferentes de los que plantean las construcciones de sus viviendas, cuando su sentido de lo trascendente les hace erigir monumentos funerarios perennes.

En la antigüedad se creaban las cuevas, para actos fúnebres; luego se dio la prehistoria, donde se definieron los diferentes usos de los materiales de piedra y metales, para la realización de aleaciones en futuras construcciones; se iba desarrollando la edad media, el cual se extiende desde el siglo IV hasta el siglo XV, dando inicio a la edad moderna, donde se recopilan los conocimientos y avances producidos y dispersos en diferentes civilizaciones iniciándose la edad contemporánea, se desarrolla a partir de la revolución francesa con sus transformaciones artísticas, demográficas, sociales, políticas, tecnológicas y económicas. Surgen movimientos de vanguardia arquitectónicos que suponen continuas innovaciones hasta el día de hoy. Los materiales de construcción que se comercializan en las MYPES son las rocas o piedras, los ladrillos, el yeso, el cemento, la arena, los aditivos, el acero inoxidable, la madera y un sinnúmero de materiales para acabados que se necesita para el hogar, como materiales decorativos como baños, lavatorios, etc.

### **Las Micro y pequeñas empresas de ventas de materiales de construcción y la competitividad**

El rubro de venta de materiales de construcción se origina por el al crecimiento acelerado de la población, un entorno de tipos de interés competitivos y la mejora en las expectativas económicas. Ya que se observa; el déficit de viviendas lo cual han permitido generar una serie de proyectos para viviendas, oficinas, infraestructura, negocios, entre otros, generando bienestar en la población y una demanda constante de mano de obra. Estas Micro y pequeñas empresas de ventas de materiales de construcción en Jirón Manuel Ruiz del Distrito de Chimbote, en su mayoría están constituidas como empresas individuales de responsabilidad limitada (E.I.R.L), representadas legalmente por los propios dueños de los negocios, quienes asumen las facultades, deberes y responsabilidades, el patrimonio está conformado por los bienes que aporta el propietario, que decidieron invertir en un pequeño negocio con la finalidad de satisfacer una necesidad y obtener ganancias por sus actividades lucrativas, se encuentra ubicadas en el Distrito de Chimbote, Jirón Manuel Ruiz, zona en la que la gente sabe que podrá encontrar todo tipo de productos de este rubro, también ofrecen una variedad de servicios enfocados en cubrir las necesidades de los clientes, brindando una atención especializada, pues son ellos los que buscan a los

clientes, los impulsan a venir a sus establecimientos. Los trabajadores, son aquellas persona le prestan sus servicios de manera personal bajo relación de subordinación, cualquiera sea la modalidad de contrato de trabajo; que recibe una remuneración y tiene por función ofrecer los productos y atender a los clientes, manteniendo en orden su lugar de trabajo. Los clientes de Las MYPES vendedoras de materiales de construcción, son aquellas personas que asisten con la única finalidad de adquirir productos que necesitan y desean para su hogar, sin dejar de lado que también asisten técnicos, profesionales o contratistas. Las micro y pequeñas empresas en estudio por ser pequeñas unidades comercializadoras tienen competencia entre ellas, ya que hay quienes buscan vender más que otras y abarcar más clientela, pero el término competitividad puede conocerse en la medida que sea necesario aplicarse.

Las Micro y pequeñas empresas (MYPES) de ventas de materiales de construcción ubicadas en Jirón Manuel Ruiz, del Distrito de Chimbote, poseen mayor demanda, debido al aumentado de población en las zonas rurales en nuestra ciudad. Es por eso que ellas deban surtir sus negocios con una mayor variedad de productos que son necesarios para abastecer la demanda de los clientes, teniendo que buscar la manera de ser más competentes que las demás microempresas para poder atender a los clientes. Por eso los representantes de estas Micro y pequeñas empresas (MYPES) toman la decisión reducir precios, surtir mercadería, ofrecer servicio de flete, para permanecer en el mercado y ofrecerles una mejor calidad de vida a sus familias.

### **III. HIPÓTESIS**

El presente estudio de investigación no plantea hipótesis, porque es una investigación de tipo descriptivo.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable en estudio competitividad, sin sufrir modificaciones dentro de su contexto las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.

Fue transversal porque el estudio se realizó en un espacio y tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, desde enero 2015 hasta diciembre del 2015.

Fue descriptivo porque solo se describieron las características más representativas de Las MYPES, representantes y variable de estudio competitividad.

### **4.2. Población y muestra**

Se utilizó una población de 8 micros y pequeñas empresas, la cual se obtuvo mediante sondeo por no existir muestras estadísticas en el SIGE. Es decir se utilizó una muestra de 8 micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción quienes fueron en su totalidad las que proporcionaron dicha información. (Anexo 3).

### 4.3. Definición y Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
<b>COMPETITIVIDAD</b>	El término competitividad se define como la habilidad que tiene una persona o empresa, para rivalizar y desarrollar mejores capacidades que se diferencien de la competencia, generando ganancias, un mejor rendimiento empresarial y puedan mantenerse en el tiempo.	<b>Grado de instrucción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Confiabilidad de entrega.</li> <li>▪ Agilidad laboral.</li> </ul>	<b>Nominal</b>
		<b>Objetivo Principal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Generar ganancia</li> <li>▪ Subsistencia</li> </ul>	<b>Nominal</b>
		<b>Estrategia competitiva</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Precios bajos.</li> <li>▪ Calidad del producto.</li> <li>▪ Atención al cliente.</li> </ul>	<b>Nominal</b>
		<b>Técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Programas para operaciones efectivas.</li> </ul>	<b>Nominal</b>

### 4.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el presente estudio se aplicó como técnica la encuesta, la cual se aplicó a los representantes de las micro y pequeñas empresas, y como instrumento que se utilizó para registrar la información fue: un cuestionario, estructurado de la siguiente forma: 5 con relación a los representantes, 3 fueron realizadas a Las MYPES y 7 preguntas fueron hechas referentes a la variable de estudio Competitividad, donde se plasman preguntas, preparadas cuidadosamente, sobre los aspectos que interesan en una investigación.

#### **4.5. Plan de análisis**

En el presente estudio de investigación titulado: Caracterización de la competitividad en las microempresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, se elaboró cuestionarios estructurados, mediante el cual se consiguió recolectar la información necesaria y que fueron realizados mediante programas de software como el Microsoft Word, para la redacción del cuestionario y el Microsoft Excel, para la elaboración de las tablas; el cual permitió evidenciar el trabajo de investigación realizado, mencionando la finalidad del recojo de información, con un total de 15 preguntas que fueron evaluadas y validadas por el respectivo asesor; logrando el desarrollo del informe final.

#### 4.6. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas/instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015?	<p><b>General:</b> Determinar las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.</p> <p><b>Específicos:</b>            Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.            Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.            Determinar las principales características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015.</p>	<p><b>Competitividad:</b>            La competitividad es la habilidad que tiene una persona o empresa, para desarrollar mejores capacidades que se diferencian de la competencia, generando o ganancia y puedan mantenerse en el tiempo.</p>	<p><b>Población y muestra</b>            La población con la cual se trabajó el estudio, fue 8 MYPES, se obtuvo mediante sondeo por no existir muestras estadísticas en el SIGE y la muestra determinada es 8. Es decir se utilizó una muestra dirigida de 8 MYPES del sector comercio rubro venta de materiales de construcción quienes fueron en su totalidad las que proporcionaron dicha información. (Anexo 3).</p>	<p><b>Diseño de la investigación</b>            Se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO.            Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable en estudio “competitividad”, sin sufrir modificaciones dentro de su contexto las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, año 2015.            Fue transversal porque el estudio se realizó en un espacio y tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, desde enero 2015 hasta diciembre del 2015.            Fue descriptivo porque solo se describieron las características de la variable más representativas de las MYPES, representantes y variable de estudio competitividad.</p>	<p>Para el presente estudio se aplicó como técnica la encuesta, la cual se aplicó a los representantes de las micro y pequeñas empresas, y como instrumento que se utilizó para registrar la información fue: Un cuestionario, estructurado de la siguiente forma: 5 con relación a los representantes, 3 fueron realizadas a las MYPES y 7 preguntas fueron hechas referentes a la variable de estudio            Competitividad, donde se plasman preguntas, preparadas cuidadosamente, sobre los aspectos que interesan en una investigación.</p>

#### **4.7. Principios éticos**

Esta investigación dirigida a las micro y pequeñas empresas, está fundamentada en los principios éticos de confidencialidad, ya que solo se publicara la información que los representantes de Las MYPES autoricen, ello implica mantener bajo juramento la discreción de dicha información, recibida por los mismos; y que a su vez posee el principio de confiabilidad ya que los datos recopilados fueron recogidos directamente de los representantes de las microempresa, lo que permite mostrar información real; y respetando a las personas que nos brindaron la información obtenida, priorizando el conocimiento necesario y difusión de los resultados, con la finalidad de mostrar en el estudio de investigación; también se tomó en cuenta el principio de responsabilidad ya que el proyecto de investigación se realizó con la finalidad de mostrar la información requerida por el docente asesor y los debidos parámetros establecidos, con fines académicos.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

Tabla 01. Características de los representantes de Las MYPES del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito Chimbote, 2015.

<b>Generalidad:</b>	<b>Numero de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Edad (años)</b>		
18 – 30 años	0	0,0
31 – 50 años	7	87,5
51 a más años	<u>1</u>	12,5
Total	8	100.0
<b>Género</b>		
Masculino	7	87.5
Femenino	1	12,5
Total	8	100.0
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0,0
Primaria	0	0,0
Secundaria	3	37,5
S. no universitaria	1	12,5
S. universitaria	4	50,0
Total	8	100.0
<b>Cargo</b>		
Dueño	2	25,0
Administrador	5	62,5
Gerente	1	12,5
Total	8	100.0
<b>Tiempo que desempeña en el cargo (años)</b>		
1 a 3	0	0,0
4 a 6	1	12,5
7 a más	7	87,5
Total	8	100.0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de Las MYPES del Sector comercio rubro venta de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito Chimbote, 2015.*

Tabla 02. Características de Las MYPES del sector comercio-rubro Venta de Materiales de Construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito Chimbote, 2015

<b>De la Empresa</b>	<b>Numero de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
0 a 3 años	0	0,0
4 a 6 años	1	12,5
7 a más	7	87,5
Total	8	100.0
<b>El objetivo de la empresa:</b>		
Generar ganancia	7	87,5
Subsistencia	1	12,5
Total	8	100.0
<b>Cantidad de Trabajadores</b>		
1 – 5	7	87,5
5 a mas	1	12,5
Total	8	100.0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de Las MYPES del sector comercio rubro venta de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito Chimbote, 2015.*

Tabla 03. Respecto a la Variable Competitividad en Las MYPES del sector comercio-rubro Vta. De materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito Chimbote, 2015.

<b>Competitividad</b>	<b>Numero de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Cree que su empresa es competitiva</b>		
Si	7	87,5
No	1	12,5
Total	8	100.0
<b>De qué forma es competitiva su empresa</b>		
Precios bajos	3	37,5
Calidad del producto	0	0,0
Atención al cliente	5	62,5
Total	8	100.0
<b>Conoce Usted a sus principales competidores</b>		
Si	8	100,0
No	0	0,0
Algunos	0	0,0
Total	8	100.0
<b>Su empresa cuenta con plan estratégico</b>		
Si	2	25.0
No	6	75,0
Total	8	100.0
<b>Ha mejorado la infraestructura de su empresa</b>		
Si	7	87,5
No	1	12,5
Total	8	100.0
<b>Considera que ser competitivo incrementa las ganancias</b>		
Si	7	87,5
No	1	12,5
Total	8	100.0
<b>Cree que utilizar rotación de personal mejora la competitividad</b>		
Si	2	25,0
No	6	75,0
Total	8	100.0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de Las MYPES del Sector comercio rubro venta de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito Chimbote, 2015.*

## 4.2. Análisis de Resultados

### Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas:

Con respecto a la Edad de los Representantes: El 87.5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 31 a 50 años (tabla N°01), esto coincide con: **Coello (2011)**, en donde determina que la edad promedio de los representantes de las micro y pequeñas empresas oscila entre 35 – 44 años con el 55%; a su vez con **Regalado (2012)**, el cual determino que el 67% de empresarios manifiestan tener de 41 a más años, coincide también con **Valdeiglesia (2014)**, que menciona que el 53 % de ellos manifestaron tener 41 años de edad a más, por su parte **Farromeque (2013)**, menciona que los representantes de las micro y pequeñas empresas, con un 45% tiene edades que fluctúan entre los 46 a más. Pero se contrasta con los resultados encontrados por **Blas (2010)**, donde menciona que el 50% tienen entre 25 a 34 años de edad y con **Valderrama (2014)**, el cual menciona que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 50 a 60 años. Esto demuestra que hoy en día los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015 que están liderando el mercado son personas jóvenes adultas, a partir de los 31 años y que en la actualidad efectivamente si se están desarrollando; gracias a que observaron la posibilidad de crecer económicamente, ya que ello permite eliminar brechas idealistas sobre las desventajas de emprender de manera joven, con la finalidad de satisfacer necesidades.

Con respecto al Género de los Representantes: el 87,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino (Tabla N°01), esto coincide con: **Coello (2011)**, menciona que el 82% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, a su vez con **Blas (2010)**, que menciona que el 80% de los representantes son de sexo masculino, esto coincide con **Farromeque (2013)**, que mencionó que el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino y con **Valdeiglesia (2014)**, el cual menciona que el 73% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino. Pero se contrasta con el resultado encontrado por: **Valderrama (2014)**, el cual menciona que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género

femenino. Esto Demuestra que en la actualidad la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, son de género masculino quien lidera a las empresas en su mismo sector, y que han logrado emprender y hacer crecer los negocios que las empresas están necesitando, satisfaciendo las necesidades del mercado.

Con respecto al Grado de Instrucción de los Representantes: El 50% de los representantes tienen como grado de instrucción estudios superior universitario (Tabla N°01), esto coincide con los resultados encontrados por: **Regalado (2012)**, que menciono que el 100% de los empresarios encuestados manifiestan ser universitarios, a su vez con **Coello (2011)**, el cual menciono que el 45% tienen grado de instrucción Superior Universitaria, a su vez con **Farromeque (2013)**, el cual menciono que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción técnica. Esto a su vez contrasta con el resultado encontrado por: **Blas (2010)**, el cual menciono que el 70% de los representantes tienen grado de instrucción secundaria completa, a su vez contrasta con **Valderrama (2010)**, el cual menciono que el 53,3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios y con **Valdeiglesia (2014)**, el cual menciono que el 40,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron haber culminado estudios secundarios. Esto demuestra que solo la mitad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, tiene grado de instrucción superior universitario y están siendo gestionadas, dando como consecuencia resultados bajos en ventas a comparación como aquellas que si se preparan, para obtener buenos resultados en ventas.

Con respecto al cargo que desempeñan los Representantes: El 62.5% de los desempeñan el cargo de Administradores (Tabla N°01), estos resultados coinciden con: **Regalado (2012)**, el cual menciono que el 67% de empresarios encuestados manifiestan ser administradores. Pero a su vez contrasta con los resultados encontrados por **Farromeque (2013)**, el cual menciono que el 80% tienen como cargo ser propietarios. Demostrando que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción,

Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, están desempeñando el cargo de administradores o supervisores, ya que en la actualidad los propios representantes no son quienes lo administran, es por ello que han decidido delegar el cargo a un segundo con la finalidad de ellos dedicarse a temas más importantes.

Respecto a los años que desempeñan en el cargo los representantes: El 87.5% de los representantes tienen de 7 a más años en el cargo (Tabla N°01), esto coincide con: **Farromeque (2013)**, el cual menciona que el 60% de encuestados se encuentran desempeñando su cargo entre 6 a 10 años como Administradores. Esto demuestra que actualmente la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, tienen de 7 años a más en el cargo por la necesidad que atraviesan a falta de recursos económicos, por lo tanto Las MYPES están siendo dirigidas por personas con experiencia en el sector comercio.

#### **Referente a las Micro y pequeñas empresas del rubro:**

Con respecto a los años de permanencia de Las MYPES en el rubro: El 87.5% de las micro y pequeñas tienen de 7 a más años en el rubro (Tabla N°02), estos resultados coinciden con: **Valderrama (2014)**, el cual menciona que el 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años en el rubro. Ello a su vez contrasta con **Regalado (2012)**, donde determina que el 100% de MYPES tienen 3– a más años en la actividad y el rubro, y con **Blas (2010)**, el cual menciona que el 40% de las micro y pequeñas empresas tienen una antigüedad en el negocio de 3 años en el rubro. En la realidad se observa que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, 2015, tienen más de 7 años de permanencia desempeñándose en el rubro, desde sus inicios lo que les ha permitido mantener experiencia en el rubro y sector que desempeñan, a través del tiempo.

Con respecto a los objetivos de la creación de las micro y pequeñas empresas: El 87.5% tuvieron como objetivo generar ganancias dentro del rubro (Tabla N°02), estos resultados coinciden con: **Farromeque (2013)**, el cual determino que el 85% de los encuestados formaron la empresa con el objetivo de generar ganancias y **Coello**

(2011), donde determina que el 82% de las micro y pequeñas empresas se formó para obtener ganancias. Esto demuestra que en la sociedad actual la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, se han creado con el objetivo y la finalidad de obtener ganancias más que con fines de crecimiento empresarial, porque la mayoría de ellas empieza por subsistencia que les permitan poder sobrevivir en el tiempo, hasta que descubren la manera de seguir generando más dinero.

Con respecto a la cantidad de trabajadores de las micro y pequeñas empresas: El 87,5% tiene de 1 a 5 trabajadores (Tabla N°02), esto coincide con: **Blas (2010)**, el cual determino que el 80% de las micro y pequeñas tiene de 1 a 5 trabajadores. Pero contrasta con **Regalado (2012)**, quien menciona que el 100% de MYPES encuestadas tienen de 6 a más trabajadores. Demostrando que en la actualidad la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, tienen de 1 a 5 trabajadores máximos, ya que por la capacidad de su infraestructura e ingresos económicos limitados, ello les restringe a la posibilidad de poder contratar más personal que labore en dicha entidad.

### **Referente a la variable Competitividad en Las MYPES**

Con respecto a la competitividad de la empresa: El 87.5% de los representantes de las considera a su empresa como competitiva (tabla N°03), estos resultados coinciden con: **Blas (2010)**, donde menciona que el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas dicen lograr competitividad en su negocio y por **Valderrama (2014)**, el cual menciona que el 66,7% de los representantes si consideran competitivas a sus microempresas. Demostrando que en la actualidad la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro venta de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, 2015, se esmeran por ser competitivas mas no todas realmente logran serlo, factor que impide el incremento de ganancias e ingresos, y que al ser dirigidas de manera competentes logran el desarrollo necesario para seguir invirtiendo y creciendo.

Con respecto a las formas de competitividad de las micro y pequeñas empresas: El 62.5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas considera que la forma de hacer más competente a su empresa es a través de la atención al cliente (tabla N°3), esto coincide con los resultados encontrados por **Regalado (2012)**, el cual menciona que el 67% de empresarios manifestaron que uno de los factores que determinan la competitividad de la empresa es la Calidad en el servicio. Esto contrasta con **Valdeiglesia (2014)**, el cual menciona que el 47% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifestaron que el precio es el aspecto que más influye en el nivel de competitividad de su empresa, a su vez **Coello (2011)**, menciona que el 46% de los representantes de las MYPES considera competitiva a su empresa a través de los precios y **Valderrama (2014)**, el cual determino que las micro y pequeñas empresas se diferencian de su competencia por sus precios con un 33.3%. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón. Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, considera que realmente una de las formas más competitivas es brindar una excelente atención al cliente lo que les permitirá crecer exitosamente y atraer más clientes, por la famosa publicidad de boca a boca; este es uno de los pilares para que una empresa se mantenga a través del tiempo.

Con respecto a los principales competidores de las micro y pequeñas empresas: El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conoce a sus principales competidores (tabla N°3), estos resultados demuestra que actualmente la mayoría de los representantes encuestados, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, si conocen a sus principales competidores ya que ello permitirá conocer de cerca cómo se desarrollan y en un punto más importante volvernos aliados, para promover nuevas estrategias de alianza, que nos permitan ofertar nuevas demandas, así como las micro empresas conocen a sus competidores, lo que les permite negociar alguna compraventa que entre ellos requieran.

Con respecto al plan estratégico de las micro y pequeñas empresas: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, manifiesta

no contar con un plan estratégico (tabla N°3), estos resultados demuestran que actualmente la mayoría de las microempresas no cuentan ni desarrollan un plan estratégico de ventas, por la falta de desconocimiento académico y de presupuesto que les origina el no conocer del tema, ya que al implementarse podría generar un mejor manejo de la microempresa.

Con respecto a las mejoras de infraestructura de las micro y pequeñas empresas: El 87.5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiesta haber mejorado su infraestructura para poder ser más competitiva (tabla N°3), esto coincide con los resultados encontrados por **Regalado (2012)**, mencionó que el 100% de los empresarios están de acuerdo en la implementación de nuevas tecnologías ya que contribuye a la competitividad de sus empresas, a su vez coincide con **Coello (2011)**, donde menciona que el 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas mejoro la infraestructura de sus empresas para poder ser más competitiva. Esto demuestra que actualmente la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, tienen su empresa en mejores condiciones y consideran que en la actualidad es importante mejorar la infraestructura y mantenerla a través del tiempo, lo que permitirá dar una nueva vista y perspectiva al cliente, para poder ser más competitiva, atraer nuevos clientes lo que será beneficioso para la empresa y que en Las MYPES de estudio se observa favorablemente ese cambio.

Con respecto al incremento de ganancias mediante la competitividad de las micro y pequeñas empresas: El 87,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiesta que ser competitivo permite incrementar sus ganancias (tabla N°3), estos resultados demuestran que actualmente la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, han vuelto más competitiva su microempresa, puesto que el desarrollo de la competitividad plasmado empíricamente en las actividades de la empresa permite el incremento de las ganancias, sumado a los factores asociados como la innovación que también permite incrementar positivamente los ingresos si se saben dar usos adecuados.

Con respecto a la rotación de personal para mejorar la competitividad de las micro y pequeñas empresas: El 75% de los representantes manifiesta que mantener una excesiva rotación de personal, no ayuda a ser competitivo (tabla N°3), estos resultados demuestran que actualmente la mayoría de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, no mantienen la rotación de personal dentro de sus organizaciones, en la actualidad para ser más competitivos es necesario no mantener muchos cambios de personal, ya que ello conllevara a dar un desequilibrio situacional a la empresa, ya que los vuelve menos competentes y genera pérdida de tiempo, lo que hoy por hoy se observa es no mantener excesiva rotación de personal para evitar gastos.

## VI. CONCLUSIONES

### Conclusiones

Se concluyó que el 87.5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-venta de materiales de construcción tienen entre 31 a 50 años de edad, son del género masculino, la mitad de los representantes tienen los estudios de grado superior universitaria siendo la mayoría de los representantes los Administradores de la microempresa y han logrado desempeñarse en el cargo de 7 años a más viéndose evidenciado en los años de las micro y pequeñas empresas del rubro, este análisis permite dar respuesta al objetivo planteado en el estudio de investigación.

Se concluyó que el 87.5% de Las MYPES del sector comercio-rubro, venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, formándose con el objetivo de generar ganancias como razón de ser de toda empresa y esto a su vez ha generado que las microempresas tengan un determinado número de trabajadores en cada MYPES, ascendiendo de 1 a 5 trabajadores.

Se concluyó que el 87.5% de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro, venta de materiales de construcción, jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015, si consideran que su empresa es competitiva, ello lo demuestran a través de la atención que le ofrecen al cliente siendo una ventaja dentro del mercado, mencionaron conocer a sus competidores factor que podría ayudar a una buena alianza estratégica, manifestaron no contar con un plan estratégico lo que les dificulta el devenir de la empresa y que acciones poder realizar para mantenerse a través del tiempo, han mejorado la infraestructura de sus instalaciones lo que les permite realizar mejor su trabajo, considerando que el ser competente les permite lograr incrementar sus ganancias siendo esto muy beneficioso y que tener demasiada rotación de personal les dificulta ser competitivos con otras MYPES del mismo rubro.

## **Recomendaciones**

Se recomienda a los representantes de Las MYPES tener en cuenta los factores que determinan la competitividad, ya que para ofrecer los productos que venden es necesario la innovación para captar más clientes. Manejar la importancia de los precios, ya que al ser varias MYPES que venden los mismos productos, se debe tratar de igualar al de las competencias, así se complementaría el servicio de atención al cliente.

Se recomienda elaborar un Plan Estratégico, con el fin de identificar y trabajar en áreas específicas de Las MYPES a fin de poder verificar el incremento de las ventas, y el crecimiento económico que se ha tenido; así como identificar errores para poder tratarlos.

Mantener la rotación de personal estable para evitar la falta de cubrimiento en ventas, así poco a poco mejora la infraestructura con aspectos que capten la atención del público objetivo.

## Referencias bibliográficas

- Blas, E. (2013). Caracterización del financiamiento y la competitividad de Las MYPES del sector comercio - rubro venta de muebles de melamina del distrito de Chimbote, periodo 2010 – 2011. (Tesis de pregrado) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2013. Chimbote, Perú.
- Bustamante, L. (2014). Pequeños y medianos empresarios peruanos podrán potenciar su capacidad gerencial. Gestión. Lima, Perú. Recuperado el 15 de Octubre del 2015 de: <http://gestion.pe/economia/pequenos-y-medianos-empresarios-podran-potenciar-su-capacidad-gerencial-2110786>
- Coello, R. (2013). Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPES del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2011. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Cepal (2013). Cómo mejorar la competitividad de las PYMES en la Unión Europea y América Latina y el Caribe: propuestas de política del sector privado. (1st ed., p. 39). Chile: Calderón, A & Ferraro, C. [Recuperado el 4 Nov. 2015]: [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3094/S2013021\\_es.pdf?sequence=1](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3094/S2013021_es.pdf?sequence=1)
- Carrillo, C. (2011). La microempresa en Chimborazo. [Mensaje en un blog]. Recuperado el 11 de Diciembre del 2015 de: <http://microempresachimborazo.blogspot.pe/p/ventajas-y-desventajas-de-la.html>
- Choy, E. (2010) Competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) ante el Tratado de Libre Comercio (TLC). Quipukamayoc:17 ( 33) 127-132 UNMSM, Lima, Perú ISSN: 1560-9103 (versión impresa) / ISSN: 1609-8196 (versión

electrónica), Recuperado el 28 de Octubre del 2015 de:  
<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/Publicaciones/quipukamayoc/2010/V17n33-I/pdf/a12v33n1.pdf>

COFIDE (2014). Apenas el 20% de las mypes peruanas obtienen ganancias de sus negocios. Asesor Empresarial. Recuperado de:  
<http://www.asesorempresarial.com/web/novedad.php?id=13680>

Farromeque, L. (2014). Caracterización del financiamiento y competitividad en las mypes del sector comercio - rubro venta de autopartes para vehículos motorizados del distrito de Chimbote, año 2013. (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú.

Hermosilla, G. (2015). ABC Color. Clasificación de las microempresas. Paraguay.Abc.com.py. [en línea].Recuperado el 28 de Oct. del 2015 de:  
<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/clasificacion-de-las-microempresas-1349341.html>

Herrera, W. (2013). La importancia de la micro, pequeña y mediana Empresa en Venezuela. Recuperado el 24 Nov. 2015, de:  
<http://es.slideshare.net/wilmerherrera921/la-importancia-de-la-micro-pequea-y-mediana-empresa-en-venezuela-28102851>

Ley 28015 (2003.). LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Lima. Recuperado el 12 Octubre de 2015, de:  
[http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf)

Ley 30056 (2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. (p. 2). Lima: Recuperado el 12 Octubre de 2015, de: [http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02\\_30056\\_2966.pdf](http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf)

Ochoa, J. (2013). Comercio electrónico suma competitividad a las pymes. El Peruano [en línea]: Iriarte & Asociados. Recuperado el 25 de Sept. del 2015, de: <http://www.iriartelaw.com/comercio-electronico-suma-competitividad-a-las-pymes>

Pelayo.(2011) En línea]. La competitividad. [fecha de acceso 09 de noviembre de 2015]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>

Peña (2011). Modelo de Competitividad Internacional de la Empresa: En economías en Desarrollo y/o Emergentes de Latinoamérica. Recuperado el 13 de Octubre del 2015, de: [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:67230/componente67228.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67230/componente67228.pdf)

Penfold (2009). Competitividad y MIPYMES en América Latina. Excel, Orlando. Recuperado de: [https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjO7qHwqffUAhVBzz4KHbGQA80QFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fmba.americaeconomia.com%2Fsites%2Fmba.americaeconomia.com%2Ffiles%2FMPenfold\\_PyMES-TIC\\_OEA.ppt&usg=AFQjCNFc8OmL4fni-9idFy8p7euhJdd4UQ](https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjO7qHwqffUAhVBzz4KHbGQA80QFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fmba.americaeconomia.com%2Fsites%2Fmba.americaeconomia.com%2Ffiles%2FMPenfold_PyMES-TIC_OEA.ppt&usg=AFQjCNFc8OmL4fni-9idFy8p7euhJdd4UQ)

- Regalado, C. (2014). Caracterización de la formalización y la competitividad de Las MYPES del sector comercio - rubro venta de combustibles del distrito de Santa periodo 2012- 2013. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Santa- Ancash, Perú.
- Valderrama, S. (2015). Gestión de calidad y competitividad de Las MYPES del sector comercio - rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014. (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú.
- Valdeiglesia, R. (2015). Caracterización del financiamiento y la competitividad de Las MYPES del sector comercio, rubro venta de calzado del distrito El Porvenir, año 2014. (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú.
- Rubio (2013). Factores Determinantes de la Competitividad de las Micro Empresas en México. Disponible en: <http://www.chi.itesm.mx/investigacion/wp-content/uploads/2013/11/NEG34.pdf>
- PUCP (2013). ¿Qué es la Competitividad? Parte 2. Disponible en: <http://200.16.4.26/el-asesor/que-es-la-competitividad-parte-2#sthash.nKQHGesD.dpbs>
- Vargar, B y Del Castillo, C (2008). COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE DE LA PEQUEÑA EMPRESA: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/cuadernos-de-difusion/2008/competividadesostenible.pdf>

Villarán, F. (2012). Articulación y Asociatividad en las PYMEs Peruanas. Encuentro de PYMES de Iberoamérica y África del Norte SEGIB. Recuperado el 30 de Octubre del 2015, de: <http://segib.org/actividades/files/2012/10/Fernando-Villaran.pdf>

Sotomayor, K. (2012). CEPLAN. Particularidades competitivas de la región Ancash. Recuperado el 02 de Octubre del 2015, de: [http://www.ceplan.gob.pe/sites/default/files/Documentos/3.\\_particularidades\\_competitivas\\_klebert\\_sotomayor.pdf](http://www.ceplan.gob.pe/sites/default/files/Documentos/3._particularidades_competitivas_klebert_sotomayor.pdf)

Tello (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. Recuperado el 01 de Noviembre del 2015 de: [https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjSv8OUqffUAhXLWz4KHW\\_uC-AQFggtMAE&url=https%3A%2F%2Fdigitalnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5157875.pdf&usg=AFQjCNHuxUpd325D299RTuJzOqNMWGQGNQ](https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjSv8OUqffUAhXLWz4KHW_uC-AQFggtMAE&url=https%3A%2F%2Fdigitalnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5157875.pdf&usg=AFQjCNHuxUpd325D299RTuJzOqNMWGQGNQ)

Zoltai, M. (2014). La falta de innovación en las pymes es un gran lastre a la competitividad de Europa. Eleconomista.es. Recuperado de: <http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5848511/06/14/La-falta-de-innovacion-en-las-pymes-es-un-gran-lastre-a-la-competitividad-de-Europa.html>

## ANEXOS

### ANEXO 01.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	SEMANAS																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
Socialización del SPA	X																										
Elaboración de Proyecto		X																									
Introducción		X																									
Revisión de Literatura			X																								
Metodología				X																							
Referencias Bibliográficas					X																						
Presentación y Aprobación de Proyecto						X																					
Elaboración de cuestionario							X																				
Trabajo de Campo								X	X																		
Recolección de datos									X	X																	
Elaboración de cuadros y gráficos										X																	
Análisis de Resultados											X	X															
Conclusiones												X															
anexos												X															
Presentación de Proyecto													X														
Aprobación de Proyecto														X													
Revisión de Introducción														X	X												
Revisión de Revisión de Literatura															X	X											
Revisión de Metodología																	X										
Revisión de Resultados																		X	X								
Revisión de Conclusiones																				X							
Referencias Bibliográficas																						X					
Anexos																							X				
Elaboración del informe Final de Tesis																							X	X			
Presentación del Informe Final de Tesis																										X	
Aprobación del Informe Final de Tesis																											X

**ANEXO 02.- PRESUPUESTO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>PRECIO</b>
Impresión	100	Unidad	0.10	10.00
Copias	50	Unidades	0.10	5.00
Pasajes	60	días	1.5	90.00
Energía eléctrica	3	mes	20.00	60.00
Internet	80	Horas	1.00	80.00
Otros gastos		Un.	-	10.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 255.00</b>

**FINANCIAMIENTO: Autofinanciado por el propio estudiante**

**ANEXO 03.- CUADRO DE SONDEO**

N°	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCION
1	Grupo Ferretero “EDIFYCAR E.I.R.L.”	Castillo Cesar	Jr. Manuel Ruiz #984
2	Ferretería “TONY”	Torres Sara	Jr. Manuel Ruiz 908
3	Distribuidora “TRINIT”	Rodolfo Torre Alva Miranda	Jr. Manuel Ruiz #936
4	Inversiones La VIGA S.R.L.	Guzmán Canchis Wilfredo	Jr. Manuel Ruiz #905
5	DIMAFER E.I.R.L.	Angulo Serrano Edgar	Jr. Manuel Ruiz #888
6	Ferretería “Lisbeth”	Yesica Paola Pérez	Jr. Manuel Ruiz 994
7	Ferretería “Brandon De Roncal Mantilla”	Torres Rojas Jhon	Jr. Manuel Ruiz #994
8	Fabrifex	Rogger Echevarria Del Rosario	Jr. Manuel Ruiz “984

## **ANEXO 04.- CUESTIONARIO**

**CUESTIONARIO:** El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPES para desarrollar el trabajo de investigación: “Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de materiales de construcción, Jirón Manuel Ruiz, Distrito de Chimbote, 2015”; para obtener el título de Licenciada en Administración. Este cuestionario se utilizara solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

### **1. Generalidades**

#### **1.1.Referente a los representantes de Las MYPES**

##### **1. ¿Cuántos años tiene?**

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 años a más

##### **2. Género**

- a) Masculino
- b) Femenino

##### **3. ¿Cuál es el grado de Instrucción que tiene?**

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

##### **4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?**

- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Gerente

##### **5. ¿Cuántos años desempeña el cargo en la empresa?**

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 años a más

## **1.2.Referente a Las MYPES**

**6. ¿Cuántos años lleva de permanencia la empresa en el rubro?**

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 años a más

**7. ¿Cuál fue el objetivo de creación de su empresa?**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**8. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?**

- a) 1 - 5 trabajadores
- b) 5 a más trabajadores

## **2. Referente a la Competitividad de Las MYPES.**

**9. ¿Cree que su empresa es competitiva?**

- a) Si
- b) No

**10. ¿De qué forma es competitiva su empresa?**

- a. Precios bajos
- b. Calidad del producto
- c. Atención al cliente

**11. ¿Conoce Usted a sus principales competidores?**

- a. Si
- b. No
- c. Algunos

**12. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?**

- a. Si
- b. No

**13. ¿Ha mejorado la infraestructura de su empresa para poder ser competitiva?**

- a) Si
- b) No

**14. ¿Considera Ud. Que el ser competitivo permite incrementar las ganancias de su empresa?**

- a) Si
- b) No

**15. ¿Cree Ud. Que utilizar rotación de personal, mejora su competitividad?**

- a) Si
- b) No

## ANEXO 05.- CUADRO DE TABULACIONES

### A) Con respecto a los representantes

Preguntas	Respuesta	Tabulación	F. Absoluta	F. Relativa
1. Edad	18 – 30 años	-	0	0.0 %
	31 – 50 años	III-II	7	87.5%
	50 - a más	I	1	12.5%
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>
2. Género	Masculino	III-II	7	87.5%
	Femenino	I	1	12.5%
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>
3. Grado de Instrucción	Sin instrucción	-	0	0.0 %
	Estudios Primarios	-	0	0.0 %
	Estudios Secundarios	III	3	37.5%
	Estudios No Universitaria	I	1	12.5%
	Superior Universitarios	III	4	50,0%
	<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>100.0%</b>
4. ¿Cuál es el cargo que desempeña en su empresa?	Dueño	II	2	25,0%
	Administrador	III	5	62,5%
	Gerente	I	1	12,5%
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>
5. ¿Cuántos años lleva en el cargo?	0 – 3 años	-	0	0.0 %
	4 – 6 años	I	1	12,5%
	7 a más años	III-II	7	87,5%
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>

### B) Con respecto a Las MYPES

Preguntas	Respuesta	Tabulación	F. Absoluta	F. Relativa
6. ¿Cuántos años de permanencia lleva la empresa en el rubro?	0 - 3 años		0	0.0 %
	4 - 6 años	I	1	12,5%
	7 años a más	III-II	7	87,5%
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>
7. ¿Cuál fue el objetivo de creación de la empresa?	Generar ganancia	III-II	7	87,5%
	Subsistencia	I	1	12,5%
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>
8. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?	1 – 5	III-II	7	87,5%
	5 a más	I	1	12,5%
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>

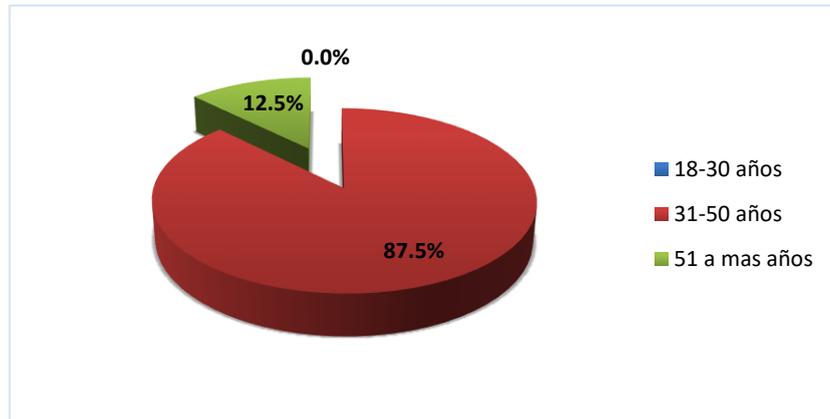
**C) Con respecto a la Competitividad de Las MYPES**

<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Tabulación</b>	<b>F. Absoluta</b>	<b>F. Relativa</b>
9. ¿Cree que su empresa es competitiva	Si	HH II	7	87.5%
	No	I	1	12.5%
	Total	8	8	100.0%
10. ¿De qué forma es competitiva su empresa	Precios bajos	III	3	37,5%
	Calidad del producto	-	0	0.0 %
	Atención al cliente	HHI	5	62,5%
	Total	8	8	100.0%
11. ¿Conoce Ud. a sus principales competidores?	Si	HH III	8	100.0%
	No	-	0	0.0%
	Algunos	-	0	0.0%
	Total	8	8	100.0%
12. ¿Su empresa cuenta con un plan estratégico?	Si	II	2	25,0%
	No	HHI I	6	75,0%
	Total	8	8	100.0%
13. ¿Ha mejorado la infraestructura de su empresa para poder ser competitiva?	Si	HHH II	7	87,5%
	No	I	1	12,5%
	Total	8	8	100.0%
14. ¿Considera Ud. que el ser competitivo permite incrementar las ganancias de su empresa?	Si	HHH II	7	87,5%
	No	I	1	12,5%
	Total	8	8	100.0%
15. ¿Cree ud. que utilizar rotación de personal, mejora su competitividad?	Si	II	2	25,0%
	No	HHH I	6	75,0%
	Total	8	8	100.0%

## ANEXO 05.- FIGURAS

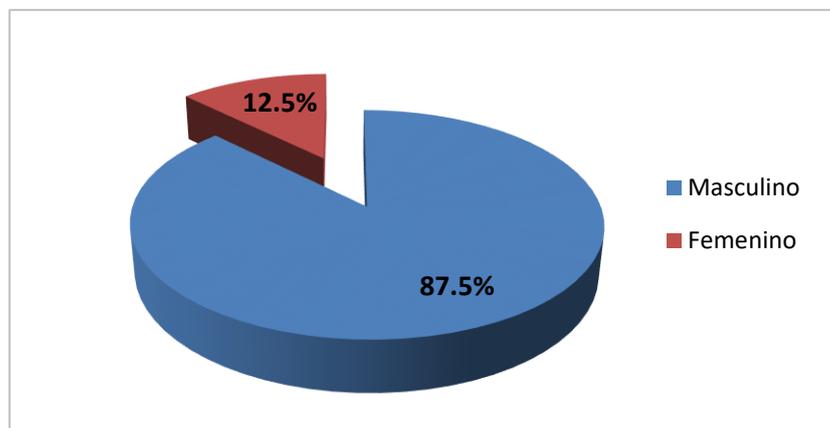
### FIGURAS

#### 1. Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas



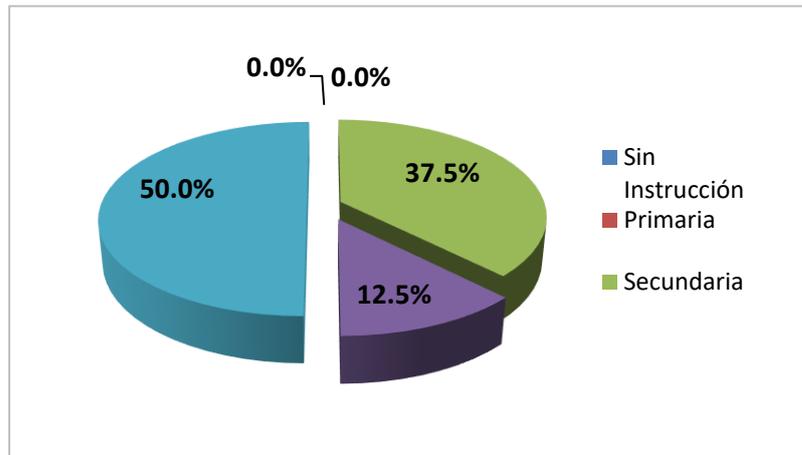
**Figura N°1:** Edad del representante de la Micro y pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N°1



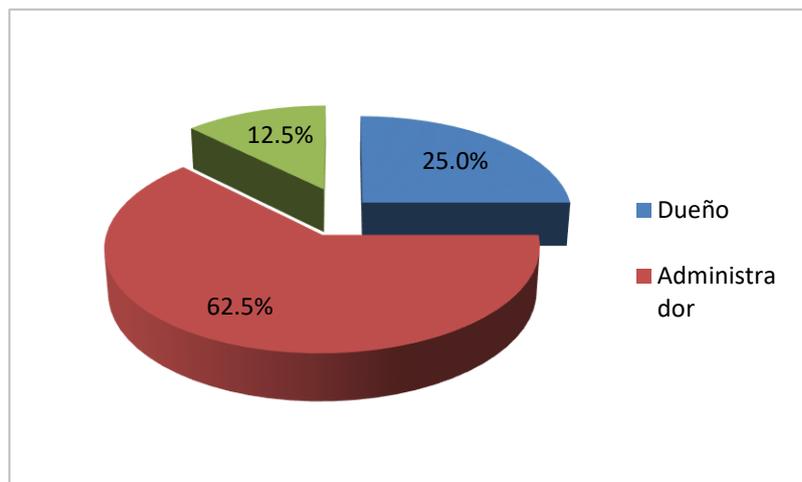
**Figura N°2:** Genero del representante de la Micro y pequeña empresa

**Fuente:** Tabla N°1



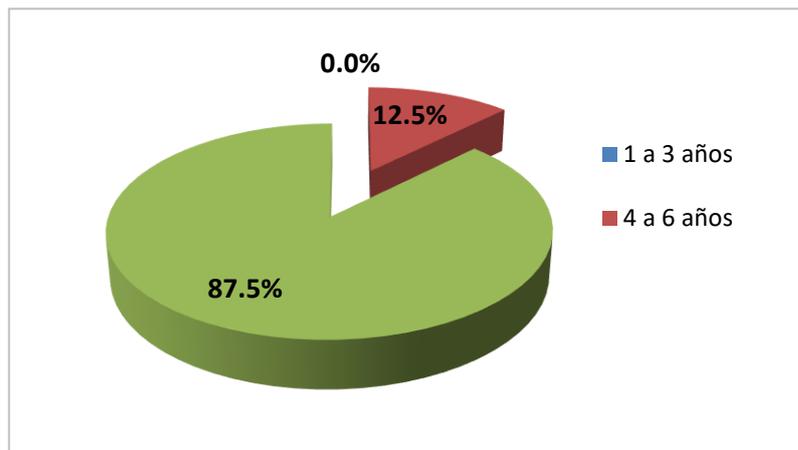
**Figura N°3:** Grado de Instrucción del representante del MYPE

**Fuente:** Tabla N°1



**Figura N°4:** Cargo que desempeña en la Micro y pequeña empresa

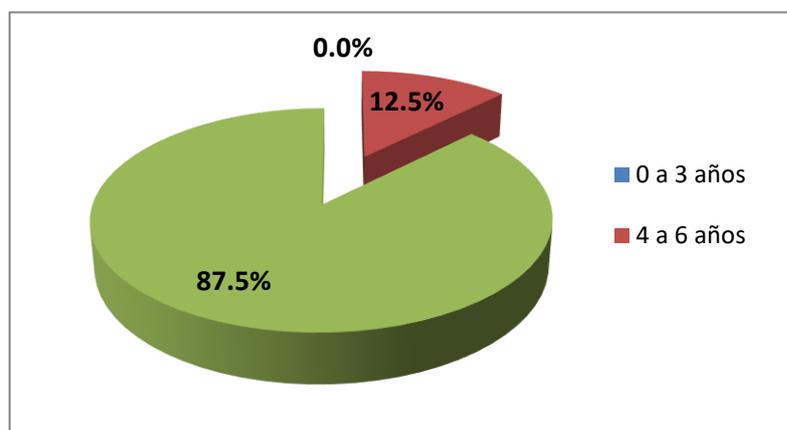
**Fuente:** Tabla N°1



**Figura N°5:** Tiempo en el cargo que desempeña en la micro y pequeña empresa

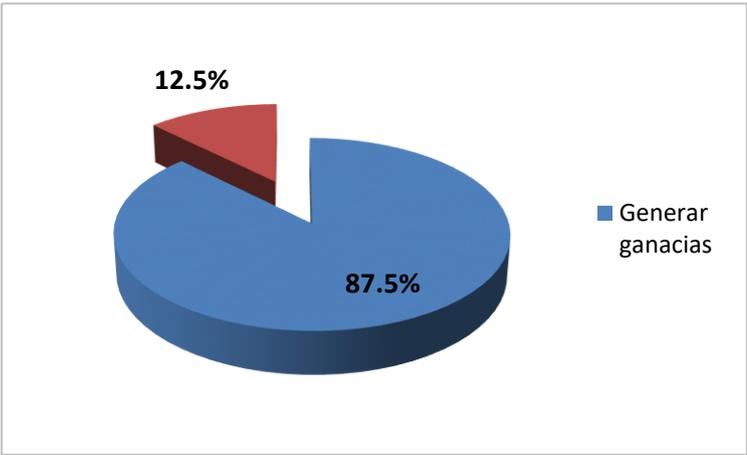
**Fuente:** Tabla N°1

## 2. Respecto a las características de Las MYPES



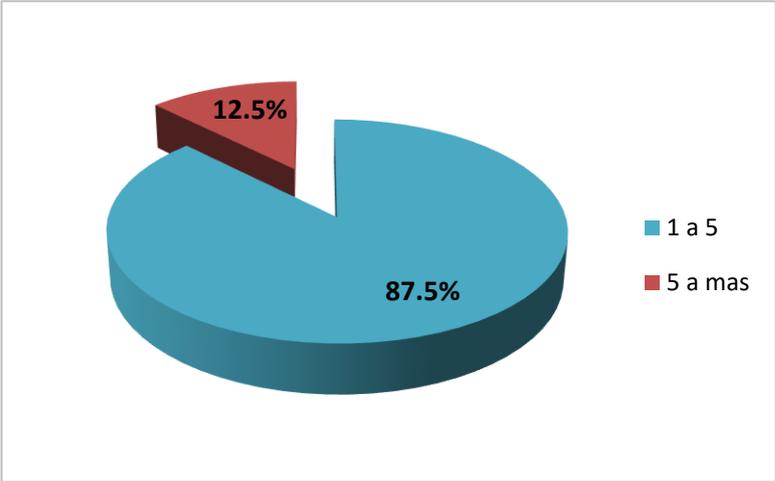
**Figura N°6:** Años de permanencia de La MYPE en el rubro

**Fuente:** Tabla N°2



**Figura N°7:** Objetivo de creación de la micro y pequeña empresa

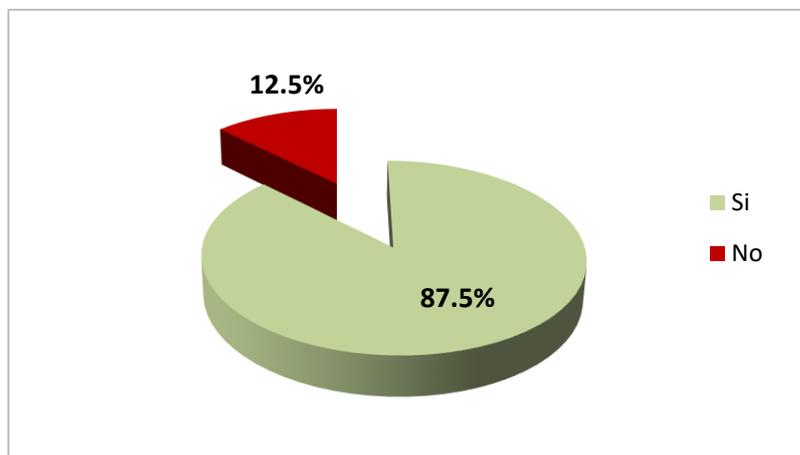
**Fuente:** Tabla N°2



**Figura N°8:** Cantidad de Trabajadores en La MYPE

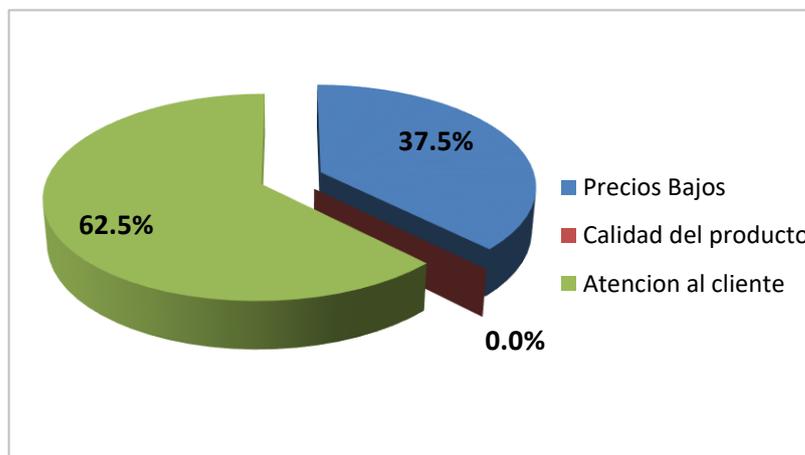
**Fuente:** Tabla N°2

### 3. Respecto a la variable Competitividad de Las MYPES



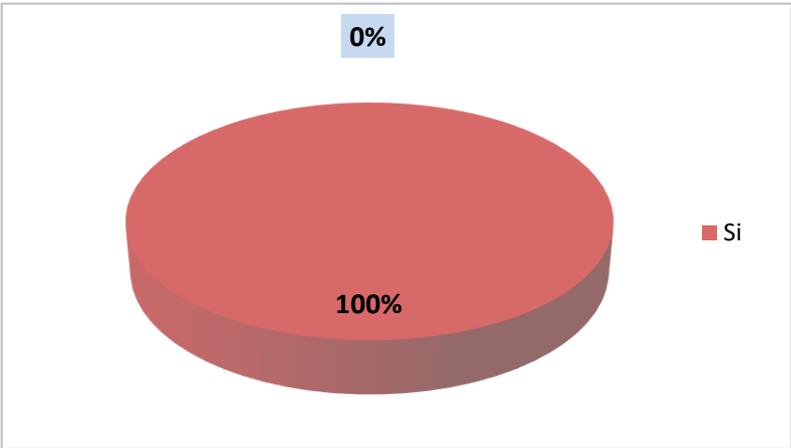
**Figura N°9:** Considera que la microempresa es competitiva

**Fuente:** Tabla N°3



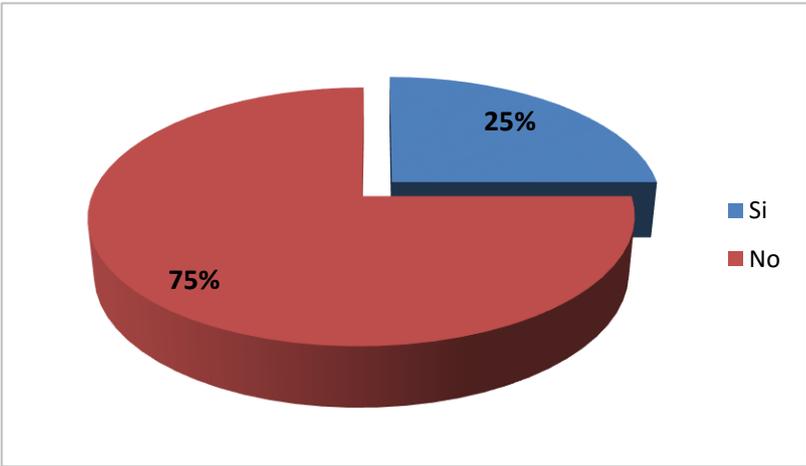
**Figura N°10:** Forma competitiva de la microempresa

**Fuente:** Tabla N°3



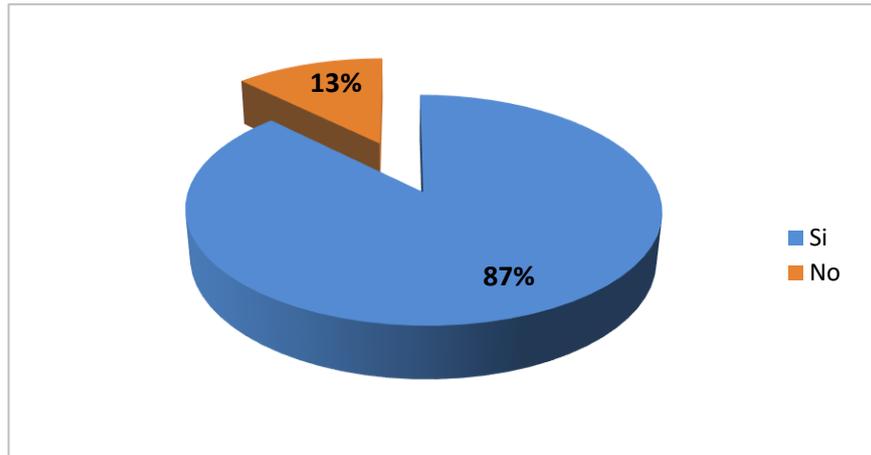
**Figura N°11:** Conoce a los competidores de La MYPE

**Fuente:** Tabla N°3



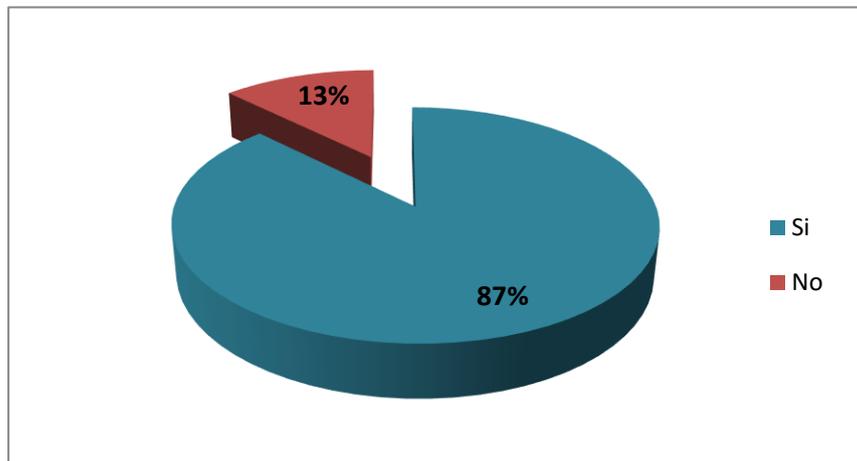
**Figura N°12:** La microempresa cuenta con un Plan Estratégico

**Fuente:** Tabla N°3



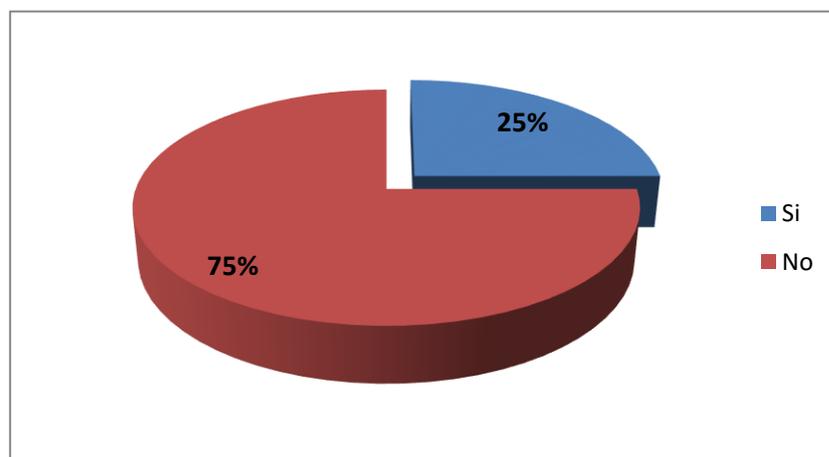
**Figura N°13:** La microempresa ha mejorado su Infraestructura

**Fuente:** Tabla N°3



**Figura N°14:** La por Competitividad incrementa las ganancias de La MYPE

**Fuente:** Tabla N°3



**Figura N°15:** La rotación de personal mejora la competitividad

**Fuente:** Tabla N°3