



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
RUBRO -VENTA DE AGROQUÍMICOS Y FERTILIZANTES DEL  
JIRON LIMA, DISTRITO DE BARRANCA, 2016.**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

**AUTOR:**

Bach. CARRILLO ORTEGA JOSE LUIS

**ASESOR:**

Mg. GONZALES AÑORGA CARLOS

**BARRANCA-PERU**

**2016**

## **TITULO**

**LA COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS RUBRO -VENTA DE AGROQUÍMICOS Y  
FERTILIZANTES DEL JIRON LIMA, DISTRITO DE  
BARRANCA, 2016.**

## HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

---

Dr. Bautista Juan de Dios Reylelis  
**PRESIDENTE**

---

Lic. Mena Melgarejo Angel C.  
**SECRETARIO**

---

Dra. Zenozain Cordero Carmen  
**MIEMBRO**

## **DEDICATORIA**

Dedico este informe de Tesis a todos los que creyeron en mí, a toda la gente que me apoyo, a mis amigos y familiares, pero en especial a mi padre fallecido que lamentablemente no está con nosotros, a mi madre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor, también a mi esposa, compañera inseparable de cada jornada, por estar ahí cuando más la necesite, ella representó gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud principalmente a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio y permitir llegar al final de mi carrera.

A mi asesor Mg. Gonzales Añorga Carlos quien nos instruyó y oriento en todo momento en la realización de este proyecto que enmarca el último escalón hacia un futuro, también debo agradecer a esta institución por permitir mi formación como profesional, como persona y como ciudadano.

## RESUMEN

En la actualidad en nuestro país, las micro y pequeñas empresas han cobrado relevancia, dentro de nuestro mercado empresarial, puesto que son las que más producen y las que más empleos generan.

Hoy en día podemos decir que ya no se puede hablar de hacer las cosas bien sino de mantener un nivel adecuado durante la realización de un producto o servicio frente a la competencia. La competitividad representa un papel muy importante en las empresas, ya que estas deben tener una característica especial para poder ser diferenciadas de su competencia; por esto dichas empresas deben esforzarse por tener ventajas competitivas sostenibles que marquen una pauta respecto a las demás empresas y no ser absorbidas o desaparecer del mercado a causa de su falta de competitividad.

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro -Venta De Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016. La investigación es de tipo cuantitativo, porque se medirá la variable competitividad en todos sus contextos, el nivel de investigación es descriptivo porque solo se detallara y/o mencionara la población de estudio a partir de la muestra que es un total de 13 Mypes. Se utilizara la técnica de encuestas y el instrumento será un cuestionario de 11 preguntas a la muestra dirigida, siendo a la vez una encuesta personal ya que será en presencia de los mismos para lograr un mejor análisis, observación y características de la variable.

**Palabras clave:** Competitividad a las Mypes

## **ABSTRACT**

Today in our country, micro and small enterprises have become important within our business market, since they are produced and which generate more jobs.

Today we can say that we can not talk about doing things right but to maintain an adequate level during the performance of a product or service against the competition. The competitiveness represents a very important role in companies, as these must have a special feature to be differentiated from its competition; why these companies should strive to have sustainable competitive advantages that make a pattern over other companies and not be absorbed or disappear from the market because of its lack of competitiveness.

This research had as general objective: To determine the main characteristics of competitiveness in Micro and Small Companies Go Sale of Agrochemicals and Fertilizers Lima Jr., District of Barranca, 2016. The research is quantitative, because will measure the competitiveness variable peck around their contexts, the level of research is descriptive because it only detailing and / or studio mention the population from the sample that is a total of 13 Mypes. The survey technique was used and the instrument will be a questionnaire of 11 questions directed to the sample, being both a personal survey as it will be in the presence of the same for better analysis, observation and characteristics of the variable.

**Keywords:** Competitiveness MSEs

## CONTENIDO

<b>TITULO .....</b>	<b>2</b>
<b>HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR .....</b>	<b>3</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>5</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>7</b>
<b>INDICE DE TABLAS .....</b>	<b>9</b>
<b>INDICE DE GRAFICOS .....</b>	<b>9</b>
<b>I. INTRODUCCION.....</b>	<b>10</b>
<b>II. REVISION LITERARIA. ....</b>	<b>12</b>
<b>2.1. Antecedentes .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2. Bases teóricas de la investigación .....</b>	<b>18</b>
<b>III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1. Diseño de la investigación.....</b>	<b>39</b>
<b>3.2. Población y muestra.....</b>	<b>39</b>
<b>3.3. Definición y operacionalización de variables .....</b>	<b>39</b>
<b>3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....</b>	<b>40</b>
<b>3.5. Plan de análisis.....</b>	<b>40</b>
<b>3.6. Matriz de consistencia .....</b>	<b>41</b>
<b>3.7. Principios éticos .....</b>	<b>42</b>
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1. Resultados .....</b>	<b>43</b>
<b>4.2. Análisis de resultados .....</b>	<b>54</b>
<b>V. CONCLUSION .....</b>	<b>56</b>
<b>5.1. Aspectos complementarios.....</b>	<b>56</b>
<b>5.2. Referencias Bibliográficas:.....</b>	<b>57</b>
<b>5.3. ANEXOS.....</b>	<b>60</b>



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Que edad tiene usted?.....	43
Tabla 2: Con que grado de instruccion cuenta usted? .....	44
Tabla 3: ¿Considera Ud que el rubro que maneja en su empresa está en constante crecimiento? .....	45
Tabla 4: ¿Considera Usted que su empresa trabaja con algunos estandares de calidad que garanticen sus productos y servicios? .....	46
Tabla 5: ¿Cree usted que su desempeño incide en una buena calidad del servicio que brinda su empresa? .....	47
Tabla 6: ¿La empresa que Ud. Dirige ¿se preocupa por evaluar la eficiencia de sus colaboradores?. 48	
Tabla 7: ¿Cree Ud. que la competitividad de su empresa depende del buen servicio que brinda? .....	49
Tabla 8: ¿ Usted como empresario se preocupa por la productividad de su empres?.....	50
Tabla 9: ¿ En los ultimos años cree usted que ha mejorado el desempeño de sus colaboradores? .....	51
Tabla 10: ¿ Porque cree usted que los clientes adquieren sus productos?.....	52
Tabla 11: ¿ Cree usted que la competencia le ha ayudado a que su negocio sea mas conocido y competitivo? .....	53

## INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: Edad del Representante.....	43
Grafico 2: Grado de Instruccion.....	44
Grafico 3.....	45
Grafico 4.....	46
Grafico 5.....	47
Grafico 6.....	48
Grafico 7.....	49
Grafico 8.....	50
Grafico 9.....	51
Grafico 10.....	52
Grafico 11.....	53

## I. INTRODUCCION

Las pequeñas y medianas empresas, (Pymes), tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza. En tal caso enfatizaremos nuestro estudio en el rubro de venta comercial de **Agroquímicos y Fertilizantes** por lo que el uso de químicos ha permitido grandes avances en la productividad agrícola.

Ahora la comercialización de dichos productos se ve con mayor excelencia en calidad aumentando así la competitividad sin embargo algunos de los compuestos químicos que se introducen en el ambiente pueden resultar perjudiciales sobre todo si no se siguen las recomendaciones y medidas de precaución en su uso y efectivamente la falta de información sobre los productos que se ofrece o el incremento de los precios por encima del mercado proporciona una pérdida de competitividad la cual amenaza a largo plazo la supervivencia de este negocio y la baja satisfacción en los clientes que adquieran los productos.

Por lo que para ser competitiva, se necesita establecer, desarrollar y perfeccionar sistemas propios de Planeación, Organización, Dirección y Control dirigidos a lograr altos niveles de satisfacción entre los colaboradores que en ella confluyen, cimentados en un eficaz sistema de información interna y externa que le permita anticipar y profundizar en los cambios que se vienen dando en su medio ambiente. La competitividad es un estilo de vida que en capacidad de llevar como bandera siempre

llena su ambiente de niveles altamente visionarios y encaminados hacia una mejor situación, tanto laboral como social.

Estas empresas deben enfocarse en incluir en sus modelos administrativos estrategias de productividad, ventajas competitivas, cadena de valor e innovación, que estén enfocadas al alcance diario de la competitividad. Estos factores o estrategias ayudan a medir que tan competitiva puede ser una organización o empresa frente a un mercado nacional e internacional.

Por lo antes mencionado se hace necesario desarrollar el siguiente estudio de investigación titulado: la competitividad en las micro y pequeñas empresas Rubro - Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016.

## II. REVISION LITERARIA.

### 2.1. Antecedentes

**Domínguez (2014)**, En su trabajo de investigación titulado: Caracterización de la competitividad bajo el enfoque del Diamante de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014. La investigación fue descriptiva, cuantitativa, y transaccional, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a una población de 25 MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas a través de la técnica de la encuesta. Los principales resultados del estudio fueron: El 36% de propietarios de los bazares consideran que se presentan condiciones para el ingreso potencial de nuevos competidores debido a que las barreras de entrada son bajas, el 40% menciona que la rivalidad entre los bazares es alta ya que no poseen atributos o características que les permitan diferenciarse de sus competidores, el 28% no poseen una identidad de marca de su bazar, lo cual hace que los clientes acudan a las boutiques u otras tiendas de especialidad ya posicionadas en el mercado, el 60% de propietarios menciona que el poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que existe un número reducido de ellos que abastecen con prendas a los bazares y usualmente amenazan con elevar los precios de las prendas, y el 56% menciona que el poder de negociación de los clientes es bajo ya que no hay negociación de precios por la compra de prendas en grandes cantidades. Llego a la conclusión que los bazares no utilizan el enfoque del Diamante de Porter para diagnosticar el entorno en el cual compiten y por lo tanto gestionar eficiente y eficazmente sus empresas, lo que le resta competitividad a sus negocios.

**Iparraguirre (2013)**, En su trabajo de investigación titulado: Caracterización de la competitividad de las MYPE del sector comercio – rubro librerías, del mercado espinar de Chimbote, 2013, la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel Descriptivo y diseño No experimental/ transversal, se utilizó una población muestral de 8 MYPE , a quienes se le aplicó un cuestionario de 15 preguntas utilizando la técnica encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 100% de los representantes legales de las MYPE, tienen entre 30 – 50 años, El 62% contaron con estudios secundarios, El 50% Crearon su MYPE por oportunidad en el mercado, El 87% cuentan con 01 a 05 trabajadores, el 75% contaron con productos de calidad en parte, 75% aumentaron sus costos manteniendo la calidad, el 100% no capacita a su personal, 50% de sus clientes compran en el establecimiento por la calidad. Llego a la conclusión que la mayoría son del sexo masculino y tienen estudios secundarios, siempre han trabajado en el mismo rubro, formaron su MYPE por oportunidad en el mercado, llevan laborando en este sector de 11 a más, además cuentan con un número de trabajadores de 01 a 05, no capacita a su personal en aspectos de calidad y mejoramiento continuo, conoce sus principales competidores, además de haber mejorado su proceso de compra-venta el último año, también habían aumentado sus costos manteniendo la calidad, contaron en parte con productos de calidad, el precio con sus competidores es igual, la atención al cliente es regular y los clientes compran por su calidad de las productos.

**Pinedo, (2011)**. .En su estudio de investigación titulado: “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas -rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería - provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010”. Llego a los siguientes resultados, respecto a los representantes. El 88% de los representantes legales

encuestados son sexo masculino. El 50% de los microempresarios encuestados tienen grado de instrucción secundaria completa el 54% tenían grado de instrucción de educación superior universitaria, el 33.3% poseen superior universitaria, el 40% superior universitaria, respectivamente. Estas diferencias podrían estar siendo explicadas por el giro del negocio de las Mypes en estudio. Respecto a las características de las Mypes. El 100% de los microempresarios encuestados se dedican al rubro renovadoras de calzado hace más de 3 años. El 75% tiene dos trabajadores eventuales, Respecto a la competitividad a) El 100% de la Mypes encuestadas, precisa que en los últimos dos años ha mejorado su proceso de compra – venta. El 88% de Mypes encuestadas, precisa que en los últimos dos años ha mejorado el servicio de atención al cliente. El 100% de las Mypes encuestadas, precisa que en los últimos dos años si se han preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende. El 100% de las Mypes encuestadas, precisa que, en los últimos dos años si se han preocupado por dar mejor servicio que el de sus competidores. El 40% de las Mypes encuestadas precisa que sus clientes compran en su establecimiento por el mejor servicio que brinda, el 30% cree por la calidad de sus productos, mientras que el 30% por los bajos precios de sus productos. El 75% de las Mypes encuestadas, precisan que en los últimos dos años se han preocupado por mejorar los productos de compra y venta de sus productos, mientras que el 10% manifiesta lo contrario.

**Coello, R. (2013).** En su estudio de investigación titulado “Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las Mypes - rubro ferretero de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2011 ”, llego a los siguientes resultados ,respecto a los representantes, el 55 % de los representantes legales son personas adultas ya que

sus edades oscilan entre 35 y 44 años .El 82% de los representantes legales encuestados son del sexo Masculino el 18% el sexo femenino, lo que incide que en el rubro ferretero las Mypes se dirigen por varones. El 45% de los empresarios encuestados tienen grado de instrucción superior universitaria en donde los 66.75 % tienen grado de instrucción de secundaria y el 54% tienen grado de instrucción de educación superior universitaria, respectivamente. Respecto a las a las MYPES: El 91% de las MYPES de este sector comercial son formales, que la situación de los trabajadores en este sector el 55% son permanentes y un no menos importante 45% son eventuales, el 82% de este sector comercial se constituyó para obtener ganancias. Respecto a la Competitividad: El 82% de los empresarios conoce el termino Competitividad, mientras que el 18% no lo tiene identificado, el 46% de las empresas es competitiva en Precios, el 36% en lo que es Calidad y el 18% en la atención al Cliente, el 82% manifiesto no haber realizado ningún tipo de investigación solo un 18% lo realizó.

**Gonzales, A. (2011)** En su estudio de investigación titulado: “caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas – rubro boticas, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010”, llego a los siguientes resultados, respecto a los representantes, el 70% de los representantes legales son personas adultas, ya que sus edades oscilan entre 26 y 60 años. El 80% de los representantes legales encuestados son del sexo femenino. El 90% de los microempresarios encuestados tienen grado de instrucción superior no universitaria completa, el 33.3% poseen superior universitaria y el 40% superior universitaria, respectivamente. Respecto a la competitividad. El 100% de la Mypes encuestadas, precisan que en los últimos dos años ha mejorado su proceso de compra – venta. El 100% de Mypes encuestadas, precisan que en los últimos dos

años ha mejorado el servicio de atención al cliente. El 100% de las Mypes encuestadas, precisan que en los últimos dos años se han preocupado por mejorar la calidad de los productos que venden. El 100% de las Mypes encuestadas, precisan que, en los últimos dos años se han preocupado por dar mejor servicio que el de sus competidores. El 40% de las Mypes encuestadas precisan que sus clientes compran en sus establecimientos por el mejor servicio que brindan, el 30% cree por la calidad de sus productos, mientras que el 30% por los bajos precios de sus productos. El 90% de las Mypes encuestadas, precisan que en los últimos dos años se han preocupado por mejorar los procesos de compra y venta de sus productos, mientras que el 10% manifiesta lo contrario.

**Blas, E. (2013).** En su estudio de investigación titulado: “caracterización del financiamiento y la competitividad de las mypes - rubro venta de muebles de melanina del distrito de Chimbote, período 2010-2011”. Llego a los siguientes resultados, respecto a los representantes. La edad de los representantes legales de las Mypes encuestados se encuentra en el rango de 25 a 44 años. El 80% de los representantes legales encuestados son del sexo masculino. El 70% de los empresarios encuestados tiene grado de instrucción secundaria completa. Respecto a la Mypes. El 40% de los representantes legales de las Mypes dijeron tener más de 3 años en la actividad empresarial. El 80% de los empresarios dijeron que tienen entre 1 a 05 trabajadores, el 20% dijeron que tienen entre 06 a 10 trabajadores. El 90% de las Mypes no están formalizados pero están en proceso, y solo un 10% esta formalizado Respecto a la competitividad. El 80% de los representantes legales de las Mypes encuestados dijeron tener conocimiento sobre la competitividad. El 80% de los empresarios dijeron ser empresas competentes y el 20% dijeron que aún les falta para lograr ser competitivos. El 80% de los empresarios mejoraron su



competitividad. El 80% de Mypes encuestadas mejoraron su competitividad por el financiamiento recibido.

**Regalado, S. (2014).** En su estudio de investigación titulado: “Caracterización de la formalización y la competitividad de las mypes – rubro venta de combustibles del distrito de Barranca periodo 2012-2013”, llego a los siguientes resultados, respecto a los representantes. Del 100%, el 67% de empresarios manifiestan tener de 41 a más años de edad. Del 100%, el 67% de empresarios manifiestan ser casados y el 33% ser solteros. El 100% de empresarios manifiestan ser universitarios. Del 100%, el 67% de empresarios encuestados, manifiestan ser administradores, y el 33% ser los representantes legales Respecto a alas mypes. El 100% de Mypes, tienen 3 a más años en la actividad y el rubro. El 100% de Mypes se encuentra formalizada. El 100% de Mypes encuestadas, tienen de 6 a más trabajadores Respecto a la competitividad de la empresa. El 100% de empresarios manifestaron tener conocimiento del término competitividad. El 67% de empresarios manifestaron que uno de los factores que determinan la competitividad de la empresa es la calidad en el servicio. El 100% de empresarios están de acuerdo que es estado debe promover la competitividad de la mype .El 100% de empresarios encuestados, están de acuerdo la implementación de nuevas tecnologías contribuye a la competitividad de la mype.

**Patterson, S. (2015)** En su estudio de investigación titulado: Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas – rubro librería, del mercado espinar, distrito de Chimbote, 2013. ”, Llego a los siguientes resultados, respecto a los representantes, la edad de los representantes legales de la MYPE tienen de entre 30 – 50 años. En cuanto al género de los representantes legales de la MYPE son del

sexo. El grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE cuenta con estudios secundarios. Los años que labora en el sector comercial, El 75% labora de 11 – a más, en el sector comercial Respecto a las a las MYPES. El 50% Crearon su MYPE por oportunidad en el mercado. El 100% respondieron que siempre han trabajado en el mismo, el 45% no precisaron el número de trabajadores aduciendo que son eventuales tienen dentro de su negocio Con respecto a su competitividad .El 62% Sí conoce a sus principales competidores, el 25% No los conoce, el 13% respondió conocer algunos de sus principales competidores.

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

### **Mypes y Pequeñas empresas**

**Según la ley N° 28015, (2003).** Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa, define a la micro y pequeña empresa en su artículo 2 como 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, transformación, producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicios.

### **Características**

**Según la ley 30056, (2013).** Ley Que Modifica Diversas Leyes Para Facilitar La Inversión, Impulsar El Desarrollo Productivo Y El Crecimiento Empresarial. Los micros, pequeñas y medianas empresas ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. De este modo una

microempresa podrá contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada. Deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.
- Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

### **Importancia**

**Según Valda, (2010).** Considera de vital importancia a las PYMES, como las organizaciones generadoras de empleos, de bienestar y satisfacción a la comunidad; siendo la familia un elemento importante para alcanzar la lucratividad en los negocios.

**Según Tello (2014),** La importancia de la Micro y Pequeña empresa se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, 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. En segundo lugar, 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. Se equivocan quienes creen que la pequeña empresa es un fenómeno exótico de los

países pre industrializados del Tercer Mundo. Pese a la deficiencia en nuestra economía, la pequeña y mediana empresa han evidenciado un desarrollo inusitado a nivel mundial, organizando la denominada “producción flexible”, que no admite la rigidez de los modelos precedentes en un mundo de mercados segmentados, servicios especializados, innovación técnica constante y donde el espacio físico ha pasado a ser un componente subordinado. Todo parece indicar que la reciente revolución científico-tecnológica que está viviendo el mundo entero, potenciará aún más las pequeñas unidades productivas en la medida que las nuevas tecnologías facilitan elevar la productividad a nivel personal o familiar, la inmediatez de la comunicación favorece la distribución con menos costo, los elevados índices de escolaridad homogeneizan la mano de obra y la califican en un horizonte laboral más integrado.

### **El empresario de las Micro y Pequeñas Empresas**

**Según Aldana (2006):** La palabra empresario proviene de la palabra emprendedor y es una persona jurídica o física que acude al mercado a obtener una ventaja (inversión y ganancia). Ser empresario exige una serie de características y cualidades personales. Las cualidades necesarias de un empresario de éxito son: Capacidad de asumir riesgos; aprovechar oportunidades; conocer el ramo; sentido de organización; iniciativa y voluntad; liderazgo y relacionamiento; espíritu emprendedor; independencia personal; optimismo; tino empresarial.

### **Clasificación de las Micro y Pequeñas Empresas**

**Según Villar (2012) se clasifican en:**

Empresas Comerciales: Son las que se dedican a la compra y venta de productos;

colocan en los mercados los productos naturales, semielaborados, y terminados a mayor precio del comprado, con lo que se obtienen así una ganancia.

Empresas de servicio: Son las que buscan prestar un servicio para satisfacer necesidades de la comunidad, ya sea salud, educación transporte, recreación servicios públicos, seguros y otros servicios.

### **Tipología de las Micro y Pequeñas Empresas.**

**Según Huamán, (2009).** En base a estos factores, podemos elaborar una tipología de MYPE de tres estratos:

- MYPE de Acumulación: Las MYPES de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.
- MYPE de Subsistencia: Las MYPES de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.
- Nuevos Emprendimientos: Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea

para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

### **Objetivos:**

**Según Camarena, (2014).** Contribución al PBI, Contribución a la recaudación tributaria, Forja la formalización y desarrollo de MYPE, Incrementa el empleo, productividad, rentabilidad, ampliación de mercado interno y exportaciones.

### **Ventajas:**

**Según Aspilcueta, (2012)** .Capacidad de generación de empleos (absorben una parte importante de la Población Económica Activa), Asimilación y adaptación de tecnología, Producción local y de consumo básico.

### **Desventajas:**

**Márquez, (2010).** No tienen la capacidad técnica de las grandes entidades, que cuentan con personal muy especializado y buenos asesores en diferentes disciplinas. No tienen control sobre los proveedores y clientes, perdiendo la oportunidad de disfrutar de una situación ventajosa. Pierden su autonomía si son adquiridas por grandes empresas.

### **Factores de éxito de las mypes**

Según **Lacayo, (2010).** Define los siguientes factores de éxito:

- **Factor humano**, si bien se sabe, por datos de historia el hombre es el que inicia con el mercado de intercambio, venta o compra, es él que analiza y ve una necesidad para aprovechar y dar a conocer su producto o servicio, obteniendo una retribución económica.
- **Conocimiento**, para un empresario de pyme en la actualidad tiene que tener un conocimiento básico de como iniciar, desarrollar y hacer crecer

su empresa, este aprendizaje se logra a través de capacitaciones, asesoramiento, estudio que se ofrece en entidades como institutos, universidades, ministerios, organizaciones no gubernamentales, charlas o cursos. Donde la persona adquiere los conocimientos básicos de como realizara su negocio, obteniendo un panorama y herramientas para iniciar con su emprendimiento contando con una base de ideas.

- **Capital,** Se debe tener en cuenta que se tiene que buscar el financiamiento de nuestra empresa pyme, como empresario tienes que tener un plan estratégico y opciones para considerar cual es la más conveniente.
- **Con respecto al mercado,** el empresario debe mantenerse siempre informado y actualizado ante nuevos productos y tecnologías en su sector o servicio. El conocimiento del mercado es otro factor imprescindible y fundamental: estar a la última, conocer la competencia y saber qué busca el cliente. Los proveedores son, en muchos casos, una buena fuente de información. Ser imaginativo, creativo, original e innovador, con el fin de mantener en todo momento un factor diferencial frente a la competencia. La globalización de los mercados, con el correspondiente aumento de la competencia en todos los sectores, obliga a las empresas a incrementar la creatividad y a fomentar la innovación.

## **COMPETITIVIDAD**

**Según Pelayo, (2009).** Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general.

**Según Mathews (2009) a:** Nivel institucional/empresarial, se define la competitividad como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por sus recursos y su habilidad para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores. Como señala Porter, el concepto de competitividad conlleva al concepto de “excelencia”, que implica eficiencia y eficacia por parte de la organización. En este sentido, se considera una empresa competitiva a la que es capaz de ofrecer continuamente productos y servicios con atributos valorados por sus clientes. Los mercados cambian, las exigencias de los consumidores también cambian y, por eso, es clave que la empresa se adapte permanentemente a estos cambios, a fin de mantener o mejorar sus niveles de competitividad.

- Nivel de los individuos, igualmente es aplicable el concepto de competitividad, pues el ser competitivo significa tener características particulares como valores, formación, capacidades gerenciales y otros, que posibilitan que algunos sean escogidos entre muchas opciones, en el mercado laboral, académico, etc.

### **Importancia:**

**Según Castro, (2010).** Es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que



pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios. La competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización. Poder reconocer a tiempo las ventajas comparativas que posee la empresa metas y objetivos propuestos por las empresas.

**Según Mathews (2009) a:**

- **Nivel institucional/empresarial**, se define la competitividad como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por sus recursos y su habilidad para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores. Como señala Porter, el concepto de competitividad conlleva al concepto de “excelencia”, que implica eficiencia y eficacia por parte de la organización. En este sentido, se considera una empresa competitiva a la que es capaz de ofrecer continuamente productos y servicios con atributos valorados por sus clientes. Los mercados cambian, las exigencias de los consumidores también cambian y, por eso, es clave que la empresa se adapte permanentemente a estos cambios, a fin de mantener o mejorar sus niveles de competitividad.
- **Nivel de los individuos**, igualmente es aplicable el concepto de competitividad, pues el ser competitivo significa tener características particulares como valores, formación, capacidades gerenciales y otros, que posibilitan que algunos sean escogidos entre muchas opciones, en el mercado laboral, académico, etc.

## **Competitividad En Las Mypes:**

**Según Mathews, (2009).** La competitividad es una lucha sin fin con uno mismo, es el compromiso de desempeñar un papel constructivo en la sociedad. Como resultado de esa filosofía que lleva a esforzarse por ser cada vez mejor, es que se entregarán productos competitivos para cada uno de los grupos de interés, sirviendo así a la sociedad en su conjunto, que todos formamos parte de la inmensa cadena productiva del planeta, donde cada uno de nosotros como sujetos individuales o corporativos de diferentes tamaños, tenemos nuestra respectiva importancia relativa, en la construcción de condiciones para una mejor calidad de vida. Por eso, todas las empresas tienen que esforzarse por entregar productos de calidad para el primer mundo, aunque estén en el tercer mundo.

**Según Cárdenas (2011),** considera un determinante importante para la competitividad de las MYPEs, a la globalización; debido a que va a determinar los diversos cambios en la producción tanto de insumos como de costos.

Los avances de la tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas. De un lado, la apertura comercial, ha permitido incrementar sosteniblemente las exportaciones y ser uno de los pilares del crecimiento económico. De otro lado, paulatinamente las MYPEs muestran su dinamismo en la economía, constituyéndose en la base empresarial más importante del país. Sin embargo a pesar que la economía ha venido creciendo sostenidamente desde 1993 (a excepción de 1998 y 1999), sin embargo la MYPE no solo no ha crecido a ese mismo ritmo sino que incluso ha retrocedido, en ventas, ganancias, patrimonios, lo cual se debería a los efectos de la globalización, ya que:

Los productos importados, se han dirigido inicialmente hacia los sectores de más altos ingresos y poco a poco han ido bajando hacia los sectores de ingresos medios y bajos que son los principales mercados de la MYPE, la generalización de la venta a plazos y la difusión del crédito por parte de las empresas comerciales.

La MYPE por lo general no tienen acceso a este tipo de crédito, y pierden clientes frente a estas nuevas modalidades de ventas., las elevadas tasas de interés de los créditos bancarios ha limitado la capacidad de inversión y crecimiento de las empresas del sector, presentándose como un factor adicional de incremento de los costos y debilitamiento de la competitividad y el cambio en los hábitos de consumo a consecuencia de los cambios en los precios (importaciones vs productos nacionales) y de la publicidad (TV, cable, Internet). Se consume más productos importados que los nacionales, pues la importación trae novedad que los consumidores prefieren, aunque la calidad de lo nuevo no sea tan buena.

### **Características**

**Según López (2009)**, tenemos las siguientes características:

Internacional: Mejora de los transportes y comunicaciones. Progresiva liberalización del comercio mundial.

Estratégica: Observación permanente del entorno y su evolución. Necesidad de planteamientos a largo plazo.

-Relativa: Mide su capacidad de competir a partir de las posiciones de los competidores.

- Dinámica: Actitud permanente de progreso y mejora para superar la presión de los competidores y clientes.

- Compleja: Influencia de factores heterogéneos interrelacionados y con

dependencias no fáciles de delimitar.

### **Competitividad en un País:**

**Según Martínez (2006)** A nivel macro la competitividad está relacionada con la capacidad de incrementar el nivel de vida de los habitantes, de generar incrementos sostenidos en productividad, de insertarse exitosamente en los mercados internacionales, entre otros. Una gran cantidad de indicadores para medir la competitividad nacional han sido usados. La mayoría de los estudios ven la competitividad como un conjunto de factores. Los estudios han tenido dos enfoques: crecimiento de la productividad, y desempeño comercial.

### **Ventaja competitiva**

**Según Avalos (2009)**, Cuando una estrategia exitosa no puede ser superada o imitada por la competencia entonces la empresa contara con una ventaja competitiva sostenible, situación que generalmente solo se puede mantener durante cierto tiempo. Este tiempo será el que le tome a los competidores adquirir las habilidades necesarias, para igualar o superar la generación de valor de la empresa.

Una empresa que posee alguna ventaja competitiva logra de manera sistemática retornos por encima del promedio de su sector industrial, creando valor para sus accionistas. Las empresas que no cuentan con una ventaja competitiva, en el mejor de los casos solo obtendrán rendimientos promedios que no les permitirá crear valor y las que no seas capaces de alcanzar el promedio perderán valor y eventualmente desaparecerán del mercado.

## **Competitividad para las micro y pequeñas empresas**

Según Cárdenas (2011), considera un determinante importante para la competitividad de las MYPEs, a la globalización; debido a que va a determinar los diversos cambios en la producción tanto de insumos como de costos.

Los avances de la tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas. De un lado, la apertura comercial, ha permitido incrementar sosteniblemente las exportaciones y ser uno de los pilares del crecimiento económico. De otro lado, paulatinamente las MYPEs muestran su dinamismo en la economía, constituyéndose en la base empresarial más importante del país. Sin embargo a pesar que la economía ha venido creciendo sostenidamente desde 1993 (a excepción de 1998 y 1999), sin embargo la MYPE no solo no ha crecido a ese mismo ritmo sino que incluso ha retrocedido, en ventas, ganancias, patrimonios, lo cual se debería a los efectos de la globalización, ya que: Los productos importados, se han dirigido inicialmente hacia los sectores de más altos ingresos y poco a poco han ido bajando hacia los sectores de ingresos medios y bajos que son los principales mercados de la MYPE, la generalización de la venta a plazos y la difusión del crédito por parte de las empresas comerciales.

### **Factores que influyen en la competitividad:**

La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la calidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

- **Calidad**

Calidad de producto es la capacidad de producir satisfacciones (sean bien económico o bienes y servicios) que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios. Por otro lado, también significa realizar correctamente cada paso del proceso de producción para satisfacer a los clientes internos de la organización y evitar satisfacciones defectuosos. Su importancia se basa en que la satisfacción del cliente aumenta su fidelidad al producto (en organizaciones mercantiles).

- **Productividad.**

La capacidad de producir más satisfacciones (sean bienes o servicios) con menos recursos. La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano). Una mayor productividad redunda en una mayor capacidad de producción a igualdad de costes, o un menor coste a igualdad de producto. Un coste menor permite precios más bajos (importante para las organizaciones mercantiles) o presupuestos menores (importante para organizaciones de Gobierno o de Servicio Social).

- **Servicio**

'Es la capacidad de tratar a sus clientes o ciudadanos atendidos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., dejándolos satisfechos de sus relaciones con la organización.'

- **Imagen**

Es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas

personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas. Posicionar la marca en la cabeza y gustos del consumidor.

## **IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD**

**CORTES, (2013).** En el mundo actual de los negocios, las empresas deben ser competitivas, solo así lograrán establecer en los mercados actuales donde existe gran rivalidad competitiva entre las empresas. Es por ello que al fundar una organización o empresa, se debe elegir la mejor estrategia empresarial a seguir ya que esta es de suma importancia para, alcanzar el éxito ya que ninguna empresa puede estar compitiendo sin misión, sin objetivos, sin metas y sin las estrategias necesarias para poder lograr esos objetivos, por lo que es de suma importancia de que dicha decisión sea minuciosamente analizada. La estrategia debe ser real y alcanzable de lo contrario la empresa no podrá llevarla a cabo.

## **CARACTERISTICAS DE COMPETITIVIDAD**

**Según Lika, (2009).** Las Características Son:

- \* Eficiencia: productividad y control de costos.
- \* Calidad: confiabilidad, durabilidad y estética del producto.
- \* Innovación: diferenciación, agilidad y flexibilidad.
- \* Sustentabilidad: producción limpia.

## **BENCHMARKING METODO DE COMPETITIVIDAD**

**Según Manane, (2011).** Para ser más competitivos en la actualidad es necesario hacer uso del benchmarking ya que proporciona estrategias que permiten

identificar las mejores claves de éxito de la empresa, de manera que al implementarlas a la organización consiga ser una empresa líder y competitiva dentro de un mercado cambiante y global en el que las organizaciones empresariales tienen que verse actualmente.

Los principales beneficios de la aplicación del Benchmarking en las organizaciones empresariales, a saber:

- Lograr un mayor entendimiento de los productos y servicios objeto de análisis.
- Lograr un mayor entendimiento de las necesidades de nuestros consumidores (usuarios / clientes) y sus expectativas frente al servicio.
- Considerar la importancia de los objetivos y niveles de desempeño acorde con estas expectativas.
- Generar incentivos a los equipos profesionales que sean promocionados a niveles de desempeño superior.
- Sensibilizar a los equipos de trabajo en comprender los procesos internos objeto de mejora y sus repercusiones en la calidad de los servicios.
- Lograr concienciar al personal sobre los cambios que afectan las organizaciones del sector y de otros sectores, así como sobre la capacidad de adaptación de nuestra organización a los mismos.
- Alcanzar un mayor conocimiento y comprensión sobre los competidores y la evolución de la industria en nuestro sector.

### **Estimulo De La Competitividad**

**Según Pelayo, (2011).** La estimulación necesaria para que un país, una empresa



nacional, un transnacional etc., sea más competitivo, son resultados de una política fomentada por el estado que produzcan las condiciones para proveer la estabilidad necesaria para crecer y se requiere de la construcción de un Estado civil fuerte, capaz de generar, comunidad, cooperación y responsabilidad.

Algunas de las condiciones requeridas para que un país sea competitivo, es que el Estado debe fomentar en sus políticas de gobierno las condiciones necesarias para garantizar la actividad comercial que permita el normal desenvolvimiento de la actividad comercial de estas empresas. Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de ciertos puntos, estos podrían ser:

- La competencia entre empresas.
- Las condiciones y los factores de la demanda.

Transparencia y reglas claras que se hagan respetar, dentro de un ambiente donde las finanzas estén en orden.

El establecimiento de una sólida y comprometida asociación Gobierno-Sector Privado, para fomentar el crecimiento de la tecnología, productividad, etc. , a fin de ofrecer competitividad a nivel internacional dentro de un marco de ventajas igualitario para todos.

### **\*Historia De la Venta De Agroquímicos Y Fertilizantes**

El uso de agroquímicos tiene su origen desde el siglo XIX, los primeros productos químicos que se utilizaron para el control de problemas fitosanitarios en la agricultura fueron compuestos a base de azufre, cal, arsénico y fósforo.

En el siglo XX surgieron los primeros insecticidas sintéticos, pero fue hasta la década de 1940 con el descubrimiento del insecticida DDT (Dicloro Difenil

Tricloroetano) un compuesto organoclorado; que se lograron obtener controles masivos sobre las plagas más importantes en la agricultura con lo que se lograron incrementar los rendimientos de los cultivos y se intensifica el uso de los agroquímicos.

El uso del DDT fue considerado como la panacea para el control de insectos no solo para la agricultura sino también para la ganadería y contra los transmisores de enfermedades en la salud pública, sin embargo, conforme se fue intensificando su uso se observaron también sus efectos sobre el medio, ya que se identifica una alta persistencia del compuesto sobre el ambiente y sobre todo en las cadenas gráficas, al acumularse en los tejidos grasos de los animales de sangre caliente incluyendo el hombre.

Los organoclorados son productos principalmente insecticidas muy persistentes al ambiente, se absorben a través de la piel y por vía digestiva; actualmente solo se utilizan en algunos países para el control de insectos vectores en la salud pública, su uso agrícola está restringido y en la mayoría prohibido.

Posteriormente aparecieron los plaguicidas organofosforados, los cuales son principalmente insecticidas que se absorben por inhalación, ingestión y vía cutánea. El uso de plaguicidas de este grupo químico se ha venido reduciendo; sin embargo todavía se utiliza en la mayoría de los países. Tanto a los organoclorados como a los organofosforados se les considera como la generación de los agroquímicos o plaguicidas. La segunda generación de plaguicidas surgió con los carbamatos los cuales tienen uso como insecticidas, fungicidas y herbicidas. Actúan por inhalación, ingestión y vía cutánea y su uso va en decremento debido al

surgimiento de nuevos grupos químicos.

Los piretroides son considerados como la tercera generación de los plaguicidas y aunque se descubrieron a partir de un compuesto natural, son producidos sintéticamente. Estos productos tuvieron mucho éxito, en el siglo pasado, en los 80s ya que son poco persistentes en el ambiente y tenían un efecto insecticida muy espectacular de derribo (efecto knock down) sobre las plagas; sin embargo su uso masivo e intensivo ha derivado en problemas de reducción de eficacia y resistencia por parte de los insectos plaga además de que son irritantes de la piel y mucosas.

A partir de 1990, empezaron a surgir plaguicidas de familias químicas no relacionadas entre sí, con modos de acción únicos, muy específicos, de bajas dosis de aplicación y más seguros para el usuario y el ambiente aunque con mayor riesgo de generar resistencia. Por su parte, los fertilizantes químicos tuvieron un gran impulso gracias al químico Justus Liebig, quien analizó las cenizas de las plantas y determinó los elementos necesarios para su crecimiento además del dióxido de carbono que absorbían del aire. Con esta información elaboró el primer abono artificial con el cual no tuvo mucho éxito debido a que no consideró al Nitrógeno como elemento esencial.

Solo hasta que se lograron obtener compuestos nitrogenados se alcanzó lo que se denomina como la revolución verde de la agricultura, sin embargo estos fertilizantes químicos tienen diferentes inconvenientes, ya que utilizan grandes cantidades de energía (uso de combustibles derivados del petróleo) en su producción, con su uso en la agricultura, liberan emisiones de amoniaco a la atmósfera lo cual tiene repercusiones en la capa de ozono y su uso indiscriminado saliniza y daña a los microorganismos del suelo con lo que van afectando la

fertilidad de los mismos y hacen a los agricultores dependientes de estos insumos para seguir produciendo.

El uso de plaguicidas y fertilizantes químicos ha permitido grandes avances en la productividad agrícola, sin embargo algunos de los compuestos químicos que se introducen en el ambiente pueden resultar perjudiciales sobre todo si no se siguen las recomendaciones y medidas de precaución en su uso.

Esto ha derivado en opiniones encontradas con respecto a su utilización; por un lado se siguen introduciendo productos más específicos acompañados de otras tecnologías como la ingeniería genética o biotecnología buscando acompañar a los plaguicidas de cultivos genéticamente modificados que requieren el uso de plaguicidas específicos; y por otro lado se busca recuperar prácticas agrícolas que conserven o regeneren los suelos, incorporando elementos naturales como los abonos, compostas, lombricompostas, microorganismos como las micorrizas, *Bacillus subtilis*, *Trichoderma* son los cuales pueden utilizarse para la agricultura orgánica pero también se pueden combinar con plaguicidas químicos que tienen modos de acción diferente, que son efectivos a bajas dosis, que no son tóxicos para el usuario y no tienen efectos adversos para el ambiente. Este manejo se denomina Bioracional el cual busca una agricultura sustentable para las siguientes generaciones.

### **Venta De Agroquímicos Y Fertilizantes.**

Son pequeños negocios familiar que comercializan productos agropecuarios (plaguicidas y fertilizantes químicos) con el fin de poder generar utilidad, pero también se encargan de facilitar innovación y desarrollo en el ámbito agrario,

garantizando a los clientes productos y asesoramiento de la más alta calidad de manera que los agricultores se sientan más satisfechos. Para cual entregan compromiso permanente de calidad y excelencia.

### **Las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta de agroquímicos y fertilizantes**

Estos negocios se encuentran ubicados en la calle Lima del Distrito de Barranca, siendo en total 13 puestos de la venta de estos productos, buscando siempre ser más competitivos entre ellos para permanecer en el Mercado y obtener nuevos clientes.

Sus clientes son aquellas personas agricultoras que buscan mejoras en cada producto que adquieren.

Cada negocio del Jr. Lima cuenta con aproximadamente desde una 2 a 3 trabajadores, esto depende al tipo de clientes y ventas que estén teniendo.

- Los trabajadores tienen funciones específicas como ejemplo en alguno de estos negocios cuentan con un ing. Agrónomo de manera que se encarga de supervisar los cultivos de cada uno de sus clientes.

El otro trabajador se encarga básicamente de la atención de cada producto y de esta manera realizan sus trabajos de forma más eficiente.

- Los dueños de estas agropecuarias son aquellos quienes invirtieron en el negocio, los mismos que al ver la necesidad de la población de productos agrícolas de mejor calidad decidieron capacitarse y poner un negocio que si bien brinda rentabilidad también nos proporciona un mejor bienestar social.

Gracias a estas personas se siguen preparando jóvenes con el deseo de obtener conocimientos agrícolas.

- Muchos de estas mypes, tienen ganado ya un posicionamiento dentro del mercado, pero sin embargo las estrategias competitivas que son una parte fundamental en el buen desempeño de una empresa lo dejan de lado, ya que los mercados son cada vez más competitivos y exigentes. Por lo que muchos de ellos se ven en situaciones caóticas como también existen algunos de ellos que si se esfuerzan por brindan una mejor venta alcanzando no solo la plena satisfacción de sus clientes sino logran fidelizarlos y eso permite que sean más competitivos y aumente mayor sus ingresos.

### **III. METODOLOGÍA.**

#### **3.1. Diseño de la investigación.**

Para la ejecución de la presente investigación se empleara un diseño de investigación No Experimental – Transversal, porque no se insinuara la modificación de la realidad existente en las Mypes, quedando intacta su forma de trabajo de las mismas y la variable en estudio, además que este estudio a llevar a cabo se hará en una sola ocasión y con un tiempo prefijado con anterioridad.

#### **3.2. Población y muestra.**

##### **Población**

Son 13 Micro y Pequeñas empresas que conforman nuestra población, de las cuales se tomaran la misma cantidad para nuestra, por tanto tomaremos una muestra dirigida para poder realizar nuestro estudio de investigación siendo un pequeño segmento representativo que permitirá analizar las principales características de la competitividad.

##### **Muestra**

La muestra será constituida por la misma cantidad que indica la población. Para la cual se considera una muestra dirigida.

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

##### **Variable:**

##### **Competitividad**

- Desempeño.
- Productividad.
- Eficiencia.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

En este proyecto de investigación se utilizara la técnica de encuestas y el instrumento cuestionario a la muestra dirigida, siendo a la vez una encuesta personal ya que será en presencia de los mismos para lograr un mejor análisis, observación y características de la variable.

### **3.5. Plan de análisis.**

Luego de haber aplicado la encuesta a los dueños de las mypes rubro-Venta de fertilizantes y agroquímicos, obtendremos información necesaria la cual será procesada en el programa Excel, en donde se ilustraran tablas y figuras correspondientes a nuestra investigación para sustentación de nuestro análisis de resultados. En donde para el análisis de datos se emplearan formulas estadísticas que permitirán obtener resultados concretos e interpretaciones sobre las principales características de la competitividad de las mypes- rubro -Venta de Agroquímicos y Fertilizantes Del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016.



### 3.6. Matriz de consistencia

Título de la Investigación	Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Tipo y nivel de Investigación	Diseño de Investigación	Población y Muestra
La competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas, rubro-venta de agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016	<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuáles son las principales características de la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro - Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>¿De qué manera el desempeño incide en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro -Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016?</p> <p>¿De qué modo la productividad influye en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro -Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016?</p> <p>¿En qué medida la eficiencia beneficia a las Micro y Pequeñas Empresas Rubro - Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar las principales características de la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro - Venta De Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Determinar como el desempeño incide en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro -Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016</p> <p>Explicar cómo la productividad influye en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro -Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016</p> <p>Describir como la eficiencia influye en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro - Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016</p>	<p><b>Hipótesis General.</b></p> <p>La competitividad incide en el desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas Rubro - Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>El desempeño incide en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro -Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016</p> <p>La productividad influye en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro -Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016</p> <p>La eficiencia influye en las Micro y Pequeñas Empresas Rubro -Venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016</p>	<p><b>Variable</b></p> <p>Competitividad</p>	<p>Desempeño</p> <p>Productividad</p> <p>Eficiencia</p>	<p><b>Tipo</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p><b>Nivel</b></p> <p>Descriptivo</p>	<p>No experimental-transversal</p>	<p><b>Población.-</b></p> <p>Son 13 las Micro y Pequeñas empresas que conforman la población de estudio.</p> <p><b>muestra</b></p> <p>La muestra será constituida por la misma cantidad que indica la población. Para la cual se considera una muestra dirigida</p>

### **3.7. Principios éticos**

En el presente investigación se utilizarán los principios éticos por la confiabilidad y serán reales los datos serán considerados solo si se tiene la autorización del autor y se respetaran los derechos y principios éticos de las personas.

Aplicación del principio ético de confiabilidad ya que los datos que se expongan en todo la siguiente investigación serán reales redactándose así si pertenecen a autores o si es de la autora de la investigación, de igual manera se demostrara confiabilidad ya que la información expuesta tendrá sustento en los libros, blog, textos angelinos, entre otros empleados para construir nuestro estudio.

## IV. RESULTADOS

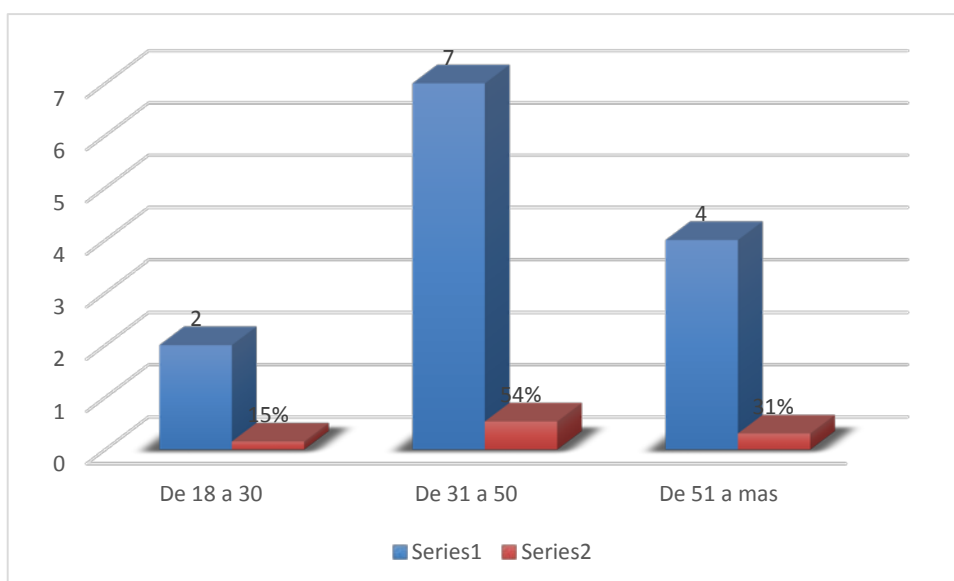
### 4.1. Resultados

#### DATOS GENERALES

**Tabla 1 Que edad tiene usted?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
De 18 a 30	2	15%	15%
De 31 a 50	7	54%	69%
De 51 a mas	4	31%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 1: Edad del Representante**

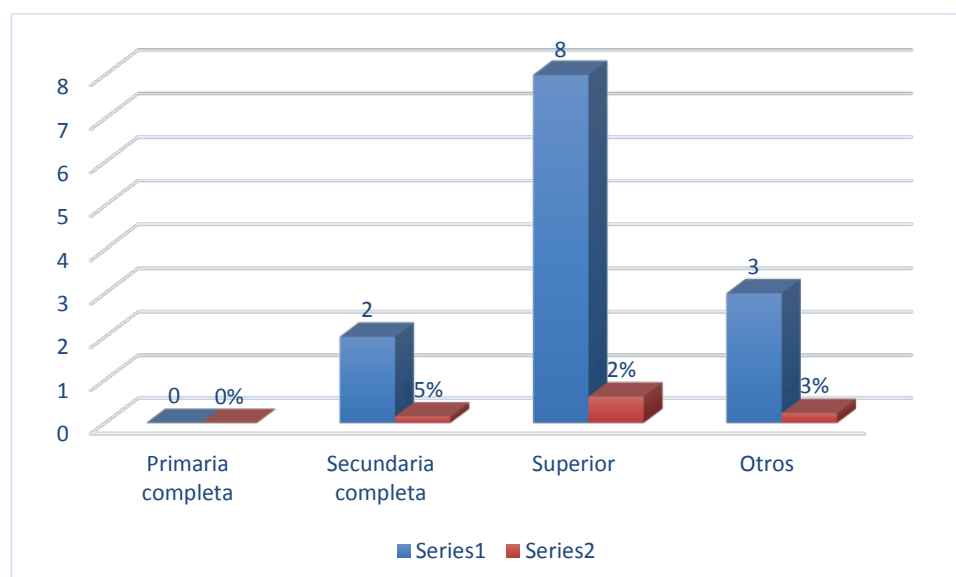


**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: el 15% de los empresarios o representantes cuentan con una edad de entre 18 a 30 años, el 54% de 31 a 50 años y el 31% tienen edades que superan los 51 años.

**Tabla 2: Con qué grado de instrucción cuenta usted?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Primaria completa	0	0%	0%
Secundaria completa	2	15%	15%
Superior	8	62%	77%
Otros	3	23%	100%
Total	13	100.00%	

**Grafico 2: Grado de Instrucción**



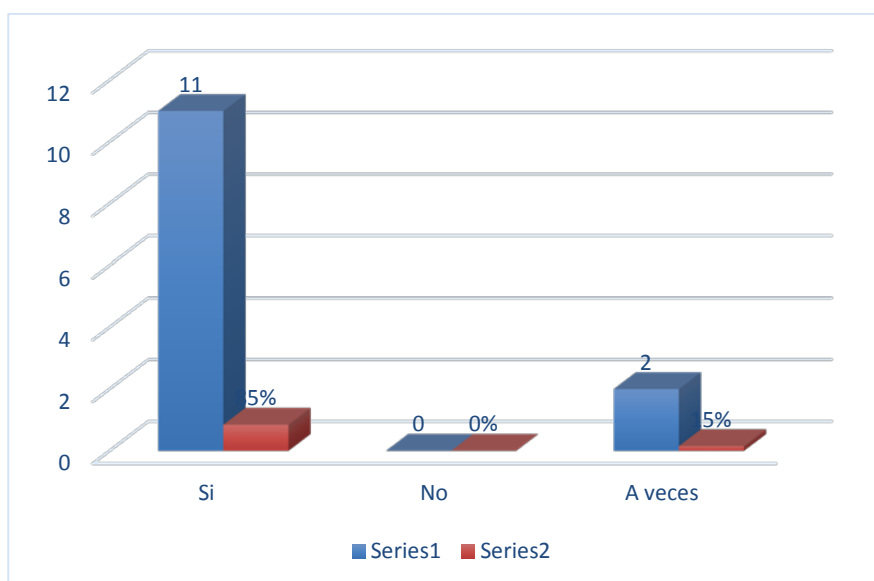
**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: el 15% de los empresarios o representantes cuentan con estudios secundarios completos, el 62% cuenta con estudios superiores concluidos y el 23% cuentan con otros estudios.

## DE LA COMPETITIVIDAD

**Tabla 3: ¿Considera Ud. que el rubro que maneja en su empresa está en constante crecimiento?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Si	11	85%	85%
No	0	0%	85%
A veces	2	15%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 3**

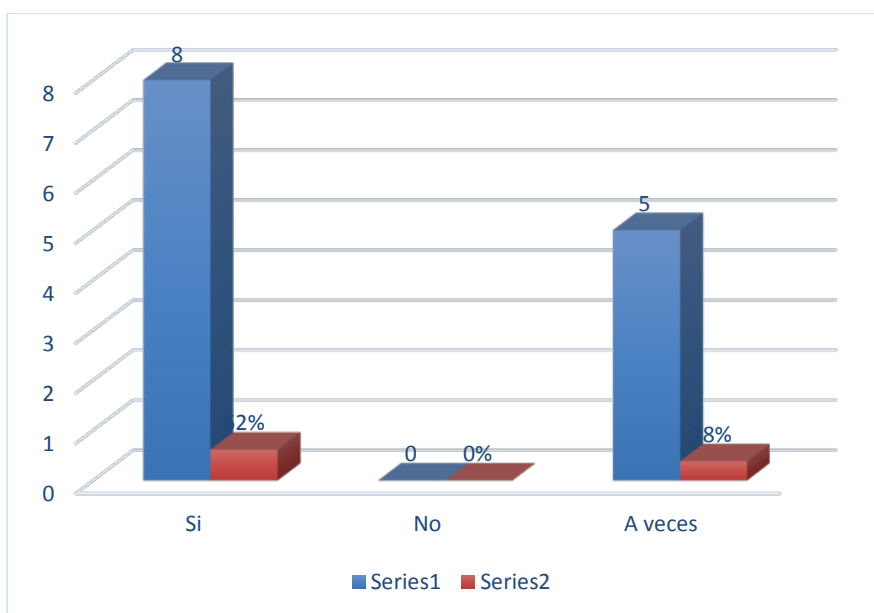


**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: el 85% de los empresarios o representantes considera que el rubro que maneja está en constante crecimiento y un 15 % considera a veces.

**Tabla 4: ¿Considera Usted que su empresa trabaja con algunos estándares de calidad que garanticen sus productos y servicios?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Si	8	62%	62%
No	0	0%	62%
A veces	5	38%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 4**

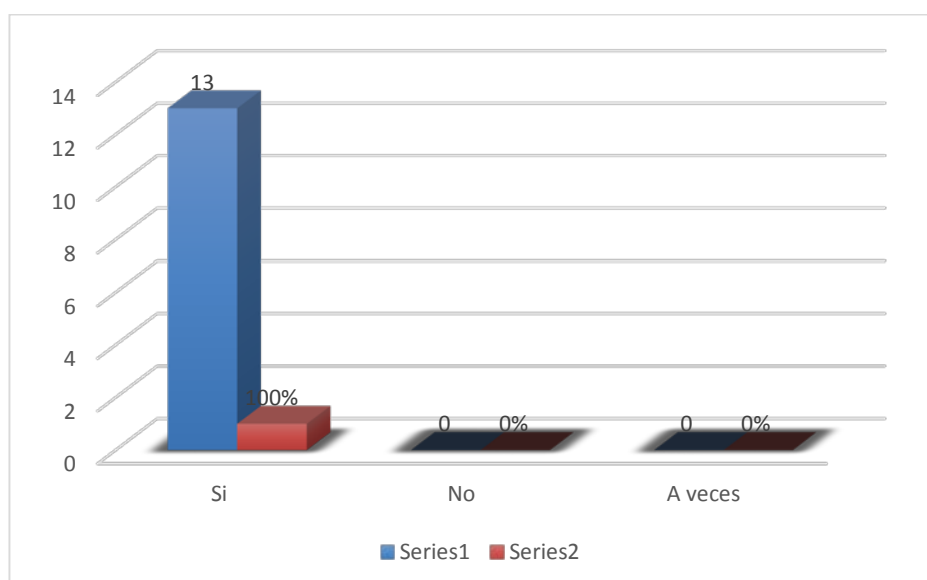


**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: El 62% de los empresarios o representantes considera que su empresa trabaja con algunos estándares de calidad, con relación a un 38% que a veces las aplica.

**Tabla 5: ¿Cree usted que su desempeño incide en una buena calidad del servicio que brinda su empresa?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Si	13	100%	100%
No	0	0%	100%
A veces	0	0%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 5**

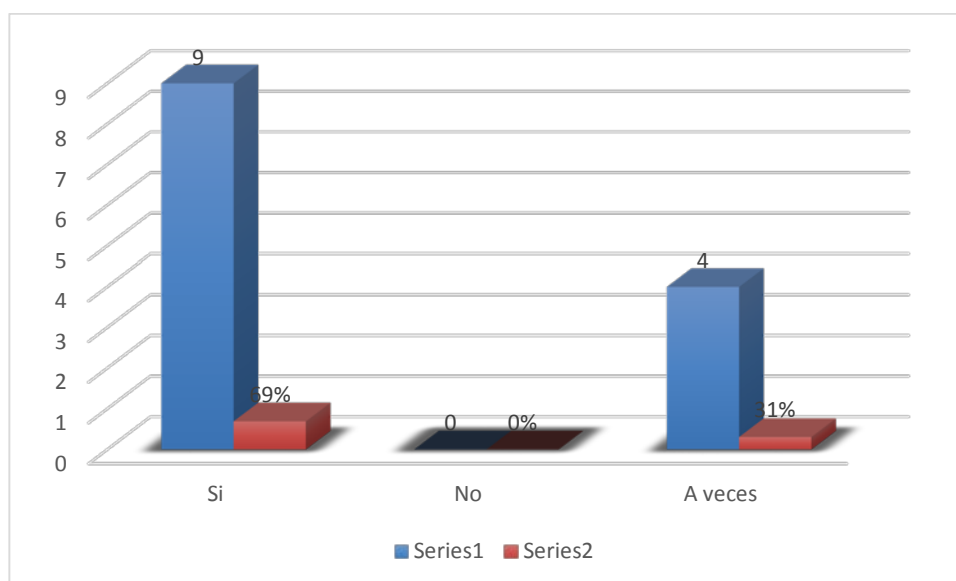


**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: El 100% de empresarios o representantes está convencido de que su desempeño incide en la buena calidad del servicio.

**Tabla 6: ¿La empresa que Ud. Dirige ¿se preocupa por evaluar la eficiencia de sus colaboradores?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Si	9	69%	69%
No	0	0%	69%
A veces	4	31%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 6**



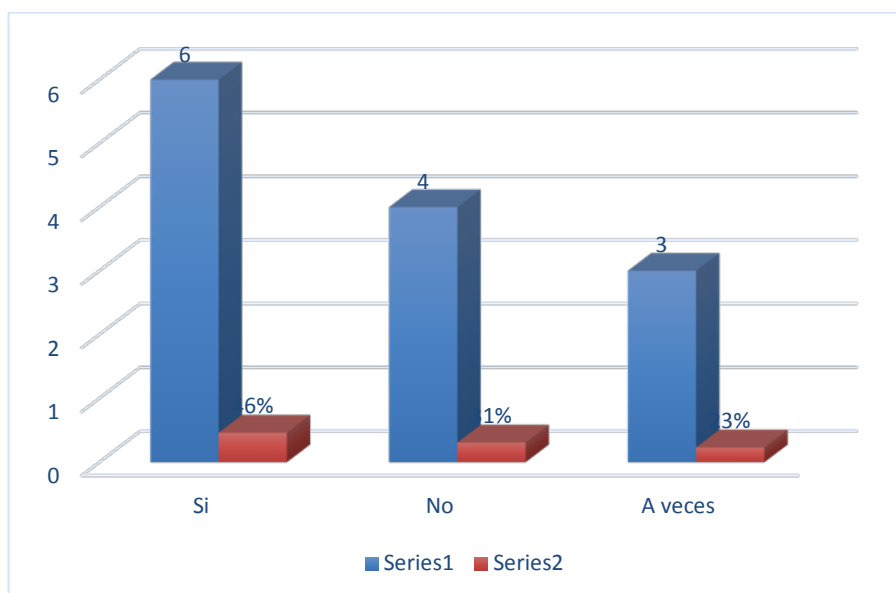
**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: El 69% de los empresarios o representantes establece que la empresa la cual dirige se preocupa por evaluar la eficiencia de sus colaboradores, con relación a un 31% que lo realiza a veces.



**Tabla 7: ¿Cree Ud. que la competitividad de su empresa depende del buen servicio que brinda?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Si	6	46%	46%
No	4	31%	77%
A veces	3	23%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 7**

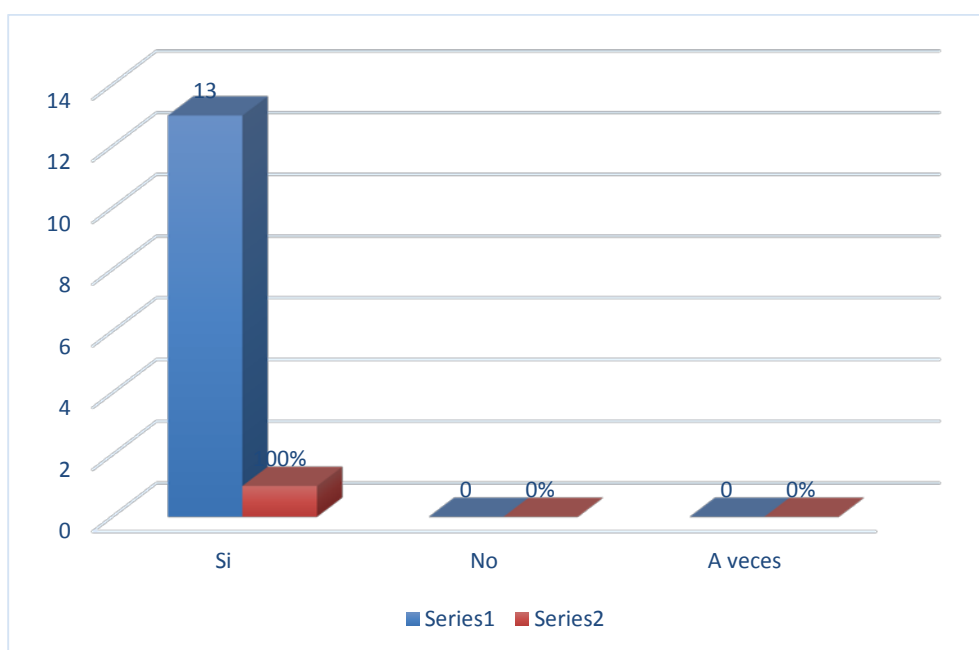


**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: El 46% de los empresarios o representantes cree que la competitividad depende del buen servicio que se le brinde; el 31% cree que no y el 23% a veces.

**Tabla 8: ¿Usted como empresario se preocupa por la productividad de su empresa?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Si	13	100%	100%
No	0	0%	100%
A veces	0	0%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 8**

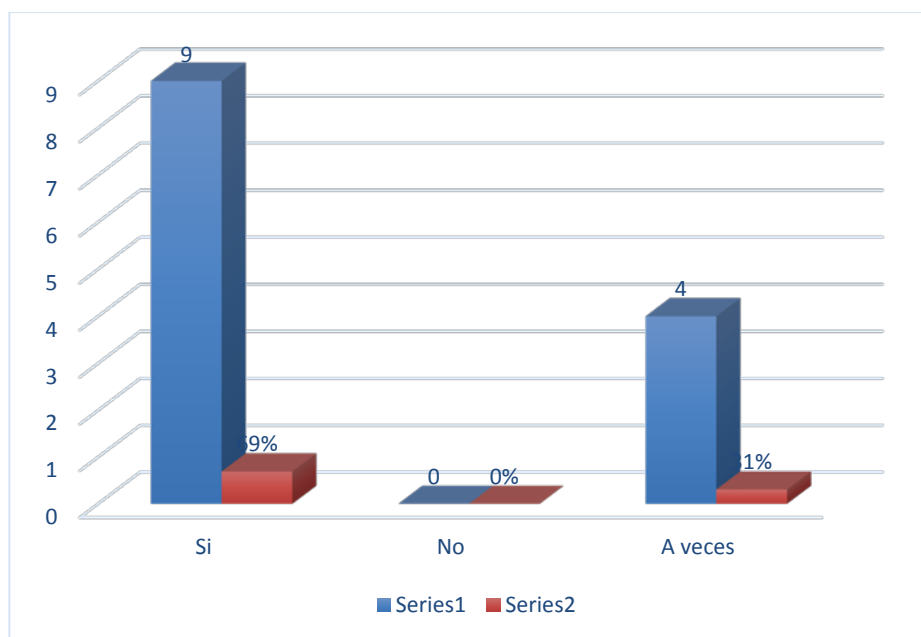


**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que:  
El 100% de los empresarios o representantes si se preocupan por la productividad de su empresa.

**Tabla 9: ¿En los últimos años cree usted que ha mejorado el desempeño de sus colaboradores?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Si	9	69%	69%
No	0	0%	69%
A veces	4	31%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 9**

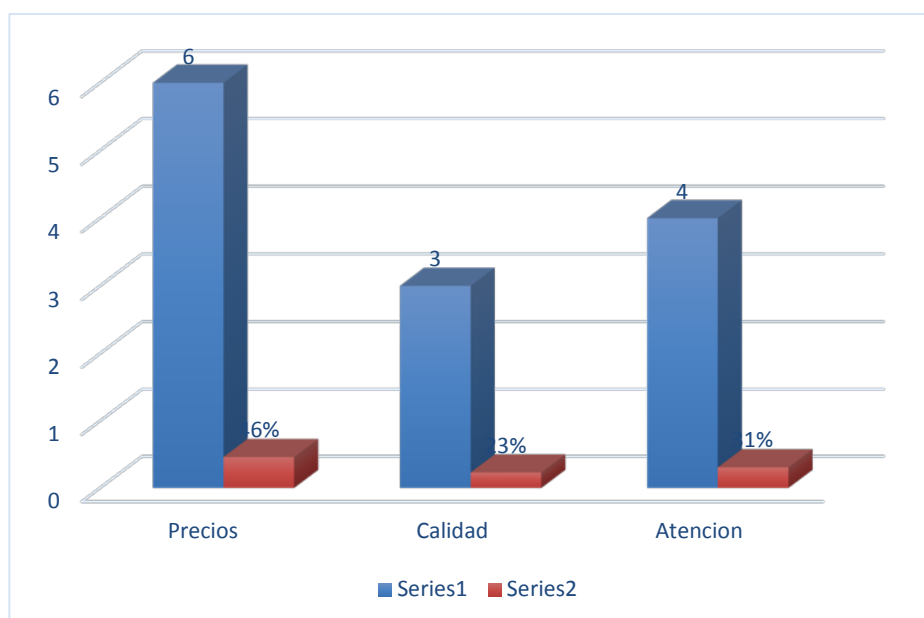


**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: El 69% de los empresarios o representantes creen que ha mejorado el desempeño de sus trabajadores; un 31% cree que a veces.

**Tabla 10: ¿Porque cree usted que los clientes adquieren sus productos?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Precios	6	46%	46%
Calidad	3	23%	69%
Atención	4	31%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 10**

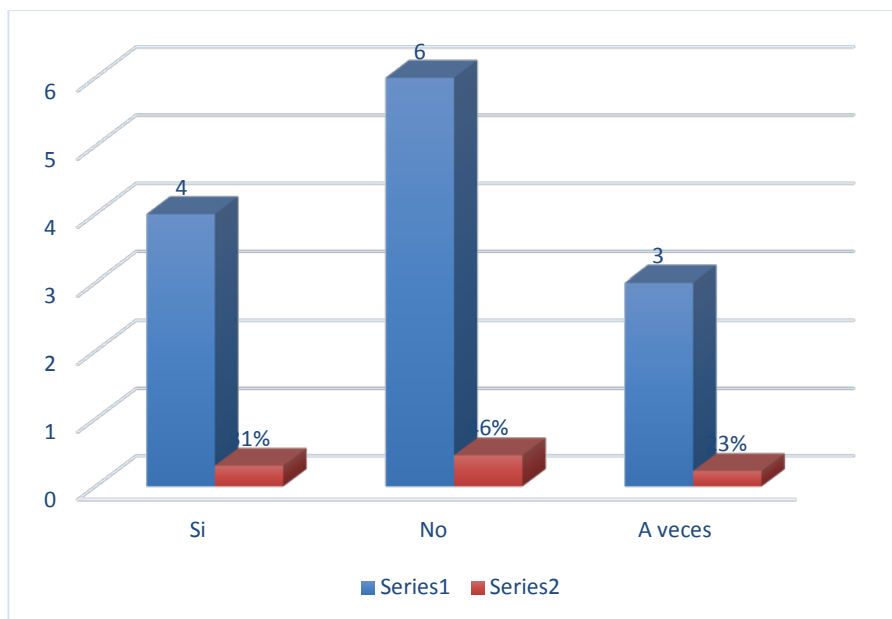


**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: Que, los clientes adquieren sus productos por el factor precio un 46%; por el factor atención 31% y un 23% por factor calidad.

**Tabla 11: ¿Cree usted que la competencia le ha ayudado a que su negocio sea más conocido y competitivo?**

Escala	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia acumulada relativa
Si	4	31%	31%
No	6	46%	77%
A veces	3	23%	100%
Total	13	100%	

**Grafico 11**



**Interpretación:** Según la encuesta realizada a 13 Mypes se llegó a la conclusión que: Que, un 31% de los representantes de las Mypes, considera que la competencia de alguna u otra forma les ha ayudado a ser más conocido y competitivo; un 46% considera que no; y el 23% a veces.

## 4.2. Análisis de resultados

Los resultados de la presente investigación, en cuanto a su análisis diremos lo siguiente:

En el trabajo de campo realizada a 13 Micro y Pequeños empresarios, según estos considera que el rubro que manejan un gran porcentaje (85%), manifiestan que están en constante crecimiento y un porcentaje (15%), menor manifiesta que esto se da en ocasiones.

Considerando que la calidad es un factor importante para los productos y servicios, hay un gran porcentaje (62%), que si aplican estándares de calidad y otras empresas en un porcentaje de 38%, solo las aplican en ciertas ocasiones

Por otro lado los empresarios o representantes de las Mypes, están convencidos totalmente (100%), de que su desempeño laboral y de sus colaboradores influyen significativamente en brindar una buena calidad en el servicio.

Evaluar la eficiencia de los representantes y de los colaboradores en una empresa siempre es importante, por lo tanto un gran porcentaje (69%) de los representantes está de acuerdo en su evaluación y en un menor grado (31%), considera a veces.

Ser competitivo, significa estar a la altura de sus competidores y ser mucho mejor y poder manejar el mercado, por lo tanto este factor influye significativamente en el buen servicio al cliente. En consecuencia un 46% de los empresarios cree en su importancia y un 23% que casi no le da importancia.

Los empresarios encuestados consideran que la productividad es un factor importante y están preocupados en su totalidad, en que este si es indispensable para su empresa.

El 69% de los empresarios o representantes cree que a mejorado el desempeño de sus trabajadores; un 31% cree que a veces. Este factor de desempeño es el resultado de una buena preparación, capacitación, entrenamiento y deseos de superación.

Los productos y servicios que adquieren los clientes, se dan por algunos factores, y eso corresponde a los que consumen (clientes); en la aplicación de la encuesta, el factor precio prevaleció en un porcentaje mayor, seguidamente por el factor de la atención y en tercer término el factor calidad.

La competencia ayuda a esforzarse y a crear nuevas técnicas y estrategias empresariales; es así que de alguna manera ayuda a hacerles más conocidos y competitivos, pero lo que los empresarios consideran que ello no es tan importante para ser competitivos y en menor porcentaje a veces.

## **V. CONCLUSION**

### **5.1. Aspectos complementarios**

Hoy en día las empresas se deben enfocar mayormente en incluir en sus modelos administrativos estrategias de productividad, ventajas competitivas, cadena de valor e innovación, que estén enfocados al alcance diario de la competitividad e ir comparando con otros competidores y evaluar sus debilidades y fortalezas. Estos factores o estrategias ayudan a medir que tan competitiva puede ser una organización o empresa frente a un mercado tan competitivo, en el ámbito nacional e internacional.

Por lo que para ser competitiva, se necesita establecer, desarrollar y perfeccionar sistemas propios de Planeación, Organización, Dirección y Control dirigidos a lograr altos niveles de satisfacción entre los colaboradores que en ella confluyen, cimentados en un eficaz sistema de información interna y externa que le permita anticipar y profundizar en los cambios que se vienen dando en su medio ambiente.

La competitividad es un estilo de vida que en capacidad de llevar como bandera siempre llenar su ambiente de niveles altamente visionarios y encaminados hacia una mejor situación, tanto laboral como social.

El trabajo investigador efectuado en el rubro de ventas de Agroquímicos y Fertilizantes, desarrollada en la ciudad de Barranca, es de sumo interés personal, ya que es mi actividad principal, es así que trato de complementar mis conocimientos teóricos con los prácticos. Por tanto siempre trato de ser mucho mejor que otros en esta actividad y en las demás actividades de desarrollo personal, necesitamos ser competitivos, porque pienso que es un valor intrínseco y una actividad de demostración práctica, como tiene que ser todo emprendedor.



## 5.2. Referencias Bibliográficas:

- Deming, E. (1989). “Calidad, Productividad y Competitividad”. Madrid: (Huamane). Edita: Díaz de Santos, S.A.
- López, R. (2007): “Mejora de la Competitividad de la Mypes Agroindustriales a través del Financiamiento” Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público. Universidad Nacional de Piura.
- Villarán, F. (2009). La Importancia De La Mype En El Desarrollo Del País, Pág. 1. Disponible en PDF en: <http://www.teleley.com/revistaperuana/villaran-66.pdf>.
- Castillo, C. y Vargas, B. (2011). Competitividad Sostenible De La Pequeña Empresa: Un Modelo De Promoción De Capacidades Endógenas Para Promover Ventajas Competitivas Sostenibles Y Alta Productividad, pág. 1. Disponible en PDF en: <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/cuadernos-de-difusión/2008/competividadsostenible.pdf>.
- Goñi, A. (2014). ¿Es Navarra competitiva? Recuperado de: <http://www.ifuturo.org/es-navarra-competitiva-comparativa-con-espana-y-europa?gclid=CN-h9KidvsgCFVcRHwodVMYAFQ>.
- Ferrara, M. (2010). Caracterización y políticas de pymes en América Latina, pág. 1. Recuperado de: <http://www.latameconomy.org/es/outlook/2013/traits-and-policies-of-latin-american-smes/>.
- Robert, V. y Yoguel, G. (2010). Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en: (Argentina, Chile y Colombia), Disponible en: <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/29585/lcg2339eyoguel.pdf>
- Quiñonez, M. (2012). Estudio De La Gestión Competitiva De Las Pequeñas Y Medianas Empresas (Pymes) Comerciales. Caso Esmeraldas, República Del

- Ecuador. Disponible en:  
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/pequenas-medianas-empresas-ecuador.html>
- **Vanegas, C. (2011)** Grandes pymes y competitividad, (Venezuela). Recuperado de: <http://www.grandespymes.com.ar/2011/08/30/pymes-venezolana-y-competitividad/>.
  - MATHEWS, J. (2009). El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes. 1 EDICION, PAG20 PERU. Disponible en: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/COMPETITIVIDAD.pdf>
  - Gonzales, M. (2009), Competitividad en las Mypes, Recuperado de: <http://maricruzgonzalezmonsalve.blogspot.pe/2009/09/competitividad-en-las-mypes-parte-2.html>.
  - **Valda, J. (2010).** LAS MYPES EN EL PERÚ, (Lima). Recuperado de: <http://nospinozah.blogspot.pe/2010/03/las-pymes-en-el-peru.html>.
  - Alva, L. (2013). Mypes ya tienen una nueva clasificación, (PERU). Disponible en: <http://publimetro.pe/actualidad/noticia-mypes-ya-tienen-nueva-clasificacion-14873>.
  - Camarena, A. (2014). Las pequeñas y medianas empresas (Pymes). monografías.com .pág. 2. (Perú). Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos69/pequenas-medianas-empresas/pequenas-medianas-empresas2.shtml>.
  - Aspilcueta, J. (2014). MYPES en el Perú. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>.
  - Locayo, A. (2010). Factores de éxito del empresario de pymes. Dónde Aplicar la Capacitación. Recuperado el día 24 de octubre de:

<http://www.monografias.com/trabajos105/factores-exito-del-empresario-pymes/factores-exito-del-empresario-pymes.shtml>.

- García, O. (2015). competitividad, concepto e importancia, Disponible en: <http://es.slideshare.net/zullyangel/desventajas-de-las-pymes-5882322>.
- Mathews, J. (2009). El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes. Disponible en: [http://www.milenio.com/firmas/universidad\\_tecnologica\\_del\\_valle\\_del\\_mezquital/Competitividad-concepto-importancia\\_18\\_541925858.html](http://www.milenio.com/firmas/universidad_tecnologica_del_valle_del_mezquital/Competitividad-concepto-importancia_18_541925858.html).
- Cortez, F. (2013). Estrategias competitivas y su importancia en la gestión de las empresas. Recuperado el día 24 de octubre de: <http://www.gestiopolis.com/estrategias-competitivas-y-su-importancia-en-la-gestion-de-las-empresas/>.
- Manene, L. (2011). Benchmarking: Historial, Definiciones, Aplicaciones Y Beneficios. Recuperado el día 24 de octubre de: <http://actualidadempresa.com/benchmarking-historial-definiciones-aplicaciones-y-beneficios-1a-parte/>.

### 5.3. ANEXOS

#### Cronograma de Actividades:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<b>1.- Elaboración del Título del proyecto de tesis.</b>															
<b>2.- Elaboración del contenido del proyecto.</b>															
<b>3.-Elaboración de la introducción del proyecto. 4.- Planteamiento del problema de investigación.</b>															
<b>4.1 Formulación del problema de investigación.</b>															
<b>4.2 Objetivos de la investigación.</b>															
> Principal.															
> Específicos.															
<b>4.3 Justificación de la Investigación.</b>															
<b>5.- Redacción del marco teórico y conceptual</b>															
<b>6.- Ejecución de la metodología</b>															

#### Presupuesto:

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
<b>Bienes de consumo</b>			
USB	1	S/ 22.50	S/ 22.50
Libretas de apuntes	1	S/ 1.50	S/ 1.50
Lapiceros	2	S/ 2.00	S/ 2.00
<b>Total de bienes</b>			<b>S/ 26.00</b>
<b>Servicios</b>			
Impresiones	110	S/ 0.30	S/ 33.00
Viáticos	--	---	S/ 60.00
Scaneos	20	S/ 0.50	S/ 10.00
<b>Total de servicios</b>			<b>S/ 103.00</b>
<b>Total General</b>			<b>S/ 129.00</b>

**TIENDAS DE VENTAS DE AGROQUIMICOS FERTILIZANTES UBICADAS EN JR. LIMA, DISTRITO DE BARRANCA**

ITEM	EMPRESA	RUC	DIRECCION
1	PROCAMPO S.A.	20268784625	JR.LIMA NRO.764 - LIMA - BARRANCA - BARRANCA
2	AGRICOLA BUENOS FRUTOS S.A.C	20407876661	JR. LIMA NRO. 784 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
3	INVERSIONES JPA LA UNION S.A.C	20600270797	JR. LIMA NRO. 800 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
4	INVERSIONES AGRICOLA VARGAS S.A.C.	20571603901	JR. LIMA NRO. 808 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
5	NEGOCIOS AGRICOLA LA BUENA COSECHA EIRL	20488432045	JR.LIMA NRO. 828 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
6	CORPORACION AGRICOLA EL LABRADOR SAC	20571386373	JR. LIMA NRO. 917 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
7	AGRO BUEN SEMBRADOR S.A.C	20514542512	JR.LIMA NRO. 922 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
8	AGROINVERSIONES EL LABRADOR EIRL	20571365023	JR. LIMA NRO. 933 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
9	PERU PRODUCTOS AGRICOLAS SAC	20530897983	JR. LIMA NRO. 934 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
10	NEGOCIOS E INVERSIONES YOSSELYN S.A.C	20549765263	JR. LIMA NRO. 951 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
11	AGROCOMERCIALIZADORA NORTE CHICO S.A.C.	20571184401	JR. LIMA NRO. 967 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
12	GANAGRO E.I.R.L.	20118855192	JR. LIMA NRO. 995 LIMA - BARRANCA - BARRANCA
13	AGRICOLA VISAC E.I.R.L	20530862501	JR. LIMA NRO. 997 LIMA - BARRANCA - BARRANCA



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE FACULTAD DE  
CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO EMPRESARIOS**

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas que tiene por objetivo la recopilación de información, que presenta fines relativamente académicos, en este caso la realización de mi tesis universitaria. Considerando a esta empresa MYPE como una de las seleccionadas para dicho trabajo; esperando contar con sincero apoyo.

El cuestionario tiene por objetivo conocer el factor Competitividad de las Micro y pequeñas empresas, rubro venta de Agroquímicos y Fertilizantes del Jr. Lima, Distrito de Barranca, 2016.

**DATOS GENERALES**

**1. - ¿Qué edad tiene Usted?**

- A) 18-30 años      B) 31-50 años      C) 51 a mas

**2. - ¿Con que grado de Instrucción cuenta Usted?**

- A) Primaria completa    B) Secundaria completa    C) Superior D) Otros

### **DE LA COMPETITIVIDAD**

**3. - ¿Considera Ud. que el rubro que maneja en su empresa está en constante crecimiento?**

- A) SI                      B) NO                      C) A VECES

**4. - ¿Considera Usted que su empresa trabaja con algunos estándares de calidad que garanticen sus productos y servicios?**

- A) SI                      B) NO                      C) A VECES

**5. - ¿Cree usted que su desempeño incide en una buena calidad del servicio que brinda su empresa?**

- A) SI                      B) NO                      C) A VECES

**6. - ¿La empresa que Ud. dirige ¿se preocupa por evaluar la eficiencia de sus colaboradores?**

- A) SI                      B) NO                      C) A VECES

**7. - ¿Cree Ud. que la competitividad de su empresa depende del buen servicio que brinda?**

- A) SI                      B) NO                      C) A VECES

**8. - ¿Usted como empresario se preocupa por la productividad de su empresa?**

- A) SI                      B) NO                      C) A VECES

**9. - ¿En los últimos años cree usted que ha mejorado el desempeño de sus colaboradores?**

B) SI

B) NO

C) A VECES

**10. - ¿Porque cree usted que los clientes adquieren sus productos?**

A) Precios

B) Servicios

C) Atención

**11. - ¿Cree usted que la competencia le ha ayudado a que su negocio sea más conocido y competitiva?**

A) SI

B) NO

C) A VECES