



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
DE CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
COMERCIO – RUBRO VENTA MINORISTA DE  
LUBRICANTES DE LA AV. PARDO DEL DISTRITO DE  
CHIMBOTE, 2013.**

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

**AUTOR:**

**ALVAREZ ALEGRE RAUL ALFREDO**

**ASESOR:**

**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2015**

## HOJA DE FIRMA DE JURADO

---

MBA. SANTOS FELIPE LLENQUE TUME

**PRESIDENTE**

---

Mg. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO

**SECRETARIO**

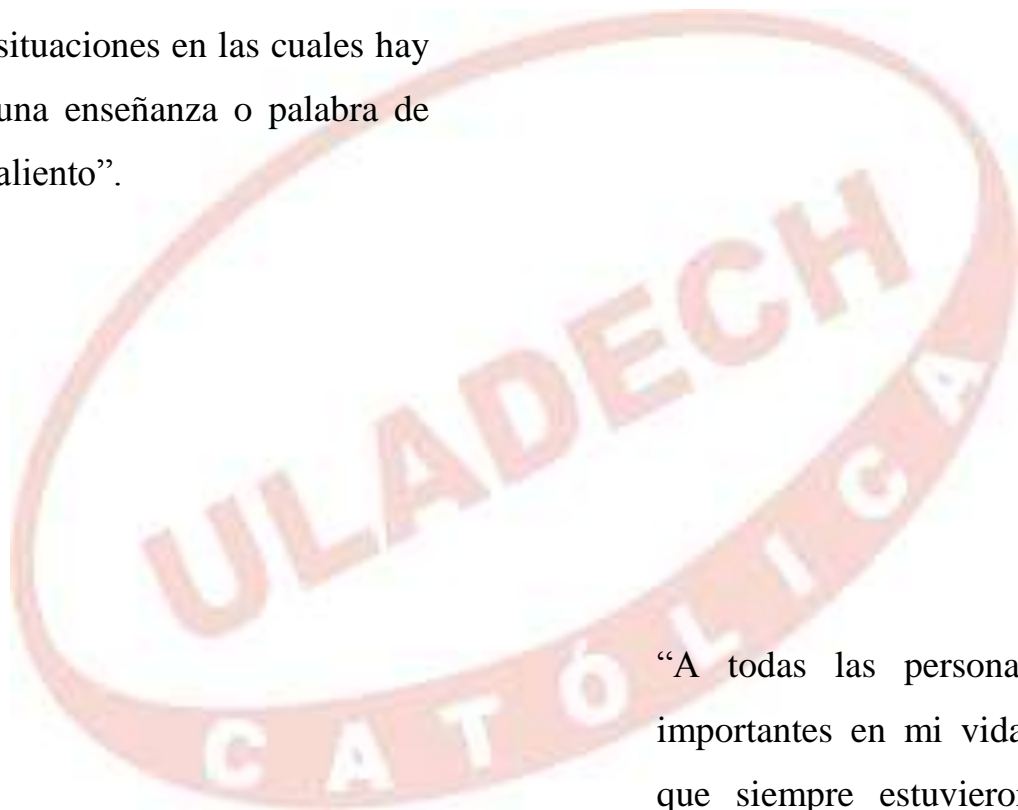
---

Dr. WILBERTO FERNANDO RUBIO CABRERA

**MIEMBRO**

## DEDICATORIA

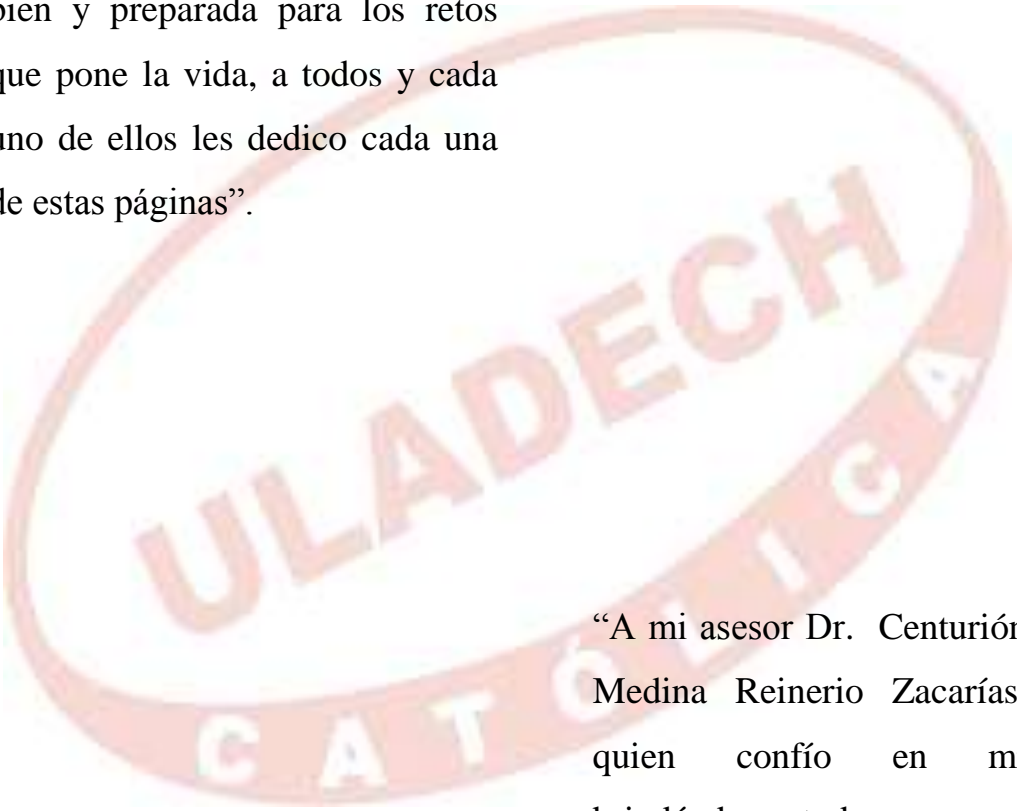
“**A Dios**, por todas las oportunidades que nos brinda en la vida y porqué de una u otra forma envía situaciones en las cuales hay una enseñanza o palabra de aliento”.



“A todas las personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda”.

## AGRADECIMIENTO

“A mis maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias, en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas”.



“A mi asesor Dr. Centurión Medina Reinerio Zacarías, quien confío en mí brindándome todo su apoyo y orientación constante para la culminación adecuada de la elaboración de nuestro proyecto de tesis”.

## RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo general determinar las principales características de la Competitividad en la micro y pequeñas empresas del sector Comercio – rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013. Fue tipo cuantitativa – nivel descriptivo, se escogió una muestra de 15 micro y pequeñas empresas de una población de 30 MYPES, a las que se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas cerradas a través de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 47% tiene una edad entre 31 a 45 años, el 40% en estado civil soltero, y el 73% con estudios superiores universitarios. El 67% desarrolla la actividad por más de 4 años y el 100% cuenta con 1 a 5 trabajadores. El 100% considera que su empresa es competitiva, el 100% tienen ventajas competitivas, el 100% venden productos de calidad, el 100% considera que una empresa competitiva genera mayor rentabilidad, el 100% considera que el trato de su personal hacia los usuarios es considerado y amable, el 93% brinda un servicio rápido a sus clientes, el 87% sus clientes recomiendan los servicios a sus colegas o contactos, el 67% cuenta con un local e infraestructura moderna, el 67% compra insumos a menor precio.

**Palabra Clave:** Representantes, MYPES, competitividad.

## ABSTRACT

The research had as general objective to determine the main characteristics of Competitiveness in the micro and Small Business Trade Sector. - I category retail Lubricants Av Pardo district of Chimbote, 2013. It was quantitative type - descriptive level, chose a sample of 15 micro and small enterprises in a population of 30 MSEs, which was applied a questionnaire of 14 closed questions through the survey. With the following results: 47% are aged between 31-45 years, 40% are in single marital status, and 73% with university studies. 67% develop the activity for more than four years and 100% have 1-5 employees. 100% believe that their company is competitive, 100% have competitive advantages, 100% quality products sold, 100% believe that a competitive company generates higher returns, 100% believe that the treatment of its staff to users is considerate and kind, 93% provide fast service to its customers, 87% customers recommend the service to their colleagues or contacts, 67% have a local and modern infrastructure, 67% buy inputs at lower prices.

**Keyword:** Representatives MSEs competitiveness.

## CONTENIDO

	Pág.
1. Título de la tesis	i
2. Hoja de firmas del jurado	ii
3. Dedicatoria	iii
4. Hoja de agradecimiento	iv
5. Resumen	v
6. Abstract	vi
7. Contenido	vii
8. Índice de tablas y figuras	viii
<b>I.</b> Introducción	01
<b>II.</b> Revisión de literatura	05
2.1 Antecedentes	05
2.2 Bases teóricas	06
2.3 Marco conceptual	11
<b>III.</b> Metodología	14
3.1 Diseño de la investigación	14
3.2 Población y muestra	14
3.3 Definición y operacionalización de variables	15
3.4 Técnicas e instrumentos	16
3.5 Plan de análisis	16
3.6 Matriz de consistencia	17
3.7 Principios éticos	18
<b>IV.</b> Resultados	19
4.1 Resultados	19
4.2 Análisis de resultados	22
<b>V.</b> Conclusiones	26
Referencias bibliográficas	27
Anexos	31

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Características del perfil de los representantes de la micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del Distrito de Chimbote, 2013 .....	19
<b>Tabla 2.</b> Características de la micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del Distrito de Chimbote, 2013.....	20
<b>Tabla 3.</b> Características de la Competitividad de la micro y pequeñas empresas del Sector Comercio –Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del Distrito de Chimbote, 2013.....	21



## **FIGURAS (Anexos)**

<b>Figura N° 01:</b> Edad.	36
<b>Figura N° 02:</b> Estado civil.	36
<b>Figura N° 03:</b> Grado de instrucción.	37
<b>Figura N° 04:</b> Tiempo desarrollando la actividad.	37
<b>Figura N° 05:</b> Cantidad de Trabajadores en la Empresa.	38
<b>Figura N° 06:</b> Su empresa es competitiva en el mercado.	38
<b>Figura N° 07:</b> Su empresa tiene ventajas competitivas.	39
<b>Figura N° 8:</b> Vende productos de calidad.	39
<b>Figura N° 09:</b> Una empresa competitiva obtiene mayor rentabilidad.	40
<b>Figura N° 10:</b> El trato hacia los usuarios es considerado y amable.	40
<b>Figura N° 11:</b> Brindan un servicio rápido a los clientes.	41
<b>Figura N° 12:</b> Los clientes recomiendan los servicios.	41
<b>Figura N° 13:</b> Cuenta con un local o infraestructura moderna.	42
<b>Figura N° 14:</b> Conoce donde puede comprar insumos a menor precio	42

## I. INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente se ha pensado que una empresa podía ser más competitiva si poseía una cantidad abundante de recursos, hoy en día el panorama de la competitividad es distinto porque para competir no se necesita en abundancia recursos físicos, sino más bien nuevos conocimientos y nuevas maneras de hacer las cosas, que tengan impacto directo tanto en el sector empresarial como en la sociedad en general. Debido a esto la gerencia actual sabe que debe establecer adecuadamente las ventajas competitivas en sus productos o servicios, de modo que le permitan no sólo mantenerse en los mercados conquistados, sino además que le posibiliten el logro de otros nuevos. Debido a esto las micro y pequeñas empresas (MYPES) han realizado diversas acciones que han impulsado la competitividad pero aún siguen teniendo desconocimiento en la realización de una adecuada gestión de recursos. No se puede hablar de competitividad en el mundo si se deja de lado el término ventaja competitiva, porque la suma o la acumulación de las ventajas competitivas permiten que las empresas compitan con mayor éxito en los mercados, entendiéndose como ventaja competitiva todas las características, estrategias, acciones, planes, acuerdos comerciales y no comerciales, que ayudan o que contribuyen a que las empresas afronten con mayor éxito sus actividades, sin embargo en Europa existen programas de apoyo a las PYMES por lo cual se ha hecho una presentación general de los principales planes comunitarios detallados en el Programa Marco para la Competitividad y la Innovación donde se desarrolla la innovación y las tecnologías de la información para lograr que las PYMES sean competitivas, estimulando una mayor penetración de servicios innovadores basados en las TIC y la explotación de los contenidos digitales en Europa. **(PMCI, 2012)**. Así mismo en latinoamericana se estima que el 90% de las empresas son micro y pequeñas empresas (MYPES) lo que significa que existe una fuerte necesidad de concentrar esfuerzos en este sector productivo y ofrecerle mecanismos que les permitan acceder a la información, capacitación y estrategias de competitividad y mejoramiento continuo de sus productos o servicios, pero existen instituciones como CEPAL que hacen favorable la búsqueda, acceso, procesamiento y difusión de informaciones que proporciona infraestructura en TIC.

Estas al permitir un acceso masivo a fuentes de datos, artículos científicos, conocimientos, nuevas formas, técnicas de producción y gestión, entre otros, abren ventanas de oportunidad para mejorar la competitividad de las empresas. Dicha infraestructura es el esqueleto de innovación, existen estimaciones de capital TIC realizadas a través del proyecto KLEMS, que están siendo utilizadas en el esfuerzo de capital de innovación. **(OMC, 2013)**. Por otro lado la experiencia de la última década en Perú muestra que se ha dado a la vez un crecimiento y un retroceso relativo en cuanto a competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES). Según el Índice de Competitividad Mundial del año 2014 del International Institute for Management Development **(IMD, 2014)** desarrollado en Suiza, el Perú ocupa el puesto 50°, en el 2013 ocupaba el puesto 43° entre los 60 países comprendidos en la medición. **(Schwab, 2014)**. Así mismo cabe señalar que en la región Ancash según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el 88 % de la Población Económicamente Activa (PEA) del departamento trabaja en micro y pequeñas empresas (MYPES). De este total, el 69.2 % trabaja en las microempresas, el 9.6 % (33 mil 140 personas) trabaja en pequeñas empresas y el 9.2 % en medianas empresas. Mientras, apenas el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas. **(INEI, 2014)**. Por ultimo en la ciudad de Chimbote, donde se ha realizado la investigación, las micro y pequeñas empresas del sector comercio - del rubro venta minorista de lubricantes han aumentado progresivamente su participación en el mercado, debido al incremento considerable del parque automotor, con ello la necesidad de ser competitivas. Sin embargo, se desconocen las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES). Por lo expuesto anteriormente podemos observar que la micro y pequeña empresa en Chimbote se encuentran haciendo esfuerzos por superar a sus competidores, pero cabe recalcar que ese impulso es muy lento, les hace falta el uso de estrategias e información para lograr desarrollar sus actividades a largo plazo, este tipo de empresas están consideradas como las que tienen infraestructura y tecnológica deficiente, baja productividad y competitividad debido a que presentan una deficiente organización a nivel empresarial, que impide el desarrollo de experiencias asociativas, así mismo la

escasa capacitación no les permite ser competitivas frente a sus competidores. Por lo expuesto anteriormente se planteó el siguiente enunciado de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la competitividad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013?**

Para dar respuesta a la problemática se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la competitividad de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013 y para poder alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

Describir el perfil de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013; Describir las características en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013; Describir las principales características de la competitividad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013.

La investigación se justifica porque permitió conocer a nivel exploratorio las principales características de la competitividad, si existe competitividad y si se aplica el conocimiento sobre competitividad en el ámbito de estudio en el 2013.

Del mismo modo, permitirá que los empresarios tomen decisiones con respecto a la competitividad de las MYPES.

Los gerentes podrán conocer las características de la competitividad, las cuales podrán aplicar en el sistema de formación de las empresas.

Servirá como información para que los gerentes y administradores puedan contratar personal competente de acuerdo a las nuevas funciones que se implementaran en la presente investigación.

Sera un soporte en las toma de decisiones para que las empresas sean solventes.

Servirá como motivación para promover la creación de nuevas empresas, originado de esta manera fuentes de trabajo para la colectividad.

Para concluir se justifica porqué servirá como antecedentes y base teórica para otros estudios posteriores.

Para su mejor entendimiento el presente trabajo se presenta en cinco partes, que son:

- I. **Introducción:** Presenta una introducción general de este trabajo de investigación, así como el enunciado del problema, los objetivos y la justificación de la investigación.
- II. **Revisión de la literatura:** Comprende los antecedentes, el marco teórico y conceptual.
- III. **Metodología:** Se menciona la metodología que comprende el diseño de la investigación, determinación de población y muestra, así como las técnicas e instrumentos que se utilizó para la recolección de datos.
- IV. **Resultados:** Se encuentran y analizan los resultados del trabajo de campo.
- V. **Conclusiones:** Se redactan las conclusiones de la investigación y se adicionan las referencias bibliográficas y los anexos que sustentarán los resultados de la investigación.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

**Farromeque, (2014.)** En su estudio de investigación titulado: “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”. Llegó a los siguientes resultados: En cuanto a la edad promedio de los conductores de la micro y pequeñas empresas, el 45% tiene edades que fluctúan entre los 46 a más. En cuanto al sexo del representante legal, el 80% está representado por el sexo masculino. En cuanto al grado de instrucción, el 75% cuenta con educación superior. En cuanto a las micro y pequeñas empresas (MYPES), el 20% son solo representantes legales. En cuanto a la competitividad, el 90% se preocuparon en mejorar la atención y el servicio al cliente y el 60% tienen precios competitivos.

**Regalado, (2014).** En su estudio de investigación titulado: “Caracterización de 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: En cuanto a la edad promedio de los conductores de las micro y pequeñas empresas el 67% tiene de 41 a más años. En cuanto a su estado civil, el 67% manifiestan estar casados. En cuanto al grado de instrucción, el 100% tienen estudios universitarios, el 67% son los representantes legales. Respecto a las micro y pequeñas empresas (MYPES): El 100% tienen 3 a más años en la actividad y el rubro, el 100% tienen de 6 a más trabajadores. Respecto a la competitividad: El 100% de los empresarios tienen conocimiento del término competitividad, el 67% manifestaron que uno de los factores que determinan la competitividad de la empresa es la calidad en el servicio.

**Coello, (2013).** En su estudio de investigación titulado: “Caracterización de la competitividad y la rentabilidad en las MYPES del sector comercio - rubro ferretero de la ciudad de Nuevo Chimbote, año 2011”, llegó a los siguientes resultados. Respecto a los empresarios: El 55% tiene entre 35 y 44 años de edad, el 82% son de sexo masculino, el 45% son convivientes, el 45% tienen grado de instrucción universitaria. Respecto a las micro y pequeñas empresas (MYPES): El 55% cuentan con personal permanente. Respecto a la competitividad: El 82% afirma que su empresa es competitiva, el 46% es competitiva en precios, el 18% en atención al cliente, el 55% mejoró la infraestructura de sus empresas.

**Blas, (2013).** En su estudio de investigación titulado: “Caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPES del sector comercio - rubro venta de muebles de Melamina del distrito de Chimbote, período 2010-2011”. Llegó a los siguientes resultados. Respecto a los empresarios: El 50% tienen entre 25 a 34 años de edad, el 70% tienen secundaria completa, el 80% son de sexo masculino. Respecto a las micro y pequeñas empresas (MYPES): El 40% tienen una antigüedad en el negocio de 3 años, el 80% tienen entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a la competitividad: El 80% conoce lo que es la competitividad, el 80% logra competitividad en su negocio, el 80% mejoraron su competitividad en los últimos años.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Micro y pequeñas empresas**

#### **Según la Ley N° 30056**

El 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que está la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. Texto único ordenado de la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente.

La clasificación para las micro, pequeñas y medianas empresas de la siguiente manera.

- **Microempresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 (UIT).

Así mismo las empresas individuales de responsabilidad limitada (EIRL) pueden acogerse al nuevo RUS Decreto Legislativo 937, ley del nuevo régimen único simplificado, siempre que cumplan los requisitos establecidos por dicha norma. Se transferirá la administración del registro nacional de las micro y pequeña empresa (REMYPE) pasando del Ministerio de trabajo (MINTRA) a la SUNAT. El régimen laboral especial establecido mediante el Decreto Legislativo N° 1086 es ahora de naturaleza permanente. El régimen laboral especial de microempresa creado mediante la Ley N° 28015, ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, se prorrogará por 03 años.

Sin perjuicio de ello, las microempresas, trabajadores y conductores pueden acordar por escrito, durante el tiempo de dicha prórroga, que se acogerán al régimen laboral regulado en el decreto Legislativo N° 1086. El acuerdo deberá presentarse ante la autoridad administrativa dentro de los 30 días de suscrito.

La microempresa que durante 02 años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 año calendario adicional el mismo régimen laboral. La pequeña empresa que durante 02 años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1,700 UIT), podrá conservar por 03 años calendarios adicionales el mismo régimen laboral.

¿Qué amnistías y ampliaciones nos presenta la presente ley?

Las microempresas que se inscriban en el REMYPE gozarán de amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir



de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción. Las empresas que se acogieron al régimen de la microempresa establecido en el Decreto Legislativo. N° 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, gozan de un tratamiento especial en materia de inspección del trabajo por el plazo de 03 años desde el acogimiento al régimen especial, específicamente en relación con las sanciones y fiscalización laboral. Así, ante la verificación de infracciones laborales leves, deberán contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento inspector.

### **Ventajas y desventajas de la micro y pequeña empresa**

Según **Leebaert, (2009)**. La pequeña empresa tiende a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes, es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor, más dispuesta a crear oportunidades para las mujeres y grupos minoritarios y para emprender actividades en las zonas empobrecidas. Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos demarcados. Actúa como punto de entrada a la economía de trabajadores nuevos o previamente menospreciados.

Según **Strauss, (2009)**. La pequeña empresa brinda satisfacción y autonomía de trabajo a aquellos emprendedores que no tienen la capacidad financiera o técnica para iniciar una mediana o gran empresa. La pequeña empresa, en un mundo agobiado por la pobreza y la necesidad, tiene la capacidad no solo de mitigar el sufrimiento, sino también de crear una clase media sólida, generar una base impositiva segura y fomentar la estabilidad social.

### **El perfil del representante de las micro y pequeña empresa**

Según **González, (2009)**. En el Perú más del 70% de las empresas son de tamaño micro y pequeña empresa. De ellas más del 90% son administradas por sus propios dueños y la gran mayoría de ellos no cuenta con una carrera profesional para ejercer el oficio. El perfil de procedencia de ellos no es muy variado entre ellos se encuentran:

- Desempleados (Recientes)
- Empleados (con inquietud)
- Estudiantes por Graduarse y/o recién graduados
- Amas de casa (con inquietud)

### **La Competitividad**

Según **Vásquez, (2011)**. Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, debe mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Según **Murillo, (2014)**. La competitividad empresarial requiere un equipo directo dinámico, actualizado abierto al cambio organizativo y tecnológico y consiente de la necesidad de considerar a los miembros de la organización como un recurso de primer orden al que hay que cuidar. Las empresas que mantienen en el tiempo posiciones competitivas sostenidas, dedican una gran atención al futuro al tiempo que vigilan constantemente su entorno.

### **Que es la competitividad**

Según La Asociación Española de Contabilidad y Administración **AECA, (2010)**. La competitividad es la capacidad de una organización para obtener y mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que actúa.

Según **Morales, (2011)**. La competitividad no surge espontáneamente, sino más bien, se logra mediante un proceso de aprendizaje y negociación por un grupo de personas u organizaciones que establecen una dinámica de conducta organizativa, en la que intervienen accionistas, directivos, empleados, clientes, entre otros.

Según **López y Marín, (2011)**. La competitividad no es un resultado lineal, sino más bien una serie de resultados que les permiten a las empresas alcanzar,

mantener e incrementar una participación en el mercado donde el precio, la calidad y las oportunidades son mejores que la de sus competidores, lo que demanda la gestión de ventajas competitivas, así como actividades y estrategias en las que se destacan algunas variables que asumen el papel de indicadores en beneficio de una mayor adaptación continua de las organizaciones.

### **El papel de la competitividad**

Según **Castañeda, (2015)**. La competitividad tiene un papel muy importante en las empresas, ya que estas deben tener una característica especial para conseguir un atributo o ventaja que las diferencie de su competencia. De este modo dichas empresas se esfuerzan constantemente por mantener vigente su competitividad de una manera sostenible que marque una pauta respecto de la competencia y no ser absorbidas o desaparecer del mercado a causa de su debilidad competitiva.

Según **Echeverri, (2010)**. El objetivo principal de la competitividad 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, por ejemplo mediante el análisis FODA, permite obtener mejores rendimientos en aquellos aspectos en que la empresa sea más fuerte en comparación con sus competidores y corregir falencias que puedan afectar su estabilidad en el corto o largo plazo dentro del mercado. Lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, y los procesos de transformación. Orientar a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece.

### **Tipos de competitividad**

**La competitividad interna:** Se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas y los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea de que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación.

**La competitividad externa:** Está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa, deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas y productos y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

### **Ventajas competitivas**

Según **Morales, (2011)**. La ventaja competitiva de una empresa frente a otras recae en la habilidad de reducir los costos que pueden estar ligados a ciertos factores como la eficiencia y la adecuada selección de proveedores y acreedores, así como también, en la diferenciación de productos y servicios determinados por la calidad y capacidad de satisfacer las necesidades del cliente lo que puede permitirle a la empresa alcanzar un mayor desempeño al promedio de la industria y por ende una mayor competitividad.

### **2.3 Marco conceptual**

#### **Historia de los lubricantes en Chimbote.**

Según **García, (2013)**. Luis Banchemo Rossi fue el pionero de la pesca industrial de la anchoveta y de la producción de harina y aceite de pescado. Sus comienzos fueron modestos. En 1951, después de recibirse de ingeniero químico en la Universidad de Trujillo distribuía azúcar, alcoholes y melaza, y era agente de ventas de maquinaria agrícola y lubricantes. Un día llegó a Chimbote a venderle Lubricantes Kendall a su primo Mario Rossi que trabajaba en la “Envasadora Coishco”, ubicada al norte de la pujante ciudad, estando allí visitó con él las instalaciones y averiguó sobre el uso de cada maquinaria, le interesó el negocio; Saliendo de la planta y viendo hacia la gran bahía se quedó maravillado de lo que vio, llegando a decir: “Me gusta el mar, no hay que arar o sembrar en él, sólo cosechar”. Como vendedor de lubricantes se vinculó con la pesquería y vislumbró el gran futuro de esta industria.

#### **Las micro y pequeñas empresas de ventas lubricantes en Chimbote.**

Las micro y pequeñas empresas de ventas minorista de lubricantes ubicados en la Av. Pardo del Distrito de Chimbote, se ubican estratégicamente en esta avenida debido a que el mayor parque automotor de la ciudad circula constantemente por ahí, siendo su mayoría autos de transporte público pertenecientes a empresas de comités. Los lubricantes o lubricentros están representados legalmente en su mayoría por los propios dueños, que son los que se encargan de la administración y gestión de la empresa. Por lo general las micro y pequeñas empresas de venta minorista de lubricantes tienen como proveedores a empresas limeñas, que se encargan del suministro de los productos que comercializan tales como aceites, grasas, aditivos, refrigerantes, filtros de aceite y filtros de aire de las marcas Castrol, Shell, Mobil, Valvoline, Total, Lys, Puralator, que son las marcas de más prestigio y que más demanda tienen por sus clientes.

Con respecto a sus actividades estos establecimientos se dedican al mantenimiento, lavado, venta y cambio de aceite para autos, combis, camionetas, camiones y todo tipo de maquinaria pesada de diferentes marcas. La totalidad de los establecimientos no reciclan adecuadamente el aceite que cambia de los vehículos, corriendo riesgo de contaminar el ambiente y alterar los elementos comunes en el lugar donde desarrollan sus actividades, poniendo en riesgo la salud de las personas que trabajan en la empresa y así mismo la de las plantas y personas que viven en sus alrededores.

### **La competitividad**

La competitividad está referida a la competencia de la empresa consigo misma a partir de la comparación de su eficiencia en el tiempo y de la eficiencia de sus estructuras internas productivas y de servicios, se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, competencia y el mercado. La empresa competitiva es aquella que además de ser preferida por los clientes de su mercado ante el resto de las empresas competidoras gana dinero al vender su producto o servicio.

## **Las micro y pequeñas empresas de ventas de lubricantes y la competitividad.**

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) de ventas de lubricantes ubicadas en la av. Pardo del Distrito de Chimbote están realizando sus actividades con algunas deficiencias debido a que la aparición del autoempleo en su mayoría presenta serias limitaciones en su desempeño como consecuencia de la baja calificación del empresario , de los trabajadores y los escasos activos fijos que poseen, trayendo como consecuencia una baja productividad, servicios y productos de baja calidad, altos niveles de desperdicios, falta de estrategias de gestión, marketing, planeamiento estratégico, etc. Lo que finalmente se traduce en una vida empresarial de supervivencia y subsistencia. Sin embargo, las micro y pequeñas empresas de venta minorista de Lubricantes muestran algunas ventajas tales como: Capacidad de adaptación, flexibilidad y facilidad para adaptarse a sistemas de calidad, contacto directo entre el empresario y el cliente, contacto directo entre el empresario y sus trabajadores.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño de 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 las variables, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto conforme a la realidad.

Fue transversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado.

Fue descriptivo, porque sólo se describió las partes más relevantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES), representantes y la variable en estudio.

Fue cuantitativa, pues se van a utilizar técnicas de conteo y medición.

#### **3.2. Población y muestra**

La población estuvo constituida por 30 micro y pequeñas empresas del sector comercio - Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013. La cual fue obtenida mediante sondeo por no existir muestras estadísticas en el SIGE.

La muestra fue dirigida y estuvo constituida por 15 micro y pequeñas del sector comercio - Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013. La cual fue obtenida por sondeo debido a que solo se tomó en cuenta aquellas MYPES que han querido brindar información.

### 3.3 Definición y Operacionalización de la variable

VARIABLE	CONCEPTO / DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Competitividad	<p>Es la capacidad de generar la mayor satisfacción a los clientes marcando la diferencia frente a la competencia en un mercado donde se ofrece el mismo producto.</p> <p>La competitividad debe concebirse como la capacidad que tiene una empresa para penetrar y consolidarse en un mercado satisfactoriamente en el tiempo.</p>	<p>Capacidad de satisfacción</p> <p>Cientes satisfechos</p> <p>mercado</p>	<p>Su empresa es competitiva en el mercado</p> <p>Su empresa tiene ventajas competitivas</p> <p>Vende productos de calidad que genera competitividad en el mercado</p> <p>Una empresa competitiva genera mayor rentabilidad</p> <p>El trato del personal hacia los usuarios es considerado y amable</p> <p>Brindan un servicio rápido a las necesidades de los clientes</p> <p>Tiene conocimiento sí los clientes recomiendan el servicio</p> <p>Cuenta con un local e infraestructura moderna</p> <p>Conoce donde puede comprar insumos a menor precio</p>	<p>Nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul> <p>Nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul> <p>Nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul> <p>Nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul> <p>Nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul> <p>Nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul> <p>Nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul> <p>Nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul>



### **3.4. Técnicas e instrumentos**

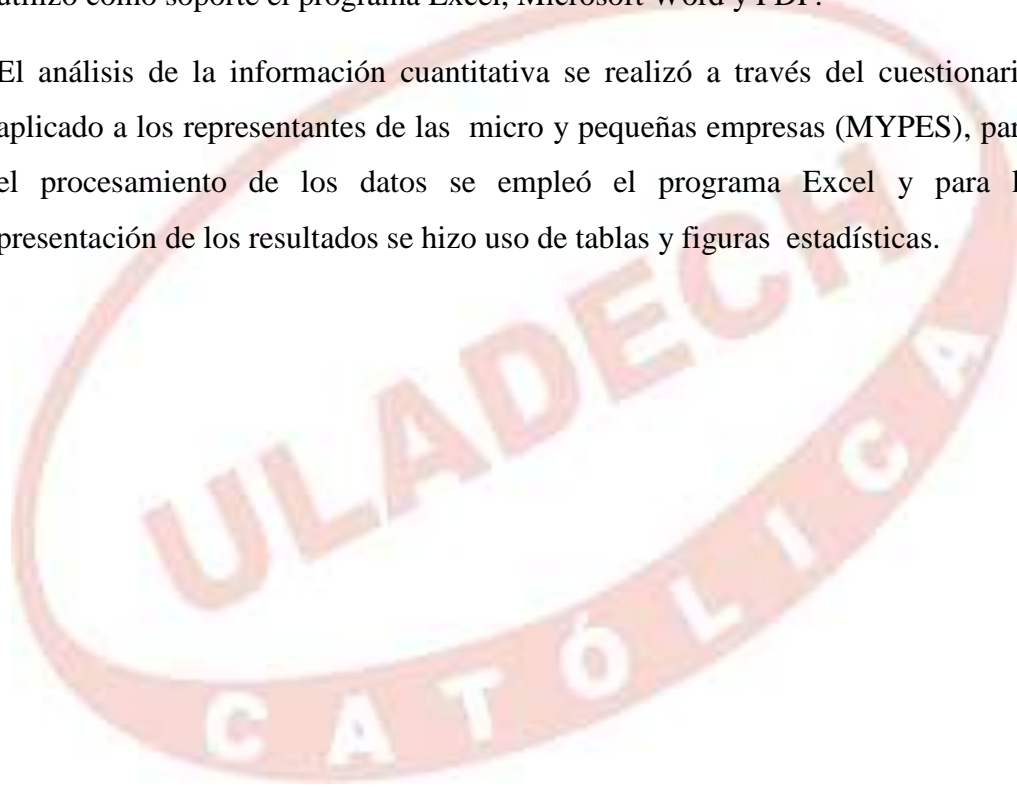
**Técnica:** Para el desarrollo de esta investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

**Instrumento:** Para el recojo de la información se aplicó un cuestionario de 14 preguntas que están enfocadas en los hechos y aspectos que interesan en la investigación.

### **3.5. Plan de análisis**

Para la elaboración de tablas y figuras se hizo uso del análisis descriptivo y se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word y PDF.

El análisis de la información cuantitativa se realizó a través del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES), para el procesamiento de los datos se empleó el programa Excel y para la presentación de los resultados se hizo uso de tablas y figuras estadísticas.



### 3.6. Matriz de consistencia lógica.

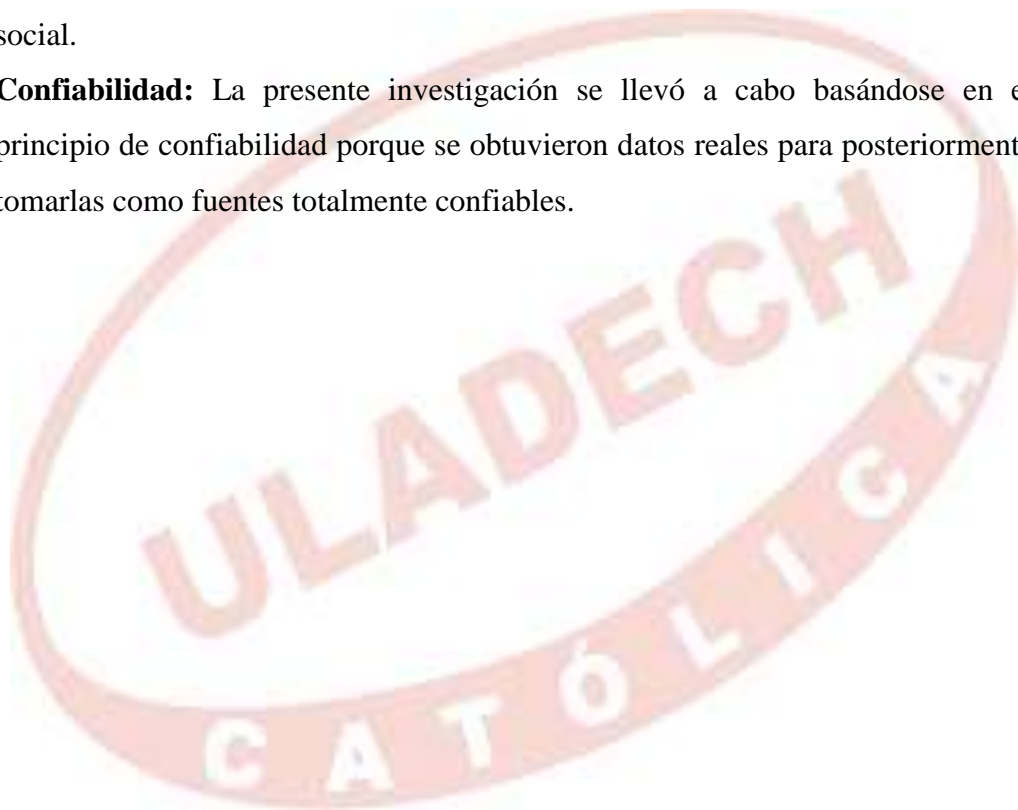
PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODO DISEÑO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>¿Cuáles son las principales características de la competitividad de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Describir las principales características de la competitividad de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Describir el perfil de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013;</p> <p>Describir las características de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013;</p> <p>Describir las principales características de la competitividad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013.</p>	<p><b>Competitividad:</b> Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.</p>	<p><b>Población:</b> Estuvo constituida por 30 micro y pequeñas empresas del sector comercio - Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013. La cual fue obtenida mediante sondeo por no existir muestras estadísticas en el SIGE.</p> <p><b>Muestra:</b> Fue dirigida y estuvo constituida por 15 micro y pequeñas del sector comercio - Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013.</p>	<p><b>Tipo y nivel de la investigación</b></p> <p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL- TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO- CUANTITATIVA</p> <p>Fue no experimental, porque se realizó son deliberadamente las variables, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto conforme a la realidad.</p> <p>Fue transversal, porque el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado.</p> <p>Fue descriptivo, porque sólo se describió las partes más relevantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES), representantes y la variable en estudio.</p> <p>Fue cuantitativa, pues se van a utilizar técnicas de conteo y medición.</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

### 3.7 principios éticos

**Confidencialidad:** Se respeta el derecho de los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) encuestadas a la confidencialidad; solo se difundirá la información que el representante desee y haya brindado, así también se mantendrá en el anonimato no perjudicarlos directa o indirectamente.

**Respeto a la dignidad humana:** Se respeta la dignidad humana de todos los involucrados directos e indirectos en el desarrollo del trabajo de investigación, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social.

**Confiabilidad:** La presente investigación se llevó a cabo basándose en el principio de confiabilidad porque se obtuvieron datos reales para posteriormente tomarlas como fuentes totalmente confiables.



## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados

**Tabla 01. Características del perfil de los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del Sector Comercio – Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del Distrito de Chimbote, 2013.**

<b>Datos generales:</b>	<b>Número de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Edad (años)</b>		
20 - 30	3	20,0
31 - 45	7	47,0
Más de 46	5	33,0
Total	15	100,0
<b>Estado civil</b>		
Soltero	6	40,0
Casado	5	33,0
Conviviente	4	27,0
Total	15	100,0
<b>Grado de instrucción</b>		
Primaria	0	0,0
Secundaria	3	20,0
Superior técnico	6	40,0
Superior universitaria	6	40,0
Total	15	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013.*

**Tabla 02. Características de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del Sector Comercio – Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del Distrito de Chimbote, 2013.**

<b>De la Empresa:</b>	<b>Número de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Tiempo desarrollando la actividad en el rubro</b>		
Menos de 1 año	0	0,0
De 1 a 2 años	0	0,0
De 2 a 4 años	5	33,0
De 4 a más años	10	67,0
Total	15	100,0
<b>Cantidad de trabajadores en la empresa</b>		
De 1 a 5 trabajadores	15	100,0
De 6 a más trabajadores	0	0,0
Total	15	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013.*

**Tabla 03. Características de la Competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del Sector Comercio - Rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del Distrito de Chimbote, 2013.**

<b>Competitividad</b>	<b>Número de MYPES</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Su empresa es competitiva en el mercado</b>		
Sí	15	100,0
No	0	0,0
Total	15	100,0
<b>Su empresa tiene ventajas competitivas</b>		
Sí	15	100,0
No	0	0,0
Total	15	100,0
<b>Vende productos de calidad que genera competitividad en el mercado</b>		
Sí	15	100,0
No	0	0,0
Total	15	100,0
<b>Una empresa competitiva genera mayor rentabilidad</b>		
Sí	15	100,0
No	0	0,0
Total	15	100,0
<b>El trato del personal hacia los usuarios es considerado y amable</b>		
Sí	15	100,0
No	0	0,0
Total	15	100,0
<b>Brindan un servicio rápido a las necesidades de los clientes</b>		
Sí	14	93,0
No	1	7,0
Total	15	100,0
<b>Tiene conocimiento sí los clientes recomiendan el servicio</b>		
Sí	13	87,0
No	2	13,0
Total	15	100,0
<b>Cuenta con un local e infraestructura moderna</b>		
Sí	10	67,0
No	5	33,0
Total	15	100,0
<b>Conoce donde puede comprar insumos a menor precio</b>		
Sí	10	67,0
No	5	33,0
Total	15	100,0

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013.*

## 4.2. Análisis de resultados

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

Con respecto a la edad del representante: El 47% de los representantes tienen una edad entre 31 a 45 años (Tabla 01), esto coincide con los resultados encontrados por **Regalado, (2014)**, donde demuestra que el 67% tiene 41 a más años de edad, los resultados encontrados por **Coello, (2013)**, donde menciona que el 55% tiene entre 35 y 44 años de edad y los resultados encontrados por **Blas, (2013)**, en donde menciona que el 50% tienen entre 25 a 34 años de edad respectivamente. Esto nos indica que actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPES) son gestionados por personas adultas, lo cual implica que hace unos años atrás y en la actualidad las personas adultas son las que deciden emprender un negocio en los diferentes rubros en los que su empresa se desarrolle.

Con respecto a su estado civil: El 40% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son de estado civil soltero (Tabla 01), esto contrasta con los resultados encontrados por **Regalado, (2014)**, donde demuestra que el 67% de los representantes legales manifiestan estar casados y **Coello, (2013)**, donde demuestra que el 45% de los representantes legales son convivientes. Esto demuestra que actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPES) están siendo dirigidos por personas de estado civil soltero.

Con respecto al grado de instrucción: El 73% de los representantes legales cuenta con estudios superiores universitarios (Tabla 01), esto coincide con los con los resultados encontrados por **Farromeque, (2014)**, en donde determina que el 75% de sus encuestados tienen estudios universitarios. Por su parte **Regalado, (2014)** menciona que el 100% de los representantes legales tienen estudios universitarios y **Coello, (2013)**, en el cual menciona que el 45% de los representantes legales tienen grado de instrucción universitaria respectivamente. Pero se contrasta con los resultados encontrados por **Blas, (2013)**, donde demuestra que el 70% solo tienen secundaria completa. Esto nos indica que actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPES) son dirigidas por personas con estudios superiores, lo cual implica que las personas que egresaron de una

carrera universitaria se están viendo motivados por un espíritu de independencia logrando que se decidan a emprender un negocio, además demuestra la importancia que tiene formación académica universitaria para decidir emprender un negocio en los diferentes rubros en los que tenga en mente desarrollarse.

### **Respecto a las características de la micro y pequeñas empresas**

Con respecto al tiempo desarrollando la actividad: El 67% de los encuestados respondieron que se encuentran desarrollando la actividad por más de 4 años (Tabla 02). Esto coincide con los resultados encontrados por **Regalado, (2014)** donde demuestra que el 100% de los representantes legales dijeron tener 3 a más años en la actividad. Pero se contrasta con los resultados encontrados por **Blas, (2013)**, donde demuestra que el 40% de los representantes legales dijeron tener una antigüedad en el negocio de solo 3 años. Esto demuestra que actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPES) están desarrollando sus actividades con una regular permanencia en el sector implicando que tienen la antigüedad suficiente para ser estables.

Con respecto al número de trabajadores: El 100% de los encuestados respondieron que tienen de 1 a 5 trabajadores en su empresa (Tabla 02). Esto coincide con los resultados encontrados por **Blas, (2013)**, donde demuestra que el 80% de los encuestados tienen entre 1 a 5 trabajadores. Pero contrasta con los resultados encontrados por **Regalado, (2014)**, donde demuestra que el 100% de los encuestados respondieron tener de 6 a más trabajadores. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas (MYPES) no pueden crecer trabajando con una sola persona, necesitan de trabajadores para ir adelante.

### **Respecto a la competitividad de la micro y pequeñas empresas**

Con respecto a que las empresas son competitivas en el mercado: El 100% de los representantes legales considera que su empresa es competitiva en el mercado (Tabla 03). Esto coincide con los resultados encontrados por **Coello, (2013)**, donde demuestra que el 82% de los representantes legales afirma que su empresa es competitiva. Por su parte **Blas, (2013)**, menciona que el 80% de los representantes legales logra competitividad en su negocio. Estos resultados demuestran que la mayoría de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en la actualidad tienen la capacidad para competir frente a otras empresas en el



mercado, por lo cual lograran rivalidad, resistir y superarse en algún espacio del mercado en el que desarrollen sus actividades.

Con respecto a que las empresas tienen ventajas competitivas: El 100% de representantes legales consideran que sus empresas tienen ventajas competitivas (Tabla 03). Esto coincide con los resultados encontrados por **Farromeque, (2014)**, donde demuestran que el 60% de las MYPES encuestadas tienen precios competitivos. Por su parte **Coello, (2013)**, menciona que el 46% de las MYPES encuestadas son competitivas en precios respectivamente.

Esto demuestra que hace unos años atrás y actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPES) vienen desarrollando ventajas competitivas con respecto a su competencia, lo cual implica que están alerta y son ágiles como para poder encontrar siempre una ventaja siendo creativos y aportando algo nuevo con rasgos diferenciales a lo que existe en el mercado.

Con respecto a que las empresas venden productos de calidad que generan competitividad en el mercado: El 100% de los representantes considera que sus MYPES venden productos de calidad lo cual genera competitividad en el mercado (Tabla 03). Esto demuestra que actualmente la calidad de los productos es de importancia crítica en el mundo de los negocios porque ayuda a garantizar la satisfacción del cliente y mejora la percepción de una marca en las micro y pequeñas empresas (MYPES).

Con respecto a que una empresa competitiva genera mayor rentabilidad: El 100% de representantes considera que una empresa competitiva genera mayor rentabilidad (Tabla 03). Esto demuestra que en la actualidad las micro y pequeñas empresas (MYPES) son capaces de captar los suficientes recursos económicos del mercado gracias a su competitividad.

Con respecto al trato del personal hacia los usuarios: El 100% de los representantes legales considera que el trato de su personal hacia los usuarios es considerado y amable (Tabla 03), esto que coincide con los resultados encontrados por **Farromeque, (2014)**, donde demuestra que el 90% de las micro y pequeñas empresas (MYPES) encuestadas se preocuparon en mejorar la atención y el servicio al cliente. Pero contrasta con los resultados encontrados por **Coello, (2013)**, donde menciona que solo el 18% de las micro y pequeñas

empresas (MYPES) encuestadas se esmera en la atención al cliente. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) consideran que los consumidores de hoy ya no sólo buscan buenos precios y productos de buena calidad, sino también que se les brinde una buena atención.

Con respecto a que brindan un servicio rápido: El 93% de los representantes considera que en su empresa se brinda un servicio rápido a sus clientes, mientras que el 7 % considera que no lo hace (Tabla 03), Esto demuestra que actualmente en las micro y pequeñas empresas (MYPES) existe la disposición por atender y dar un servicio rápido.

Con respecto a que tiene conocimiento sí los clientes recomiendan el servicio: El 87% de los encuestados tiene conocimiento que sus clientes recomiendan los servicios a sus colegas o contactos y el 13% no tiene conocimiento sobre esta información (Tabla 03). Esto demuestra que actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPES) tienen gran parte de su clientela debido a que confían en ellos y recomiendan sus servicios.

Con respecto a que cuentan con un local e infraestructura moderna: El 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) encuestadas cuenta con un local e infraestructura moderna (Tabla 03). Esto coincide con los resultados encontrados por **Coello, (2013)**, donde menciona que el 55% de las micro y pequeñas empresas (MYPES) encuestadas mejoró la infraestructura de sus empresas. Esto demuestra que actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPES) se están preocupando por contar con buena infraestructura con el propósito de brindar un servicio la calidad y mantener la seguridad industrial.

Con respecto a que conocen donde pueden comprar insumos a menor precio: El 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) encuestadas conoce dónde comprar insumos a menor precio y el 33% no tiene esa información (Tabla 01). Esto demuestra que actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPES) se están preocupando por buscar proveedores que con precios más accesibles al momento de adquirir los insumos que utilizan.

## **V. CONCLUSIONES**

### **Respecto a las características de los representantes legales de la micro y pequeñas empresas.**

La mayoría de las MYPES son manejadas por personas adultas con edad promedio de 31 a 45 años, estado civil soltero y cuentan con estudios superiores universitarios.

### **Respecto a las características de la micro y pequeñas empresas.**

La mayoría de las MYPES están desarrollando sus actividades por más de 4 años y la totalidad cuenta con 1 a 5 trabajadores.

### **Respecto a la competitividad de la micro y pequeñas empresas.**

La totalidad de los representantes de las MYPES considera que su empresa es competitiva en el mercado, la totalidad poseen ventajas competitivas, la totalidad venden productos de calidad, la totalidad considera que la competitividad genera mayor rentabilidad, la totalidad considera que el trato que brinda su personal hacia los usuarios es considerado y amable, la mayoría brinda un servicio rápido a sus clientes, la mayoría sabe que sus clientes recomiendan los servicios a sus colegas, la mayoría cuenta con un local e infraestructura moderna y la mayoría conoce dónde comprar los insumos a menor precio.

## Referencias bibliográficas

1. Cárdenas, N. (2010). Influencia de la Informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010 (Tesis de pregrado). Universidad católica de Santa María, Arequipa, Perú.
2. CEPAL, (2013). Como mejorar la competitividad de las MYPES en la Unión Europea y América latina y el Caribe: Propuestas de política del sector privado. Libros institucionales.
3. García, E. H. (2011). Competitividad en el Perú: Diagnóstico, sectores a priorizar y lineamientos a seguir para el período 2011- 2016. [Versión electrónica]. Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, 122.
4. Navia, S. (2009). Empaque primario como estrategia de competitividad para las PYMES exportadoras de América Latina, Una mirada a través de los productos alimenticios manufacturados (Tesis de Maestría no publicada). Universidad de Palermo, Palermo, Argentina.
5. Chimbote al día Ancash, (2014). MYPES vendieron 125 millones de soles al estado por internet. Chimbote, Perú. recuperado de: <http://chibotonlinea.com/economia/24/07/2013/ancash-mypes-vendieron-125-millones-de-soles-al-estado-por-internet>
6. Comisión Europea, programas de apoyo a las PYMES de la Unión Europea. (2014). Presentación general de los principales planes comunitarios de financiación para Pyme. Bruselas, Bélgica. recuperado de: [http://ec.europa.eu/cip/index\\_es.htm](http://ec.europa.eu/cip/index_es.htm)
7. CNC, (2014). Índice de Competitividad Regional. Lima, Perú.

8. recuperado de: <http://www.cnc.gob.pe/regional>
9. WEF, (2013). Consejo Nacional de la Competitividad Perú. Sede del Foro Económico Mundial. Lima, Perú. recuperado de: <http://www.cnc.gob.pe/pagina/destacadas/Perú-sede-del-foro-economico-mundial---wef-2013>
10. Espinoza, Herrera. Nemesio (2008). Las PYMES en el Perú. Las pequeñas y microempresas en el Perú. Lima, Perú. recuperado de: <http://nospinozah.blogspot.com/2008/05/las-pymes-en-el-per.html>
11. The World Economic Forum. (2011- 2012). The Global Competitiveness Report 2011-2012. Geneva, Switzerland. recuperado de: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2011-2012>
12. Rivas, Villatoro. Álvaro (2009). De La competitividad una lucha sin fin para las PYMES. Editorial el Porvenir, Costa Rica. recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos15/competitividad-pymes/competitividad-pymes.shtml#Comentarios>
13. Vásquez, I. (2011). Formalización empresarial. Mi empresa en marcha. Lima, Perú. recuperado de: <http://miempresaenmarcha.blogspot.com/2011/08/formalizacion-empresarial.html>
14. Pascal, L. (2012). La Organización Mundial del Comercio, la adhesión a la OMC es una inversión en competitividad a futuro. Bruselas, Bélgica. recuperado de: [http://www.wto.org/spanish/news\\_s/sppl\\_s/sppl227\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/news_s/sppl_s/sppl227_s.htm)

15. Ministerio de producción y normatividad MYPE, (2013). Crece MYPE, Normatividad MYPE. lima, Perú. recuperado de: <http://www.crecemype.pe/portal/index.php/normatividad-mype/tuo-de-la-ley-mype>
16. Farromeque, L. (2014). 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 (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura, Perú.
17. 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, Chimbote, Perú.
18. 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, Chimbote, Perú.
19. 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.

20. Murillo, M. (2014). Competitividad empresarial: un nuevo concepto. Editora Prentic, México. recuperado de: <https://prezi.com/sk-cafx6ekhw/competitividad-empresarial-un-nuevo-concepto/>
21. Schwab, Klaus (2014), Global Competitiveness Report 2014-2015: Full Data Edition, Geneva: World Economic Forum.
22. Institute for Management Development (IMD) (2014), The World Competitiveness Record, World Competitiveness On Line. Recuperado de: [http://www.imd.org/uupload/IMD.WebSite/wcc/WCYResults/1/scoreboard\\_2014.pdf](http://www.imd.org/uupload/IMD.WebSite/wcc/WCYResults/1/scoreboard_2014.pdf)
23. González, N. (2009). Empresas pequeñas, empresarios grandes. Argentina: El Cid Editor | apuntes, 2009. ProQuest ebrary. Web. 12 June 2015. Copyright © 2009.
24. Enciclopedia virtual Eumed.net (2014), Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja california, México. recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2014/lmr/marco-teorico.htm>
25. La republica.pe (2015), Competitividad y ventajas competitivas. recuperado de: <http://larepublica.pe/empresa/economia/799-competitividad-y-ventajas-competitivas>



# **ANEXOS**



## LISTA DE POBLACIÓN DE MYPES – RUBRO LUBRICANTES

N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE
1	LUBRICANTES KELL EIRL	AV. V.R. HAYA DE LA TORRE - 3127 P.J. MIRAFLORES ALTO	LOPEZ LOPEZ KAYO EDU
2	LUBRICANTES Y SERVICIOS CHIMÚ S.R.LTDA	AV. V.R.H. DE LA TORRE - 6207 P.J. 03 DE OCTUBRE	JIMENES MANTILLA JULIO
3	JOPESA DISTRIBUIDORA DE LUBRICANTES SRL	AV. VICTOR RAUL HAYA DE LA TO - 1168 P.J. MIRAMAR BAJO	MORILLAS PULIDO RUFINO
4	LAVADERO Y MULTISERVICIOS EL CHINO E.I.R.L.	JR. FRAY MARTIN MZA. A2 LOTE. 33 INT. 1 P.J. MIRAFLORES ALTO	PRINCIPE LLANOS READERS ALBERDY
5	LUBRICENTRO ACEVEDO E.I.R.L.	JR. GUILLERMO MOORE NRO. 273 A.H. EL ACERO	ACEVEDO SICCHA JOHN WILFREDO
6	BAUER LUBRICENTROS S.A.C.	AV. JOSÉ PARDO NRO. 1735 P.J. MIRAFLORES BAJO	BAUER VALERA SAUL JOSE
7	ACEITES NORTE DISTRIBUIDORES S R LTDA	AV. HAYA DE LA TORRE - 3860	GOMEZ MARILUZ FELIX ALBERTO
8	LUBRICANTES VIRGEN DE LA PUERTA	AV. JOSÉ PARDO N°3141 – MIRAFLORES ALTO	ALEX OBESO CAMONES
9	LAVAD. LUBRICANTES CABALLERO	AV. PARDO MZA. 45 LOTE. 17 - MIRAFLORES ALTO	MEZARINO ARELLANO JULIA
10	LUBRICANTES D.A.C	AVENIDA VICTOR RAUL HAYA DE LA TORRE - 1182 A.H. MIRAMAR BAJO	
11	LUBRICANTES Y SERVICIOS GENERALES KIKE		
12	LAVADERO DE AUTOS DON LEO		
13	LUBRICANTES DON LEO		
14	LUBRICANTES LAMPIO		
15	LUBRICANTES CALIN	AV. PARDO 1429	
16	INVERSIONES TAYLOR E.I.R.L	MZA. Q LOTE. 8-A P.J. MIRAMAR BAJO	SALINAS CABALLERO ALEX TAYLOR
17	LUBRICANTES Y GRASAS AMALIE		
18	LUBRICANTES SOMERESA E.I.R.L	AV. VICTOR R.HAYA DE LA TORRE - 1199	ANGELES JIMENEZ JESUS EDWARD
19	JOPESA AUTOMOTRIZ INDUSTRIA	AV. PARDO- 1168	
20	DISTRIBUIDORA DE LUBRICANTES DELUSA SRL	AV. JOSE PARDO - 1170 MIRAMAR BAJO ANCASH	PEREZ MIMBELA JHOSEPT AMADO
21	LUBRICANTES ALESSANDRO E.I.R.L	AV. V. R. HAYA DE LA TORRE - 1168 P.J. MIRAMAR BAJO	GANOZA LAUREANO EMERSON MANUEL
22	LUBRICANTES TECNILUB S.A	AV. PARDO - 1160	
23	SERCORISAC SHELL LUBRICANTES	AV. PARDO - 1729	
24	ESTACION DE SERVICIOS SAN BORJA	AV. PARDO - 1727	
25	LUBRICANTES LAVA AUTOS FUSION		
26	LUBRICANTES SAN JOSE	AV. PARDO CDRA 61	
27	LUBRICANTES Y SERVICIOS CHIMU S.R.LTDA	AV. V.R.H. DE LA TORRE - 6207 P.J. 03 DE OCTUBRE	JIMENES MANTILLA JULIO
28	ACEITES NORTE DISTRIBUIDORES S R LTDA	AV. HAYA DE LA TORRE - 3860	GOMEZ MARILUZ FELIX ALBERTO
29	LAVADERO Y MULTISERVICIOS EL CHINO E.I.R.L.	MZA. A2 LOTE. 33 INT. 1 P.J. MIRAFLORES ALTO	PRINCIPE LLANOS READERS ALBERDY
30	LUBRICANTES STEFANY	AV. PARDO CDRA 64	

### LISTA DE MYPES ENCUESTADAS

N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE
1	LUBRICANTES KELL EIRL	AV. V.R. HAYA DE LA TORRE NRO. 3127 P.J. MIRAFLORES ALTO	LOPEZ LOPEZ KAYO EDU
3	INVERSIONES TAYLOR E.I.R.L	MZA. Q LOTE. 8-A P.J. MIRAMAR BAJO	SALINAS CABALLERO ALEX TAYLOR
4	LUBRICANTES Y SERVICIOS CHIMU S.R.LTDA	AV. V.R.H. DE LA TORRE NRO. 6207 P.J. 03 DE OCTUBRE	JIMENES MANTILLA JULIO
6	JOPESA DISTRIBUIDORA DE LUBRICANTES SRL	AV. VICTOR RAUL HAYA DE LA TO NRO. 1168 P.J. MIRAMAR BAJO	MORILLAS PULIDO RUFINO
7	LAVADERO Y MULTISERVICIOS EL CHINO E.I.R.L.	JR. FRAY MARTIN MZA. A2 LOTE. 33 INT. 1 P.J. MIRAFLORES ALTO	PRINCIPE LLANOS READERS ALBERDY
8	LUBRICANTES SOMERESA E.I.R.L	AV. VICTOR R.HAYA DE LA TORRE - 1199	ANGELES JIMENEZ JESUS EDWARD
9	BAUER LUBRICENTROS S.A.C.	AV. JOSE PARDO NRO. 1735 P.J. MIRAFLORES BAJO	BAUER VALERA SAUL JOSE
10	ACEITES NORTE DISTRIBUIDORES S R LTDA	3860 AV. HAYA DE LA TORRE	GOMEZ MARILUZ FELIX ALBERTO
11	LUBRICANTES VIRGEN DE LA PUERTA	AV. JOSE PARDO N°3141 – MIRAFLORES ALTO	ALEX OBESO CAMONES
12	LAVAD. LUBRICANTES CABALLERO	MZA. 45 LOTE. 17 - MIRAFLORES ALTO	MEZARINO ARELLANO JULIA
13	LUBRICANTES D.A.C	AVENIDA VICTOR RAUL HAYA DE LA TORRE - 1182 A.H. MIRAMAR BAJO	
14	DISTRIBUIDORA DE LUBRICANTES DELUSA SRL	AV. JOSE PARDO - 1170 MIRAMAR BAJO	PEREZ MIMBELA JHOSEPT AMADO
15	LUBRICANTES ALESSANDRO E.I.R.L	AV. V. R. HAYA DE LA TORRE - 1168 P.J. MIRAMAR BAJO	GANOZA LAUREANO EMERSON MANUEL

## PRESUPUESTO

### BIENES

DETALLE	CANTIDAD	UNID. MEDIDA	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
Libros	2	Unidad	25.00	50.00
Resaltador	1	Unidad	2.50	2.50
USB	1	Unidad	15.00	15.00
Lapiceros	2	Unidad	2.50	5.00
		<b>TOTAL</b>	<b>45.00</b>	<b>72.50</b>

### SERVICIOS

DETALLE	CANTIDAD	UNID. MEDIDA	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
Impresión	100	Unidad	0.1	10
Llamadas	30	Minutos	0.5	15
Copias	50	Unidades	0.1	5
Pasajes	40	Unidad	1.3	52.00
internet	30	Horas	30.00	30.00
		<b>TOTAL</b>	<b>32.00</b>	<b>112.00</b>

**FINANCIAMIENTO:** Autofinanciado por el estudiante

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Mayo			Junio					Julio				Agosto		
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
Socialización del SPA	<b>X</b>														
Determinación de la M.C.L.		<b>X</b>													
Recolección de la población			<b>X</b>												
Determinación de la muestra				<b>X</b>											
Operacionalización de la variable					<b>X</b>										
Elaboración del cuestionario						<b>X</b>									
Recolección de la información							<b>X</b>								
Tabulación y codificación								<b>X</b>							
Elaboración de cuadros y gráficos									<b>X</b>	<b>X</b>					
Análisis de los resultados											<b>X</b>	<b>X</b>			
Conclusiones													<b>X</b>		
Presentación del proyecto														<b>X</b>	
Aprobación															<b>X</b>

## FIGURAS

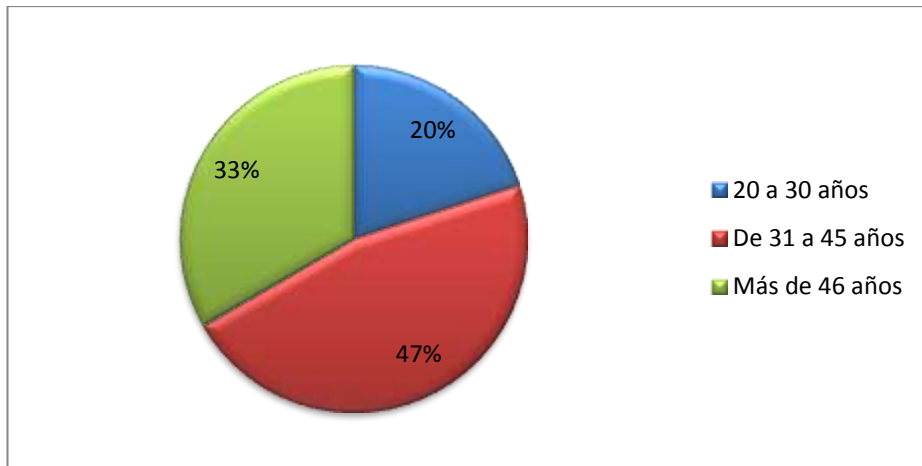


Figura N° 01: Edad del representante

Fuente: Tabla 01

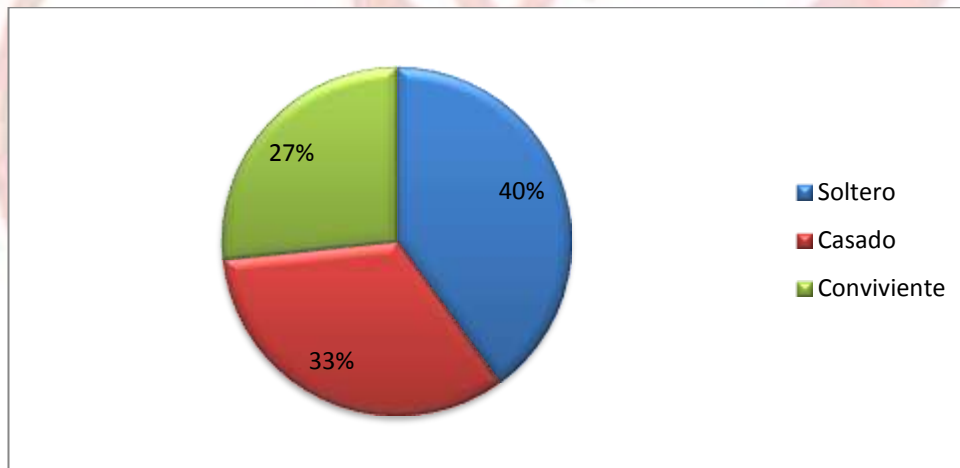
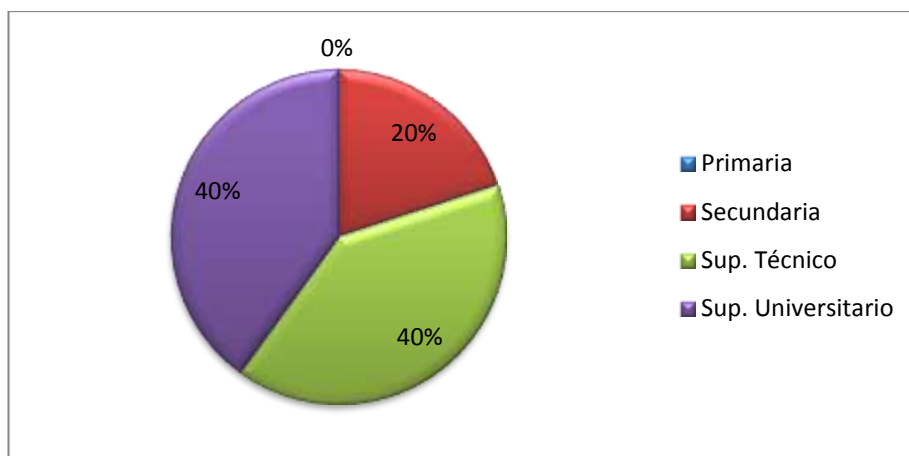


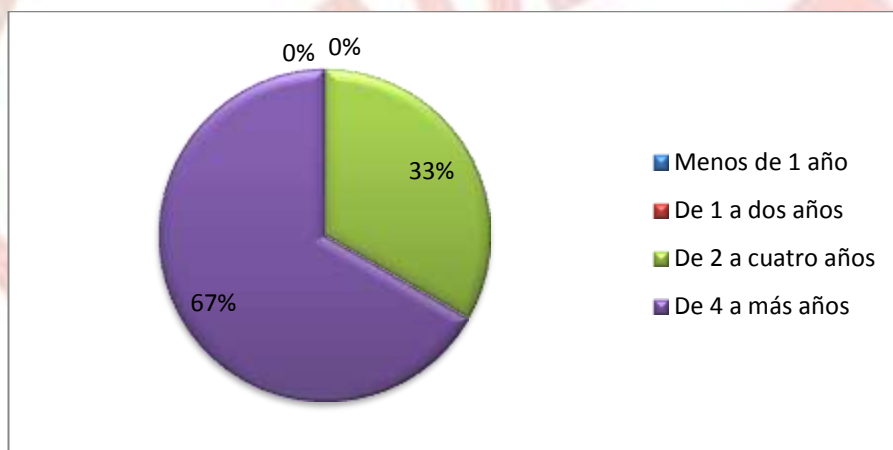
Figura N° 02: Estado civil del representante

Fuente: Tabla 01



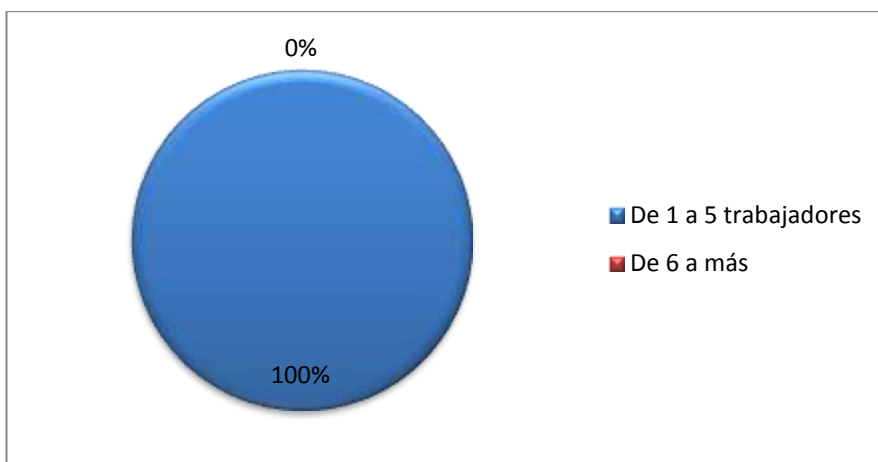
**Figura N° O3:** Grado de instrucción del representante

**Fuente:** Tabla 01



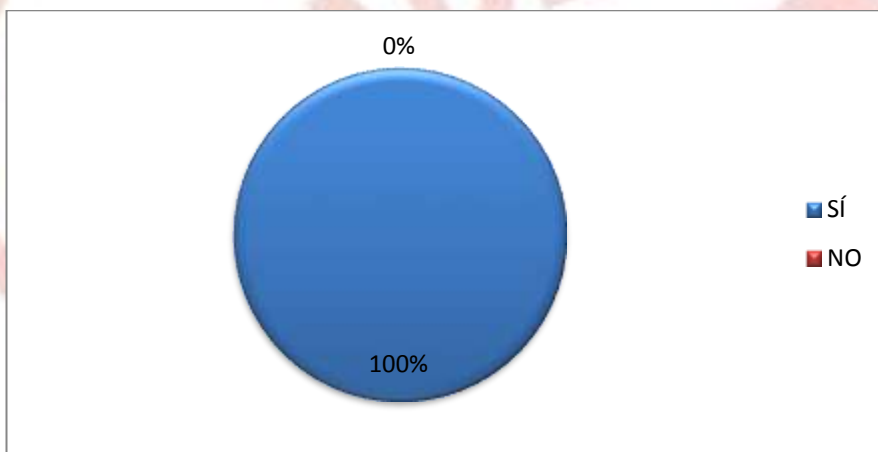
**Figura N° O4:** Tiempo desarrollando la actividad en el rubro

**Fuente:** Tabla 02



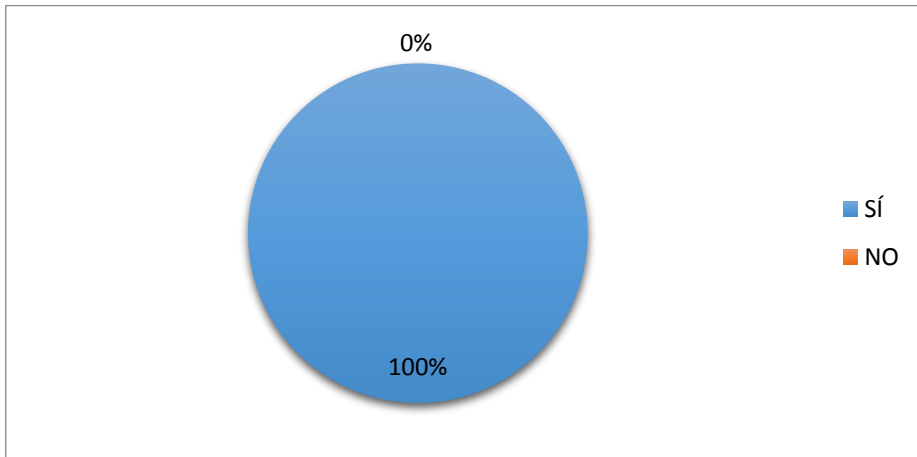
**Figura N° O5:** Cantidad de trabajadores en la empresa

**Fuente:** Tabla 02



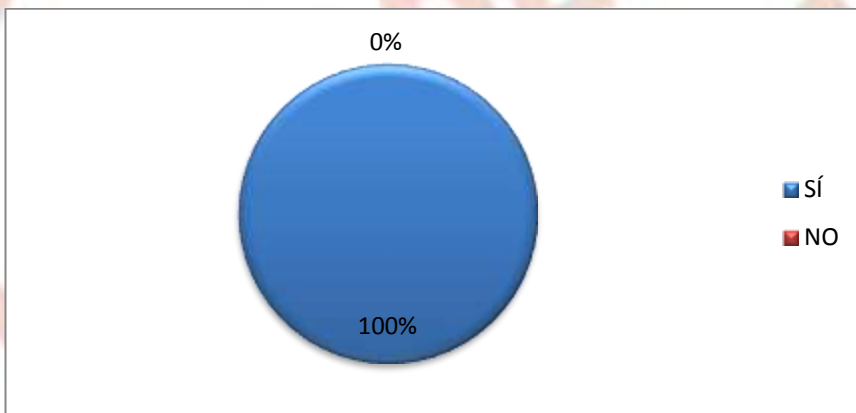
**Figura N° O6:** Su empresa es competitiva en el mercado

**Fuente:** Tabla 03



**Figura N° 07:** Su empresa tiene ventajas competitivas

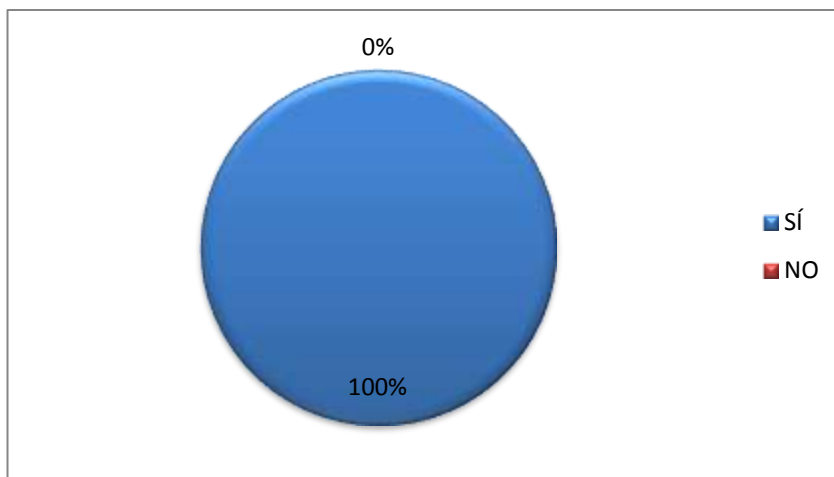
**Fuente:** Tabla 03



**Figura N° 08:** Vende productos de calidad que genera competitividad en el mercado.

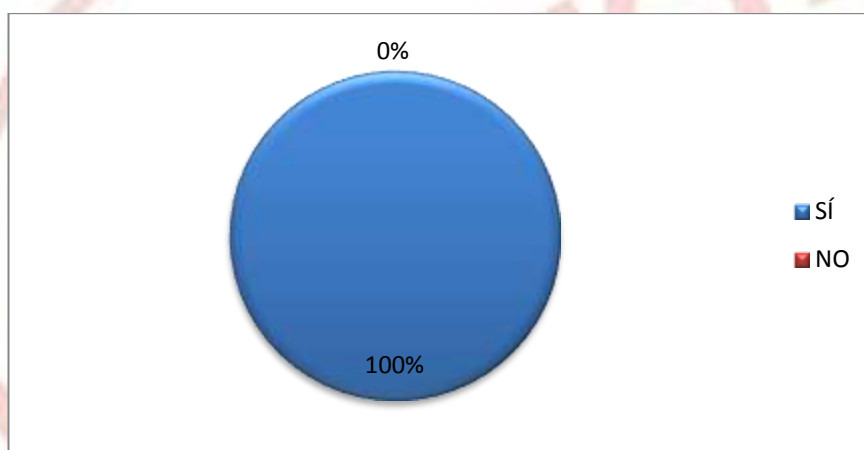
**Fuente:** Tabla 03





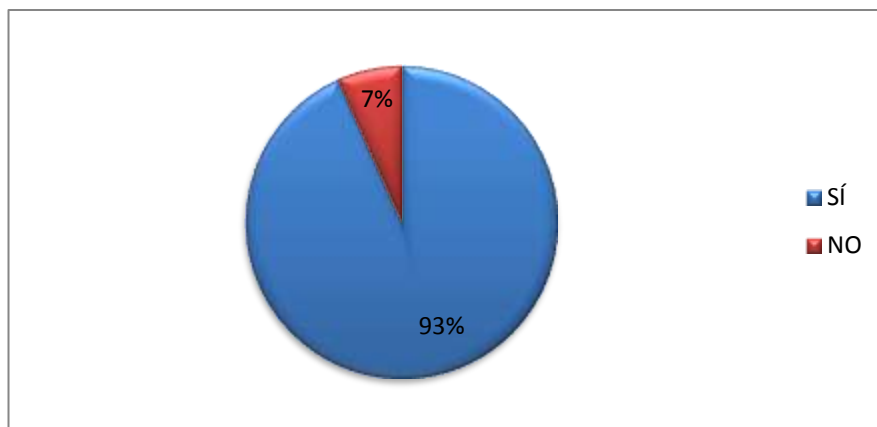
**Figura N° 09:** Una empresa competitiva obtiene mayor rentabilidad

**Fuente:** Tabla 03



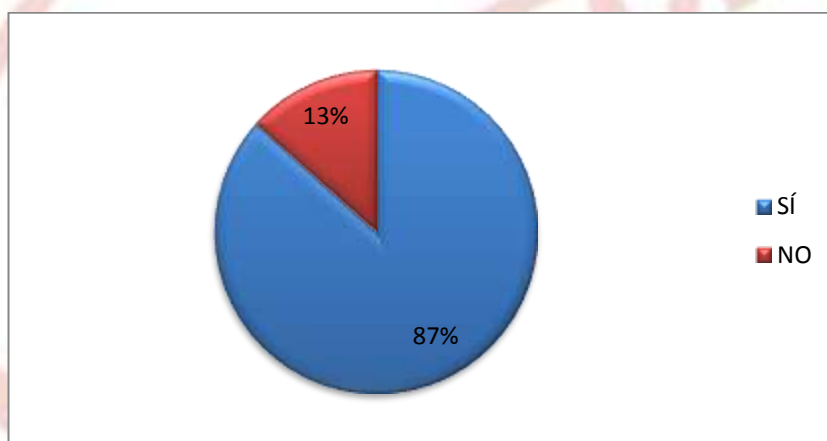
**Figura N° 10:** El trato del personal hacia los usuarios es considerado y amable

**Fuente:** Tabla 03



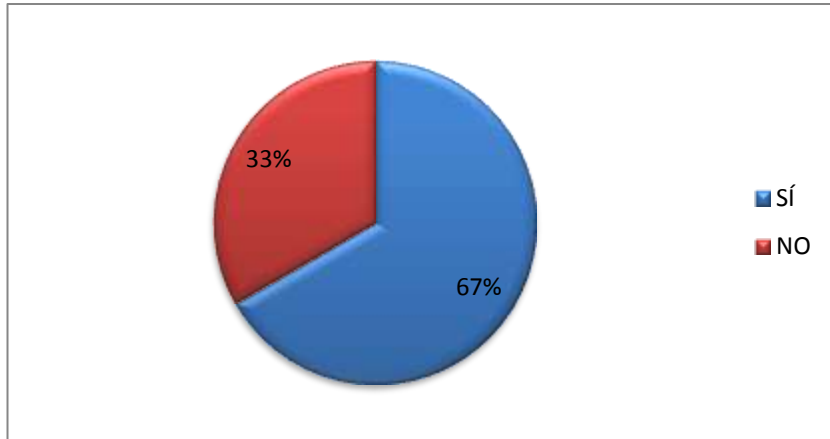
**Figura N° 11:** Brindan un servicio rápido a las necesidades de los clientes.

**Fuente:** Tabla 03



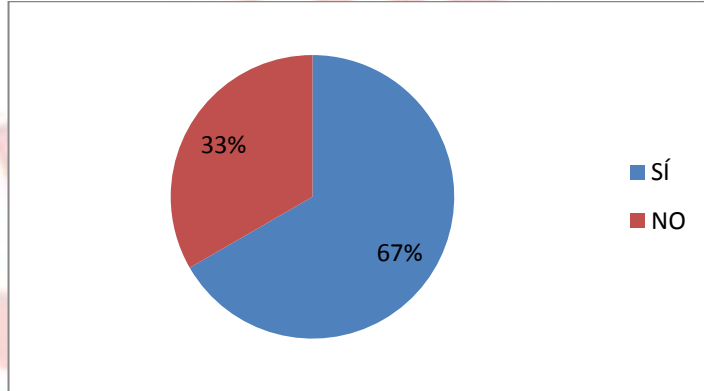
**Figura N° 12:** Tiene conocimiento sí los clientes recomiendan los servicios.

**Fuente:** Tabla 03



**Figura N° 13:** Cuenta con un local o infraestructura moderna.

**Fuente:** Tabla 03



**Figura N° 14:** Conoce donde puede comprar insumos a menor precio.

**Fuente:** Tabla 03