



**UNIVERSIDAD LA CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD E
INNOVACIÓN EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍAS-
URBANIZACIÓN LOS TITANES (PIURA), AÑO 2017**

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

AUTORA:

ERIKA JULISSA HUAMAN NAVARRO

ORCID: 0000-0003-2968-2167

ASESOR:

MG. LIC. MANUEL GERARDO MERINO HINOSTROZA

ORCID: 0000-0003-4838-1706

PIURA- PERÚ

2019

**Caracterización de la competitividad e innovación en las MYPE rubro
panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017**

AUTORA:

Erika Julissa Huaman Navarro

ORCID: 0000-0003-2968-2167

ASESOR:

Mg. Manuel Gerardo Merino Hinostroza

JURADOS

Presidente

Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Secretario

Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Maritza Zelindeth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

JURADO EVALUADOR

Presidente

Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Secretario

Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Maritza Zelindeth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme la dicha de culminar una etapa de estudio, a mis padres y hermanos por el apoyo y amor incondicional.

DEDICATORIA

A mi familia por sus consejos,
motivaciones de seguir en este
camino y sobre todo por su infinito
amor.

RESUMEN

La investigación titulada caracterización de la competitividad e innovación en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017 tuvo por objetivo general determinar las características de la competitividad e innovación en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017. El diseño de investigación aplicado es de tipo no experimental y descriptivo. La muestra de 12 trabajadores y 2 propietarios del rubro de panaderías siendo la población finita.

Demostrando en esta investigación que hoy en día las MYPE de este rubro con respecto a los factores en las MYPE rubro panaderías ubicado en la Urbanización Los Titanes-Piura, tenemos la situación financiera, se concluye que los propietarios y trabajadores de las panaderías, encontramos un alto porcentaje que consideran que la situación financiera es un factor que influye para invertir en nuevos productos.

Palabras claves: Competitividad, Innovación y MYPE

ABSTRACT

The research entitled characterization of competitiveness and innovation in the MYPE bakery sector-Urbanization the Titans (Piura), year 2017 had as a general objective to determine the characteristics of competitiveness and innovation in the MYPE sector bakeries-Urbanization the Titans (Piura), year 2017. The applied research design is non-experimental and descriptive. The sample of 12 workers and 2 owners of the bakery category being the finite population.

Demonstrating in this investigation that today the MSEs of this item with respect to the factors in the MYPE item bakeries located in the Urbanization Los Titanes-Piura, we have the financial situation, it is concluded that the owners and workers of the bakeries, we found a high percentage that consider that the financial situation is a factor that influences to invest in new products.

Keywords: Competitiveness, Innovation and MYPE

Índice de Contenido

Equipo de trabajo.....	2
Jurado evaluador.....	3
Agradecimiento.....	4
Dedicatoria.....	5
Resumen	6
Abstract.....	7
Índice de contenido.....	8
Índice de tablas.....	10
Índice de figuras.....	11
I. Introducción	12
II. Revisión de la literatura	16
2.1 Antecedentes	16
2.1.1 Variable Competitividad.....	16
2.1.2 Variable Innovación	22
2.2 Bases teóricas.....	28
2.2.1 Competitividad.....	28
2.2.2 Teoría de la innovación.....	32
III. Hipótesis general.....	35
IV Metodología de la investigación.....	35
4.1 Diseño de la investigación	36
4.2 Universo y muestra	36
4.3 Definición y operacionalización de las variables	38
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
4.5 Plan de análisis.....	40
4.6 Matriz de consistencia	41
4.7 Principios éticos.....	45

V Resultados.....	46
5.1 Resultados.....	46
5.2 Análisis de resultados.....	56
VI Conclusiones.....	62
Referencias bibliográficas	63
Anexos	66

Índice de tablas

Tabla 1: La estructura de la organización.....	46
Tabla 2: Situación financiera.....	46
Tabla 3: Los procesos.....	47
Tabla 4: Aptitudes y habilidades.....	47
Tabla 5: Gestión del recurso humano.....	48
Tabla 6: Preferencias y necesidades del público.....	48
Tabla 7: Negociación con proveedores.....	49
Tabla 8: Campañas de marketing.....	49
Tabla 9: Diferenciación.....	50
Tabla 10: Concentración.....	50
Tabla 11: Mantiene alejado al negocio de la zona de confort.....	51
Tabla 12: Potencial del talento humano.....	51
Tabla 13: Experiencia y aprendizaje.....	52
Tabla 14: Múltiples roles.....	52
Tabla 15: Entorno competitivo.....	53
Tabla 16: Innovación a los procesos.....	53
Tabla 17: Convertirse en referente.....	54
Tabla 18: Crear soluciones.....	54
Tabla 19: Fidelizar a los clientes.....	55
Tabla 20: Adaptarse a nuevas tendencias.....	55

Índice de figuras

Cuadro 1: Relación de la MYPE.....	36
Cuadro 2: Matriz de Operacionalización de las variables.....	38
Cuadro 3: Matriz de consistencia.....	41
Cuadro 4: Resultados.....	46

I. Introducción

La presente investigación titulada caracterización de la competitividad e innovación en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017 se va a encargar de desarrollar un mejor entendimiento en cuanto a los factores competitivos y la aplicación de la innovación en MYPE rubro panadería.

La siguiente investigación pertenece a la línea Caracterización de la Competitividad, Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las MYPE. Línea asignada por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) Filial Piura.

Para lo cual se empleará la investigación de tipo descriptiva por donde la delimitación temática será por la variable competitividad, donde la delimitación psicográfica será por las MYPE rubro panaderías, cuya delimitación geográfica es Piura y la delimitación temporal 2017.

La presente investigación es justificable porque va a permitir tener una visión más clara y objetiva en cuanto al desarrollo de una investigación. Servirá como Futuro material de consulta para posteriores investigaciones realizadas sobre el tema de los estudiantes de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) Filial Piura.

Según el autor (El Comercio, 2017) dice que en Perú se observan un ambiente político muy complicado que en palabras del presidente de la República, Pedro Pablo Kuczynski es “una situación política muy fracturada”.

Según el Fondo Monetario Internacional (2017) dice que en el Perú en su aspecto económico crecerá para el período 2018-2019 en 2,3% y 2,2%, respectivamente. El impulso que ha tenido las grandes economías desarrolladas mediante sus políticas

macroeconómicas hace posible que la economía mundial tenga una tasa de crecimiento del 3,9% en igual período.

Así mismo según El diario el Comercio (2017), señaló que la industria del pan bordea ingresos por US\$ 63 millones anuales. En donde, Aspan (Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería) también afirmó que en el período 2017, el 25% de los 14,800 panaderos peruanos ya ha optado por implementar el servicio de venta de café y sándwich en sus locales con el objetivo de optimizar la rentabilidad del negocio.

Según el autor Antonio Jurado (2016), dirigente de la Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería (Aspan), afirmó que en la parte sociocultural en el año 2016 el consumo del pan fue de 35 kilos por persona, a comparación del registrado en la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares del 2008-2009, cuyo consumo ascendió a 24 kilos por persona.

Según Sunat (2017) considera que el aspecto tecnológico en Perú, en la industria de la Panadería se ha considerado a las maquinarias y equipos, como factor clave para el adecuado desarrollo y crecimiento de la industria panadera. Podemos elucidar que en los últimos 05 años se han contraído las importaciones de la maquinaria de panadería que se emplea en esta industria, identificada en SUNAT como la partida arancelaria.

Hoy en día las MYPE dedicadas al rubro panaderías consideran que los clientes son un factor importante ya que gracias a ellos las empresas del rubro de la panadería mantienen su rentabilidad, observando los gustos y el consumo de estos para así innovar en nuevos productos y a la vez captar y obtener su preferencia en todo momento.

Así mismo los proveedores de las panaderías proporcionan los insumos de las panaderías, negociando sus precios pero no su calidad de ellos.

Las grandes empresas como MOLINO, DON PAN las cuales han llegado al mercado con el fin de competir con las MYPE piuranas. ellas al contar con un gran capital compran productos nuevos e innovadores los cuales son vendidos a través de diversas promociones y en diferentes formas de pago como por ejemplo a través de tarjetas de crédito, lo cual favorece mucho al cliente porque el pago se puede realizar en cuotas accesibles al bolsillo de cualquier persona. Sin embargo las MYPE al contar con un pequeño capital realizan sus ventas al contado y no puede ofrecer promociones a los clientes porque disminuyen sus ingresos.

Cabe resaltar que en las MYPE ya están implementando variedades de productos ofreciéndolos al consumidor, lo cual permite satisfacer las necesidades de los clientes no dejando de lado la calidad de ellos.

Por último la rivalidad entre las panaderías es beneficiosa para los consumidores ya que pueden comprar las variedades de pan, dependiendo a su gusto y a un precio accesible y justo, y a la vez las MYPE al competir desarrollan e implementan nuevas ideas innovadoras y tecnologías con el fin del crecimiento de estas.

La presente investigación tiene como principal problema ¿cuáles son las características de la competitividad e innovación en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017? y tiene como objetivo general determinar las características de la competitividad e innovación en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017 y como objetivos específicos se plantea: a) entender los factores de la competitividad en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes

(Piura), año 2017 b) entender las estrategias de la competitividad en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017 c) conocer los beneficios de la innovación en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017 d) conocer la importancia de la innovación en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017.

1.1 Justificación de la investigación

- **PRÁCTICA:** Esta investigación se realiza con la finalidad de lograr determinar las características de la competitividad e innovación en las MYPE cumpliendo con la ley 30220 para optar grados académicos y títulos profesionales. SUNEDU (2016).

- **TEÓRICO:** (MAX, 2016) Según el autor señala que la competitividad es el conjunto de acciones que las organizaciones implementan y/o realizan con la finalidad de maximizar sus resultados y de que estos sean más relevantes dentro de su entorno, tratando de reforzar sus ventajas competitivas sobre los competidores buscando la diferenciación.

(Comercio, 2016) Según el autor indica que la innovación es el medio por el cual se crean nuevos recursos generadores de riqueza o cambian los recursos existentes de mayor potencial, esto en respuesta a desafíos económicos actuales y sobre todo al momento de competir con el mundo globalizado, es decir innovar marca la diferencia de la organización.

- **METODOLÓGICA:** La investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

II. Marco teórico y conceptual

2.1 Antecedentes

2.1.2 Competitividad

(Placencia, 2017) El problema principal en las panaderías inscritas en el MIPRO de la provincia del Azuay es la carencia de estrategias competitivas. Por ello se ha establecido como objetivo principal el “Análisis de las estrategias competitivas que utilizan las pequeñas panaderías de la provincia del Azuay (MIPRO), además de una “Propuesta de un Plan de Mejora Competitiva que permita el incremento de la productividad y competitividad para las pequeñas panaderías inscritas en el MIPRO de la provincia del Azuay”.

Para alcanzar este objetivo se realizó una investigación descriptiva donde se obtuvieron datos cualitativos y cuantitativos, la información se obtuvo a través de fuentes primarias, aplicando encuestas a los propietarios de las panaderías de la provincia del Azuay que se encuentran inscritos en el MIPRO, además se utilizó fuentes secundarias, utilizando base de datos proporcionada por el MIPRO, datos del INEC, Banco Central, revistas, libros, etc. A través de la investigación se pudo diagnosticar que este grupo de panaderías al momento no cuentan con estrategias para hacer frente a los problemas que se les presenta.

(Manzanares, 2016) La investigación titulada “Competitividad de las empresas panificadoras legalmente constituidas de la ciudad de Estelí, 2015”, se ubica en la línea de investigación No.2. Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y específicamente en el subtema de Análisis de la eficiencia empresarial de UNAN-Managua; FAREMEstelí. El objetivo general de esta es una investigación es determinar los factores que influyen en la competitividad de las empresas panaderas de Estelí para el diseño de una estrategia que fortalezca al sector panificador, periodo 2015. La investigación es de tipo

cuantitativo. Se aplicaron encuestas a 33 propietarios de panaderías ubicadas en la ciudad de Estelí, y a 496 clientes que visitan diariamente estos negocios. En este estudio se llegó a la conclusión de que la hipótesis planteada se cumple con el 76% ya que al tener mayor calidad en los productos que se elaboran en las empresas panificadoras incide en que haya un aumento gradual en la aceptación y por consiguiente en la demanda de ese tipo de productos. En cuanto a los clientes la hipótesis no se cumple ya que de los 496 encuestados sólo el 45% refirió que la calidad es el aspecto que es considerado al comprar en una panadería, para considerar una compra se requieren de otros factores (atención al cliente y precio); al reunir esos elementos permitirán una mayor demanda del producto. En el estudio se recomiendan seis líneas estratégicas con lo cual se considera que mejorará la competitividad del sector panificador en la ciudad de Estelí.

(López, 2018) Este seminario tiene como objetivo fundamental realizar un diagnóstico de los costos de producción para la Panadería y Repostería el Maná, año 2015. El tipo de metodología empleado en el desarrollo de este seminario fue de campo documental dirigido hacia un nivel descriptivo, por cuanto se hizo necesario recopilar, describir, organizar e interpretar los datos directamente de la empresa; haciendo hincapié en los elementos principales del sistema de costos por proceso. Su universo lo constituyó el personal que se encuentra involucrado en el proceso de producción a los cuales se les aplicó el modelo de entrevista no estructurada, lo que permitió obtener una idea clara y precisa de los procesos ejecutados en la empresa. Por lo que como equipo investigativo se decidió calcular todos los costos en que incurre la elaboración del Pan Simple y de esta manera ofrecerle al propietario un precio definido en el que pueda vender su producto a sus clientes en el que no presente pérdidas. Luego de realizada la investigación se obtuvieron los siguientes resultados: la empresa presenta fallas en el

control del proceso productivo, debido a la ausencia de un departamento contable que vigile los costos inmersos en el mismo La panadería y Repostería “El Maná” no cuenta con una estructura de costo definida, que permita una correcta fijación de precio de venta que cubra los costos y gastos operativos para que pueda generar ganancias a la panadería. Otra de las fallas que presento esta panadería es que cuenta con un método de control de inventarios empírico y manual, por lo cual no hay un control exacto de las unidades físicas y monetarias de materia prima e insumo. Vendiendo el pan simple a un precio de C\$ 28 córdobas por bolsas de doce unidades, por lo que en el estudio este valor representa utilidades mínimas para la pyme, por lo cual se recomienda: implementar el diseño propuesto, para así evitar desviaciones y maximizar ganancias.

(Hermelinda, 2017) La investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Producción – Rubro Panaderías, de la Urbanización Previ, Distrito del Callao, Provincia Constitucional del Callao, Departamento Lima, Período 2015. La investigación fue cuantitativa – descriptiva, para el recojo de la información estuvo dirigida a una muestra de 15 Micro y Pequeñas Empresas en el rubro panaderías de la Urbanización Previ, Distrito del Callao, a quienes se les aplico un cuestionario de 35 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 86.67% de representantes son personas adultas de 26 a 50 años de edad, siendo la mayoría de género masculino, cuentan con estudios superiores y tienen de 0 a 3 años de permanencia en la empresa. El 100.00% de las MYPE se encuentran formalizadas, teniendo trabajadores permanentes y de 3 a 6 años de permanencia en el mercado. El 66.67% de las MYPE no cuentan con un plan estratégico, esto no ha sido impedimento para que el 80.00% sean competitivas y estos se debe porque ofrecen productos a un bajo precio y de buena calidad, utilizando normas de higiene, el cual permite que sus

ventas sean mayores que su competencia, el 53.33% ha innovado en los últimos años. Finalmente se concluye que: la mayoría de las MYPE encuestadas del rubro panaderías de la Urbanización Previ, Distrito del Callao, son competitivas e innovadoras, también cuentan con certificación de calidad y se encuentran formalizadas.

(Flores, 2018) La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector industria–rubro Panaderías de la provincia de Tocache, periodo 2016. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 MYPES de una población de 14, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 60% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, se encuentran formalizadas, logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas. En cuanto a la competitividad, el 100% de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, son competitivas, por la calidad, el precio de sus productos y la atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de MYPES encuestadas del rubro panaderías de la provincia de Tocache, se encuentran formalizadas y son competitivas.

(Capuñay, 2018) El presente estudio titulado: Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes del Giro Panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018 tiene por objetivo general determinar las Características de la Gestión de calidad y Competitividad de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018 y como objetivos específicos: 1° determinar las Características de la Gestión de Calidad; 2° determinar las Características de la competitividad y 3° determinar las características de las Mypes . La investigación fue de tipo Descriptivo, nivel Cuantitativo y de diseño

No experimental corte Transversal y con una población real de 11 gerentes de las Mypes del giro panificadoras, determinándose una muestra por conveniencia conformada por 11 gerentes de las Mypes del giro panificadoras del distrito de Monsefú, a los cuales se aplicó un cuestionario estructurado de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta y se concluyó: Referente a la Gestión de Calidad: los microempresarios no aplican una buena gestión, aplican el proceso de calidad total, al contratar al personal consideran responsabilidad, habilidades, virtudes y compromiso, utilizan la observación como técnica del rendimiento de personal, sí capacitan a su personal y su prioridad principal ante sus proveedores es el precio. Referente a Competitividad: son competitivos, el uso de tecnologías son una ventaja positiva para el negocio, trabajan con proveedor mayorista, fidelizan a sus clientes por la calidad del producto, utilizan la estrategia del sorteo por días festivos y tienen conocimiento de quiénes son sus principales competidores. Referente a las Mypes, cuentan con un establecimiento propio, tienen más de 16 años funcionando el negocio, las personas que trabajan son VI familiares, cuando aumentan las ventas se contrata personal adicional y han mejorado en cuanto a su infraestructura.

(Nole, 2018) La presente investigación se denominó Caracterización de la competitividad y formalización de las MYPE rubro Panaderías de Campo Polo Castilla - Piura, año 2018, cuyo objetivo general fue determinar las características que tienen la competitividad y formalización de las MYPE rubro Panaderías de Campo Polo Castilla – Piura, año 2018. El Diseño de investigación, fue de tipo descriptivo, cuantitativo, no experimental, de corte transversal. La población en estudio fueron las MYPE del Asentamiento Humano Campo Polo de Castilla y la muestra fue de 6 propietarios y 384 clientes, a los mismos que se le aplicó una encuesta, con el instrumento cuestionario. Después de analizar los resultados, se obtuvo que un 92%, de las MYPE en estudio

presentan un alto nivel de competitividad; y estas se caracterizan por la calidad de sus productos, con un 78%, por su productividad con un 89%, además de la eficiencia y eficacia de sus empleados a la hora de atender, con un 75%. De igual manera respecto a la variable formalización, se obtuvo que solo un 33% están formalizadas e inscritas en el REMYPE, mientras que un 67% aún no. Lo que significa que la mayoría de ellos presenta un bajo nivel de formalización; concluyendo que un 33% tampoco ha cumplido con los requisitos de formalizarse.

Cubas (2015) realizó una investigación en la universidad Señor de Sipán (Lima) denominada Plan de estrategias de gestión que genera ventaja competitiva en la empresa de transportes Piura Morropón s.a. Tramsa - sucursal Chiclayo. La metodología utilizada fue de tipo mixta no aplicada con diseño *expos facto*, en cual fue trabajado mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, se aplicó una encuesta a 181 usuarios de la empresa de transportes para medir las variables de gestión empresarial (variable independiente) y ventaja competitiva (variable dependiente). Los resultados obtenidos determinaron que un 55% de los usuarios manifestó que existe ineficiencia en la gestión empresarial y para la variable referente a la ventaja competitiva el 61% de los encuestados opinan que la empresa de transportes carece de ventaja competitiva debido a que se encuentra en una zona poco accesible. Se concluye para que la empresa obtenga resultados tendrá que modificar puntos clave dentro de esta así como en su infraestructura y la adquisición de equipos adecuados para la atención a los clientes.

(Mendoza, 2018) La investigación titulada “Caracterización de la Gestión de calidad y Productividad en las MYPE rubro Panaderías del centro de Tambo grande 2018”, teniendo como objetivo general identificar las Características de la Gestión de Calidad y Productividad en las MYPE rubro Panaderías del centro de Tambo grande 2018, se empleó una metodología de tipo descriptiva con diseño no experimental de nivel

cuantitativo, el cual permitió conocer las opiniones de los sujetos de estudio, mediante un cuestionario con el propósito de conocer cuáles son los factores que influyen en la gestión de calidad y Productividad de las MYPE rubro Panaderías. Así con respecto a la Gestión de Calidad, “calidad del pan” se encontró que el 88% considera importante la calidad del pan que le ofrecen, mientras que “calidad del pan de la panadería”, el 52% de los encuestados respondieron que el pan ofrecido por la panadería a la que acude es bueno. Con respecto a Productividad “procedimiento para elaborar el producto”, se encontró que el 82% de los trabajadores dicen que el procedimiento que utilizan para la elaboración del pan es adecuado, considerando “evaluación de los colaboradores” el 61% de los colaboradores considera bueno que el trabajo que realiza. Por lo que se concluye que para tener una buena Productividad es necesario tener una gestión de Calidad basada en el proceso de Producción.

2.1.2 Innovación

(Valle, 2016) En Ecuador actualmente las políticas públicas se encuentran encaminadas a generar un ambiente de espíritu emprendedor, basándose en las necesidades económicas, sociales y culturales del país, se busca desde diferentes aristas despertar las necesidades y oportunidades de creación de una cultura de emprendimiento innovador que le permita a esta nación dar el salto cualitativo en el proceso de transformación de su matriz productiva, cambiar el patrón de extractivismo por uno de economía del conocimiento, y de los recursos ilimitados es el gran reto del país, mucho más cuando el mundo vive una globalización basada en la revolución tecnológica, la cual tiene como elemento subyacente el conocimiento y la estrategia, dentro de este contexto se presenta la necesidad de responder a la interrogante de cuánta capacidad innovadora sostienen los pequeños emprendimientos en el cantón Quevedo y su relación con los niveles de competitividad de los mismos, es así que el objetivo de este proyecto de investigación

es “Evaluar los grados de acceso a la innovación como factor decisivo del emprendedurismo que se han dado para el Ecuador y en especial para el cantón Quevedo en la búsqueda de la competitividad” a través de un estudio documental y descriptivo que nos permita tener un acercamiento a la realidad de los pequeños negocios quevedeños, se realizó una encuesta de 14 preguntas a 63 microempresas afiliadas a la Cámara de Comercio de Quevedo para establecer cuáles son sus características cualitativas y cuantitativas, respecto a estas dos variables. Así también se realizó una entrevista a la presidenta de la Cámara de Comercio Ab. Michely Espinel Luzuriaga. Como resultado del estudio se pudo evidenciar que los niveles de innovación son muy bajos por cuanto a pesar que los microempresarios manifiestan aplicar ideas innovadoras estas carecen realmente de dicho elemento, pues se repiten los patrones de diferenciación solo por la variable precio y calidad en el servicio.

(Herrera D. M., 2017) La pastelería Magdita es una microempresa familiar, artesana calificada, su actividad principal es la elaboración de panes, panecillos y pasteles para toda ocasión. Los productos que se ofrece son de elaborados de tipo artesanal, para toda ocasión, bajo pedido y gusto del cliente. El personal de Panadería Magdita cumple con todos los requisitos exigidos por el Ministerio de Salud Pública para elaborar y manipular los alimentos en condiciones de máxima higiene. Este personal está debidamente capacitado para la elaboración de los productos que ofrece la panadería. Se implementará nuevos servicios y nuevos productos para la satisfacción y fidelidad de nuestros clientes. Se pretende que la pastelería aumente su producción ofreciendo nuevos productos, de mayor calidad y a precios considerablemente accesibles para el consumo de la población.

Martínez (2016) realizó una investigación denominada Innovación tecnológica y el sistema de producción de las panaderías del distrito de Oropesa – Cusco Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco. El presente trabajo de investigación muestra la descripción y análisis de la innovación tecnológica y el sistema de producción de las panaderías del distrito de Oropesa para identificar sus deficiencias y brindar alternativas a través de un plan de mejora. Por ello, el resultado final dependerá de las materias primas y de la tecnología que utilicemos y de en qué condiciones se lleve a cabo el proceso.

Guillen (2016) realizó una investigación denominada innovación empresarial y su influencia en la competitividad de las panaderías en la ciudad de Huánuco-2016 en la Universidad de Huánuco de la ciudad de Huánuco En esta investigación se comprobó que al existir una innovación empresarial la competitividad de las panaderías en la ciudad de Huánuco, pueden lograr a ser exitosas utilizando la capacidad de cuando una idea creativa se usa se transforma en un algo productivo y beneficioso. La economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa. Muchas de las invenciones son la clave del crecimiento económico y quienes implementen ese cambio de manera práctica son los emprendedores. Hoy en día con la llegada de los supermercados que también ofrecen un servicio de panadería, los empresarios panaderos se han visto presionados en competir en el mercado con una mejor tecnología por lo que la inversión de capitales en este tema es muy importante, nuestra industria panadera en la ciudad de Huánuco es tradicional puesto que se ha ido desarrollando de manera pausada de generación en generación y algunas de ellas se han implementado poco a poco a pasar de los tiempos lo que se espera que las empresas panaderas desarrollen en su totalidad la innovación empresarial como parte de la organización para captar oportunidades de mercado ante sus competidores.

Huamán (2016) realizó una investigación denominada Propuesta de mejora del proceso productivo de la Panadería el Progreso E.I.R.L. para el incremento de la producción en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo. Mediante la metodología de estudio de trabajo, estudio de tiempos y movimientos y diagramas de procesos, se determinó como cuello de botella la etapa de formado con un tiempo de 77 minutos, realizada artesanalmente; una capacidad ociosa de 27 panes/minuto y un 31,56% de actividades improductivas; además se realizó el diagrama de recorrido donde se detectó una incorrecta distribución de planta, generando con ello demoras en la producción. Una vez identificado los problemas, se propuso una nueva distribución de planta, así como nuevos métodos, lo cual reducirían movimientos y el cuello de botella, posteriormente se presenta un análisis comparativo entre indicadores de producción de la situación actual y la propuesta de mejora, donde el indicador de productividad de mano de obra incrementó un 250%; y la capacidad utilizada incrementó un 56,75%, logrando aumentar los indicadores de producción y reducir tiempos de proceso. De esta manera la evaluación financiera nos indica un TIR de 51,20% y el VAN es de S/6 0202,47, con un coeficiente de Beneficio/Costo es de 1,04 permitiendo que la propuesta de mejora sea rentable, con un periodo de recuperación de la inversión de un año y once meses, obteniendo un incremento en la producción de 18 000 panes al día, produciendo 30 000 panes/día con una eficiencia del 81,11%.

Briceño (2015) realizó una investigación en la universidad Inca Garcilaso de la Vega denominada La innovación tecnológica en el desarrollo organizacional en las empresas de publicidad en Villa el Salvador, San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo. Lima, 2015 En la presente investigación las innovaciones tecnológicas frecuentemente alcanzan objetivos que no se pensaron en un principio o que se consideraron

secundarios. Por tanto, los promotores de una tecnología avanzada deben adoptar una estrategia de exploración de nuevas aplicaciones con una mentalidad abierta hacia nuevos usos. Con relación a la recopilación de la información del marco teórico, el aporte brindado por los especialistas relacionados con cada una de las variables: innovación tecnológica y desarrollo organizacional, el mismo que clarifica el tema en referencia, así como también amplía el panorama de estudio con el aporte de los mismos; respaldado con el empleo de las citas bibliográficas que dan validez a la investigación. En suma, en lo concerniente al trabajo de campo, se encontró que la técnica e instrumento empleado, facilitó el desarrollo del estudio, culminando esta parte con la contrastación de las hipótesis. Finalmente, los objetivos planteados en la investigación han sido alcanzados a plenitud, como también los datos encontrados en la investigación facilitaron el logro de los mismos. Asimismo merece destacar que para el desarrollo de la investigación, el esquema planteado en cada uno de los capítulos, hizo didáctica la presentación de la investigación, como también se comprendiera a cabalidad los alcances de esta investigación.

(Herrera, 2019) El presente estudio estableció como objetivo general identificar las características de la capacitación y la innovación en las MYPE – rubro panaderías AA. HH Tácala – Castilla, Año 2017 y como objetivos específicos tenemos: (a) Identificar la importancia de capacitación; (b) Identificar los tipos de capacitación; (c) Conocer las características de la innovación; (d) Describir las fuentes de innovación, asimismo la metodología empleada es descriptiva, de nivel cuantitativo, de diseño no experimental y corte transversal, en la cual se obtuvo como resultados que la capacitación para el trabajo es esencial para personal que recién ingresa a una empresa para que este tenga conocimiento de las funciones que debe desempeñar, así también se obtuvo un alto porcentaje respecto a que es importante resaltar que la innovación afecta la

competitividad de manera positiva además el valor del conocimiento en las organizaciones es uno de los factores principales, por otro lado la influencia que tiene la innovación en las MYPE es que esta genera ventajas competitivas y nos permite hacer frente a los diversos riesgos que se puedan ocasionar .

(Navarro, 2018) La investigación tuvo como objetivo general: Determinar y describir los mecanismos de control interno en el área de almacén de las panaderías en el Perú y de la Panadería Negociaciones Mabilpa SRL Piura, 2016. La investigación fue cualitativa, se ha desarrollado usando metodología de diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico, documental y de caso. Se aplicó la técnica de la encuesta, entrevista, y observación directa. Para el recojo de información se hizo uso de la revisión bibliográfica y documental, como instrumento de recolección de información se utilizó un cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, el cual fue aplicado al jefe de almacén de la empresas en estudio, obteniendo como principales resultados: Panadería Negociaciones Mabilpa SRL cuenta con mecanismos de control interno, adecuados para su almacén, registrando y controlando los ingresos y salidas de insumos de panadería, a través de un sistema de almacén computarizado, que le permite extraer información referente a los saldos de cada insumo, además informa sobre los márgenes de seguridad de las existencias que le permiten continuar sus actividades con normalidad.

(Molina, 2016) La presente investigación tuvo como objetivo general determinar de qué manera el posicionamiento incrementa las ventas de la panadería “La Esquina del Pan” de la ciudad de Sullana, se empleó un diseño no experimental, cuantitativo, para ello se eligió a la panadería “La esquina del Pan” para que forme parte de nuestra investigación. Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario de encuesta elaborado para identificar las fortalezas y debilidades, la competencia de la empresa, los

factores de diferenciación asimismo se realizó una guía de observación elaborada para identificar la valoración de productos y el grado de satisfacción de los clientes. Para ello se tomó en cuenta a 381 personas según la muestra determinada. Los datos fueron procesados en el programa de Excel, concluyendo que el 68.5% no se muestra conforme con lo que la empresa ofrece puesto que hay factores que también influyen en el momento de la compra, sin embargo la panadería se mantiene en el mercado desde hace más de 20 años considerando que los clientes a pesar de que se muestran insatisfechos continúan compran por otros factores que son de mayor relevancia. Cabe destacar que el plan de marketing propuesto de posicionamiento de marca podría reducir el nivel de insatisfacción de los clientes de la panadería y lograr que los clientes se sientan satisfechos y que los que rechazaban comprar con estas características ahora lo hagan. Por lo tanto se añade que el posicionamiento si incrementará las ventas de la panadería “La Esquina del Pan”.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Competitividad

Según el autor (MAX, 2016) señala que la competitividad es el conjunto de acciones que las organizaciones implementan y/o realizan con la finalidad de maximizar sus resultados y de que estos sean más relevantes dentro de su entorno, tratando de reforzar sus ventajas competitivas sobre los competidores buscando la diferenciación.

2.2.1.1 Factores que determinan la Competitividad.

Según (Medina, 2016) nos dice que los factores de la competitividad son los que definen la capacidad de la organización y aplicar estrategias que permitan de manera duradera una buena posición en el mercado.

El autor (Bir, 2016) indica que los factores en los cuales debe trabajar la empresa para lograr la competitividad y así mantenerse en el mercado son las siguientes:

1. Conocimiento de la propia estructura y organización: Todos los miembros del equipo deben tener conocimiento aspectos relacionados a la organización y el organigrama de la organización. Esto permite que los colaboradores sepan las responsabilidades y a quien tienen que reportar resultados cada uno de los miembros o a quien consultar cualquier duda que pueda surgir.
2. Conocimiento de su situación financiera: Analizar adecuadamente la situación financiera es importante para toda organización para saber si cuentan con margen para afrontar una inversión. Sea utilizando recursos propios o endeudándose mediante financiación con alguna entidad financiera.

Según el autor (Ámericas, 2017) nos dice que la situación financiera de la empresa consiste que en todos los departamentos de una empresa deberían utilizar y proveer datos para tener un conocimiento profundo de la operatividad del negocio.

3. Conocimiento de los procesos a realizar: Esto permitirá que la producción aumente y los tiempos de producción reducen, lo que se traduce en una eficiencia en el trabajo y menos gasto generado.

Según el autor (Gómez, 2018) nos dice que los procesos consiste en detallar cada paso que son necesarios para que se pueda servir en el tiempo y calidad pactados el producto o servicio.

4. Conocimiento de las aptitudes y habilidades necesarias para desarrollar cada proceso: Son aquellas que sirven para desempeñar una función específica y que se desarrollan por medio de la formación, capacitación o entrenamiento.

Según (Aptitudes, 2019) nos refiere que las aptitudes y habilidades se inicia en la búsqueda del perfil del personal adecuado para cada área de la organización.

5. Gestión adecuada de los recursos humanos: Consiste en planear, organizar y desarrollar todo lo concerniente a promover el desempeño eficiente del personal que compone una estructura.

Según (Rodríguez, 2017) señala que la gestión del recurso humano se encarga de la formación del personal, hay que saber si todas las personas tienen las habilidades para realizar las actividades que son responsables.

6. Conocimiento de las preferencias y necesidades del público objetivo: Esto radica el éxito de la empresa. Identificamos, investigamos y analizamos, podemos obtener grandes hallazgos de necesidades insatisfechas que pueden dar pie a grandes ideas, productos y beneficios.

Según (Cruz, 2016) nos dice que partir de las preferencias de los clientes, se diseña el producto y se desarrolla el lanzamiento de un nuevo producto o servicio.

7. Capacidad de negociación con los proveedores: Es la capacidad para imponerte precios y condiciones, depende de muchos factores, es decir, que no es igual para todos.

Según (Negocios, 2015) nos dice que la capacidad de negociación con los proveedores es conseguir la mejor calidad y mejor precio posible.

8. Maximizar la proyección de las campañas de marketing: Se utilizan para alcanzar metas a través de la combinación de elementos, para producir una respuesta deseada en el mercado meta.

Según (Armstrong, 2016) nos dice que Maximizar la proyección de las campañas de marketing es delimitar el alcance de la campaña y controlar los costes para que no acaben siendo muy altos.

2.2.1.2 Estrategias de la competitividad

Según (Gestión, 2018) nos dice que son utilizadas para obtener mayor rentabilidad, consolidar la marca, crecer y expandirnos a otros mercados y sobre todo generar confianza en nuestro público objetivo.

Según el autor (Guerrero, 2016) dice que existen tres estrategias para obtener un buen desempeño en la organización

1. El liderazgo en costos globales: Exige la construcción agresiva de instalaciones de escala eficiente, la reducción de costos a partir de la experiencia, control riguroso de gastos variables y fijos, evitar las cuentas de clientes y disminuir los costos en áreas como investigación y desarrollo, ventas, publicidad y otros. Esto no implica descuidar la calidad, el servicio, entre otros.
2. Diferenciación: Ocupa un papel muy importante en las decisiones estratégicas de la empresa, junto a la segmentación de mercados y las estrategias de posicionamiento.

Según (Moreno, 2015) nos dice que la diferenciación consiste en la diferencia del producto o servicio que ofrecemos en otras palabras se percibe como único. Así mismo brinda protección en contra la rivalidad porque los clientes son leales a la marca y disminuye la sensibilidad al precio.

3. Enfoque o Concentración: Se especializa en un segmento específico del mercado y su objetivo es obtener ventaja competitiva que las demás empresas no pueden igualar.

Según (Empresa, 2016) nos refiere que la concentración procura brindar un servicio excelente a un mercado particular, también sirve para seleccionar los mercados menos vulnerables a sustitutos o aquellos donde la competencia es más débil.

2.2.2. Innovación

Según el autor (Comercio, 2016) indica que la innovación es el medio por el cual se crean nuevos recursos generadores de riqueza o cambian los recursos existentes de mayor potencial, esto en respuesta a desafíos económicos actuales y sobre todo al momento de competir con el mundo globalizado, es decir innovar marca la diferencia de la organización.

2.2.2.1 Beneficios de la innovación

Según Domínguez, (2015) dice que los beneficios de una innovación no aparecen porque la tecnología sea mágica sino porque permite la introducción de nuevas ideas, productos y procesos en el negocio.

Según el autor (Martinez, 2016) señala que existen siete beneficios que aporta la innovación a las organizaciones:

1. Mantiene alejado al negocio de la zona de confort: Es un estado de la conducta dentro de la cual una persona actúa bajo una condición de ansiedad neutra, utilizando un conjunto limitado de comportamientos.

Según (Nuñez, 2016) dice que mantiene alejado al negocio de confort a las empresas deben trazarse retos, buscando nuevas alternativas y experimentar mientras sus productos están vigentes en la preferencia del cliente.

2. Permite aprovechar el potencial del talento humano: Esta combinación de inversiones en las personas con decisiones operativas, lo cual aumenta la productividad y la aportación de sus trabajadores, lo que permite ofrecer una buena experiencia a los clientes.

Según (Cortés, 2017) nos dice que el talento humano es un activo que proporciona un gran valor a la empresa, el líder debe fomentar el desarrollo de energía positiva para que los colaboradores desarrollen su potencial y realicen sus propias aportaciones en la empresa.

3. Aporta experiencia y aprendizaje: Solo a través de las vivencias, aceptando los errores y los fallos, podremos sacar nuestras propias conclusiones para seguir adelante.

Según (Rizo, 2016) nos dice que la experiencia y aprendizaje es la lluvia de ideas permitirá generar ideas creativas, en este proceso se debe experimentar con los resultados, ya que también se pueden cometer errores.

4. Múltiples roles para generar ideas innovadoras: Generar ideas y desarrollar innovaciones que permitan a la empresa alcanzar un determinado objetivo de ventas, rentabilidad o desarrollo en un mercado.

Según (Research, 2017) nos refiere que los multiples roles permite enriquecer experiencias y mejorar la visión de la empresa para los participantes, así mismo enriquecerá el producto.

5. **Moviliza a la organización en un entorno competitivo:** Es la estructura del mercado, sistema dinámico en que la empresa compete.

Según (Pereira, 2018) nos dice que el entorno competitivo en una empresa con cultura innovadora sabe que necesita movilizarse y adaptarse a los cambios, con el fin de mantenerse en las preferencias del cliente.

6. **Innovaciones a los procesos:** Consiste en la implementación en el establecimiento de una tecnología de producción nueva o sensiblemente mejorada.

Según (Estatistika, 2017) nos señala que la innovación a los procesos es importante adoptar nuevas tecnologías, para ello es necesario la formación y la experiencia del personal y del equipo de la empresa.

7. **Convertirse en referente:** Consiste en guiar a un grupo hacia al logro de una meta, guiar a través del ejemplo, la imagen de tus actos y trabajo.

Según (Torres, 2018) nos dice que convertirse en referente consiste en que al contar con productos y servicios novedosos y de alto valor al consumidor, significa altos ingresos y posición privilegiada en la mente de los clientes.

2.2.2.2 Importancia de la innovación

Según el autor (Goncalves, 2018) refiere que la importancia de la innovación se da en crear nuevas ideas, crear soluciones, generar cambios que nos dé resultados positivos y de éxito. Para seguir creciendo es importante adaptarse a nuevas tendencias y participar en el movimiento de cambio del mundo.

Según (Alcázar, 2018) nos dice que adaptarse a nuevas tendencias es la habilidad que las empresas necesitan desarrollar para avanzar en sus objetivos y no estancarse, es decir que sean capaces de adaptarse para sobrevivir.

Según el autor (Talenmo, 2016) nos dice que la importancia de la innovación radica en que diversifica el producto, ayuda a la diferencia del producto, ofrece la posibilidad de una mejor satisfacción de las necesidades del consumidor, logra fidelizar a los clientes, asegura una posición estratégica en el mercado, permite el desarrollo del mercado, ofrece servicios personalizados a los consumidores e incrementa la ventaja competitiva.

III. Hipótesis general

(Cañizales, 2017) Según el autor dice que las investigaciones de tipo descriptivas consisten en describir los datos y características de la población o fenómeno de estudio. Por lo tanto la investigación es descriptiva y no registra hipótesis.

IV. Metodología de la investigación

4.1 Tipo de investigación

(Cañizales, 2017) Según el autor dice que las investigaciones de tipo descriptivas consisten en describir los datos y características de la población o fenómeno de estudio. Por lo tanto la investigación es descriptiva y no registra hipótesis.

4.2 Nivel de la investigación

(Sampieri, 2017) La investigación cuantitativa utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

4.3 Diseño de la investigación

(Choque, 2015) La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir es una investigación donde hacemos variar independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

4.4 Universo y muestra

El universo bajo estudio está constituido por 02 MYPE y los trabajadores que laboran en las MYPE rubro panadería urbanización los titanes (Piura). La población está conformada por los individuos:

- MYPE dedicadas sólo al rubro panadería urbanización los titanes (Piura).
- Trabajadores.

N° de MYPE	Nombres de MYPE	Dirección	RUC	N° Trabajadores	N° Propietarios
01	PANCALENTITO	Urb. Los Titanes Manzana A, Lote 06.	15525458463	06	01
02	DIOS ES AMOR	Urb. Los Titanes Manzana B, Lote 10.	15354872354	06	01
Total Número de Población					14

Elaboración: Propia

Para las variables competitividad e innovación se acudir  a los propietarios y a los trabajadores teniendo una población finita, dado que se pueden contabilizar todos sus elementos pues existen un número limitado, siendo la población 14 personas. Así se calcular  la muestra de acuerdo a dicha característica.

4.5 Definición y operacionalización de las variables

Tabla 4.5

Matriz de operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala
Competitividad	(MAX, 2016) Según el autor señala que la competitividad es el conjunto de acciones que las organizaciones implementan y/o realizan con la finalidad de maximizar sus resultados y de que estos sean más relevantes dentro de su entorno, tratando de reforzar sus ventajas competitivas sobre los competidores buscando la diferenciación	Factores	-Estructura de la organización -Situación Financiera -Los Procesos -Aptitudes y habilidades -Gestión del recurso humano -Preferencias y necesidades del público -Negociación con proveedores -Campañas de marketing	La dimensión: Factores, se medirá con sus indicadores: Estructura de la organización, Situación financiera, procesos, Aptitudes y habilidades, Gestión del recurso humano, Preferencias y necesidades del público, Negociación con proveedores y Campañas de marketing, con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Propietario / trabajador	Nominal
		Estrategias	-Diferenciación -Concentración	La dimensión: Estrategias, se medirá con sus indicadores: Diferenciación y concentración		

Innovación	(Comercio, 2016) Según el autor indica que la innovación es el medio por el cual se crean nuevos recursos generadores de riqueza o cambian los recursos existentes de mayor potencial, esto en respuesta a desafíos económicos actuales y sobre todo al momento de competir con el mundo globalizado, es decir innovar marca la diferencia de la organización.	Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> -Mantiene alejado al negocio de la zona de confort -Potencial del talento humano -Experiencia y aprendizaje -Múltiples roles -Entorno competitivo -Innovación a los procesos -Convertirse en referente 	La dimensión: Beneficios, se medirá con sus indicadores: Mantiene alejado al negocio de la zona de confort, Potencial del talento humano, Experiencia y aprendizaje, Múltiples roles, Entorno competitivo, Innovación a los procesos y Convertirse en referente, con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Propietario / trabajador	Nominal
		Importancia	<ul style="list-style-type: none"> -Crear soluciones -Fidelizar a los clientes -Adaptarse a nuevas tendencias 	La dimensión: Importancia, se medirá con sus indicadores: Crear soluciones, Fidelizar a los clientes y Adaptarse a nuevas tendencias.		

Elaboración: Propia

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos a emplearse en esta investigación serán: la encuesta estos datos se obtendrán a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos y el instrumento el cuestionario el cual utilizará un listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito y las guías de entrevista respectivas, la cual va a permitir obtener resultados descriptivos con respecto a las variables estudiadas.

4.7 Plan de análisis

Los datos recolectados en esta investigación se analizaron haciendo uso del método de análisis descriptivo se hizo uso del programa Microsoft Word 2010, para la tabulación y elaboración de gráficos se hizo uso del programa Microsoft Excel 2010. Para la recolección de los datos se elaboró un cuestionario el cual esta validado.

4.8 Matriz de consistencia

Tabla 6.8

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
caracterización de la competitividad e innovación en las MYPE rubro panaderías-urbanización los titanes (Piura), año 2017	¿Cuáles son las características de la competitividad e innovación en las MYPE rubro Panaderías de la Urbanización Los Titanes (Piura), año 2017?	General: Determinar las características de la competitividad e innovación en la MYPE rubro panadería urbanización Los Titanes (Piura), año 2017.	(Cañizales, 2017) Según el autor dice que las investigaciones de tipo descriptivas consisten en describir los datos y características de la población o fenómeno de estudio. Por lo tanto la investigación es descriptiva y no registra hipótesis.	Competitividad			La metodología de estudio es de tipo descriptivo. Nivel: Cuantitativo. Diseño: No experimental de corte transversal. Las unidades de análisis son 2 MYPE constituidas por 12 trabajadores y 2 propietarios, muestra para ambas variables.

		(a)Entender los factores de competitividad que influyen en la MYPE rubro panadería urbanización Los Titanes (Piura), año 2017.			Factores	-Estructura de la organización -Situación Financiera -Los Procesos -Aptitudes y habilidades -Gestión del recurso humano -Preferencias y necesidades del público -Negociación con proveedores -Campañas de marketing	
		(b)Entender las estrategias de competitividad para las MYPE rubro panadería urbanización Los Titanes (Piura), año 2017.			Estrategias	Diferenciación Concentración	
		(c)Conocer los beneficios de la innovación en la MYPE rubro panadería urbanización Los		Innovación	Beneficios	-Mantiene alejado al negocio de la zona de confort -Potencial del talento humano -Experiencia y	

		Titanes (Piura), año 2017.				aprendizaje -Múltiples roles -Entorno competitivo -Innovación a los procesos -Convertirse en referente	
		(d)Conocer la importancia de la innovación en la MYPE rubro panadería urbanización Los Titanes (Piura), año 2017.			Importancia	-Crear soluciones -Fidelizar a los clientes -Adaptarse a nuevas tendencias	

Elaboración: Propia

4.9 Principios Éticos

La presente investigación se realizó con total honestidad al momento de realizar el análisis de los resultados obtenidos a través de la encuesta, los resultados obtenidos en esta investigación no han sido manipulados se trabajó con total transparencia.

V RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. Variable: Competitividad

Tabla 5.1

¿Conoce usted las responsabilidades que tiene en la MYPE?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	12	80
b) No	2	20
Total	14	100

Fuente: Encuesta

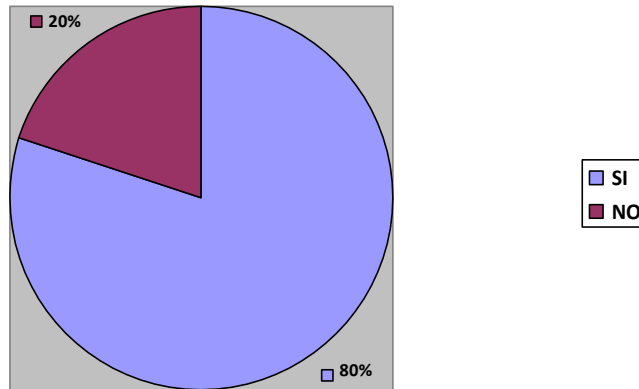


Tabla 5.2

¿Considera usted que la situación financiera de la MYPE influye para invertir en nuevos productos?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
c) Si	14	100
d) No	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta

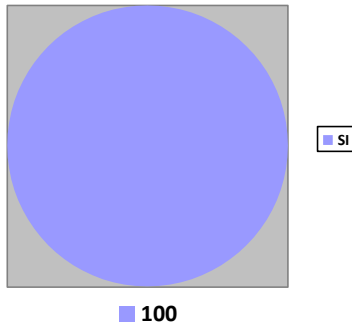


Tabla 5.3

¿Conoce los procedimientos que tiene que realizar para elaborar su producto?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	10	60
b) No	4	40
Total	14	100

Fuente: Encuesta

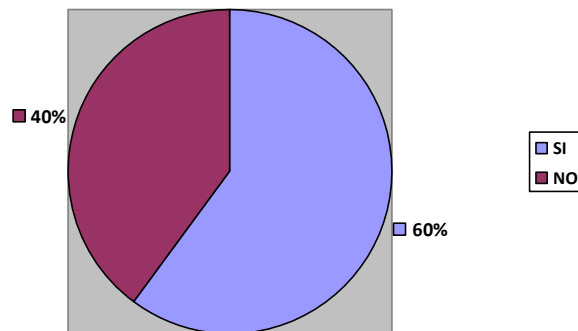


Tabla 5.4

¿Considera usted que reúne con el perfil para el área que se encuentra trabajando?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	8	55
b) No	6	45
Total	14	100

Fuente: Encuesta

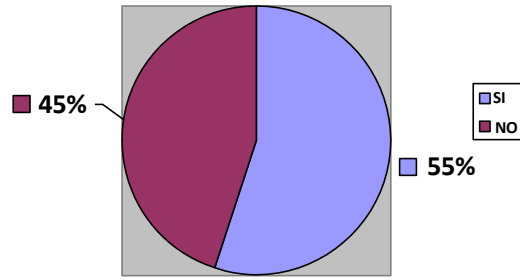


Tabla 5.5

¿Se le brinda la formación adecuada para desarrollar sus actividades dentro de la MYPE?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	11	70
b) No	3	30
Total	14	100

Fuente: Encuesta

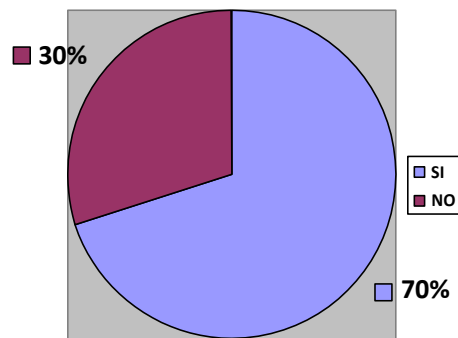


Tabla 5.6

¿Elabora usted sus productos teniendo en cuenta las preferencias y necesidades de sus clientes?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	7	50
b) No	7	50
Total	14	100

Fuente: Encuesta

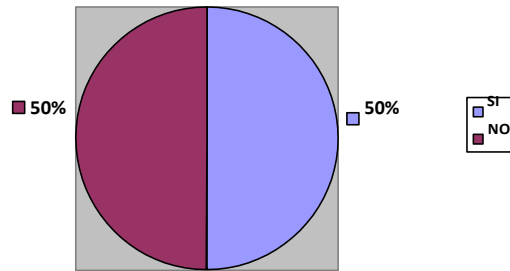


Tabla 5.7

¿Considera que los proveedores le proporcionan insumos de calidad?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	9	65
b) No	5	35
Total	14	100

Fuente: Encuesta

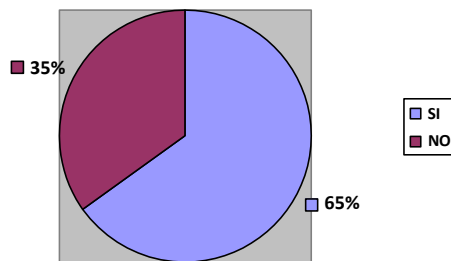


Tabla 5.8

¿La empresa invierte en campañas de marketing para difundir su marca?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	4	40
b) No	10	60
Total	14	100

Fuente: Encuesta

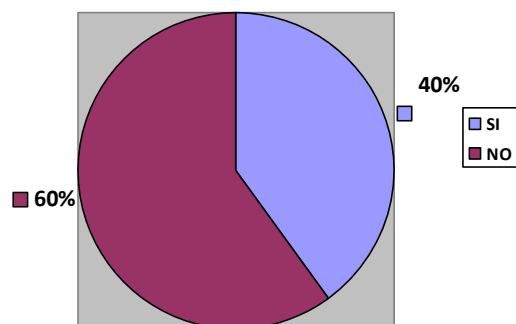


Tabla 5.9

¿Cree usted que el producto es diferente a los que ofrece la competencia?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	11	70
b) No	3	30
Total	14	100

Fuente: Encuesta

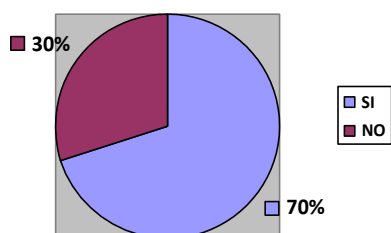
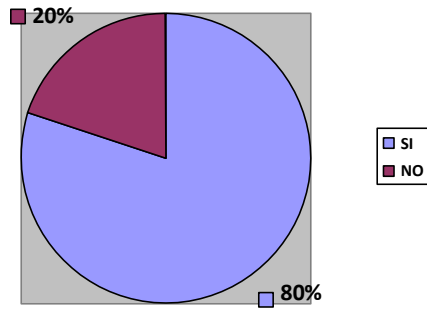


Tabla 5.10

¿Considera que brinda un buen servicio a los clientes?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	12	80
b) No	2	20
Total	14	100

Fuente: Encuesta



5.1.2 Variable: Innovación

Tabla 5.11

¿Busca usted nuevas alternativas para implementar en la MYPE?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	10	60
b) No	4	40
Total	14	100

Fuente: Encuesta

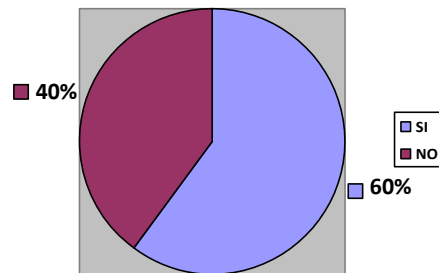


Tabla 5.12

¿Aporta usted sus propias ideas para el crecimiento de la empresa?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	11	70
b) No	3	30
Total	14	100

Fuente: Encuesta

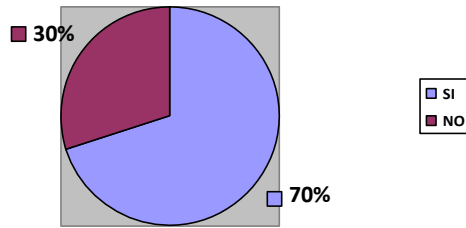


Tabla 5.13

¿Considera que al utilizar ideas innovadoras en la MYPE, le han permitido tener experiencia frente a otras situaciones que puedan presentarse?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	12	80
b) No	2	20
Total	14	100

Fuente: Encuesta

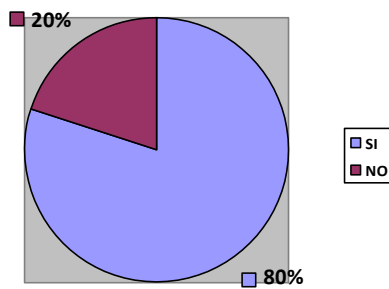


Tabla 5.14

¿Cree usted que al cambiar de roles al personal permite mejorar la visión de la empresa?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	7	50
b) No	7	50
Total	14	100

Fuente: Encuesta

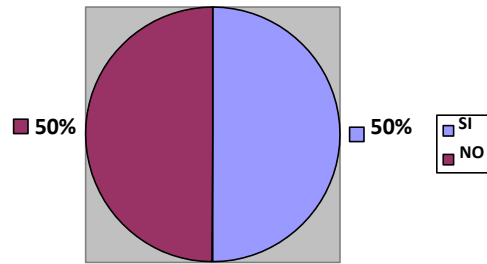


Tabla 5.15

¿Considera usted que la MYPE se encuentra preparada para adaptarse a los cambios del mercado y así mantener la preferencia del cliente?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	13	90
b) No	1	10
Total	14	100

Fuente: Encuesta

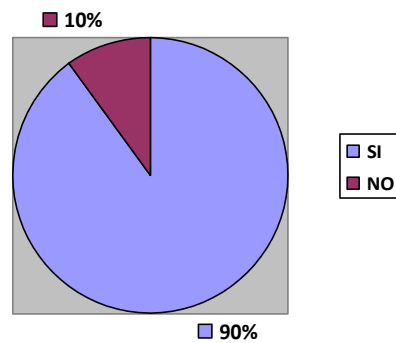


Tabla 5.16

¿Considera que al adoptar nuevas tecnologías el personal debe contar con experiencia para utilizar dichas tecnologías?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	9	65
b) No	5	35
Total	14	100

Fuente: Encuesta

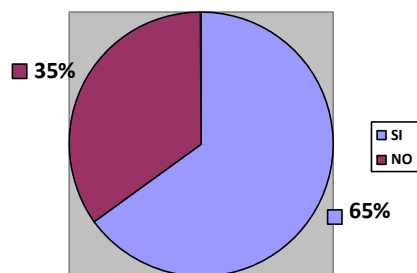


Tabla 5.17

¿Cree usted que el producto que ofrece es de alto valor para el consumidor?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	10	60
b) No	4	40
Total	14	100

Fuente: Encuesta

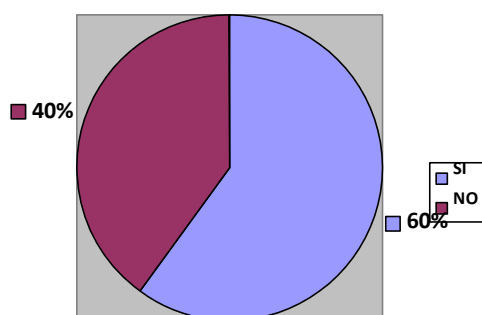


Tabla 5.18

¿Considera que al estar a la vanguardia le permite crear soluciones que lo llevan a resultados positivos?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	11	70
b) No	3	30
Total	14	100

Fuente: Encuesta

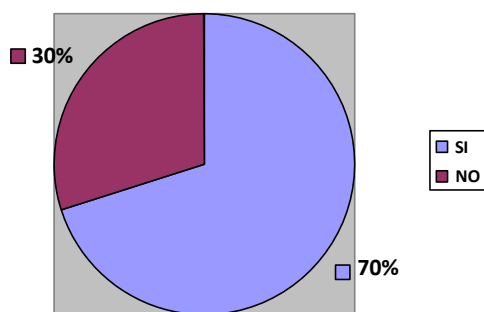


Tabla 5.19

¿Cree que al ofrecer productos diferentes a la competencia ayuda a fidelizar a los clientes?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	12	80
b) No	2	20
Total	14	100

Fuente: Encuesta

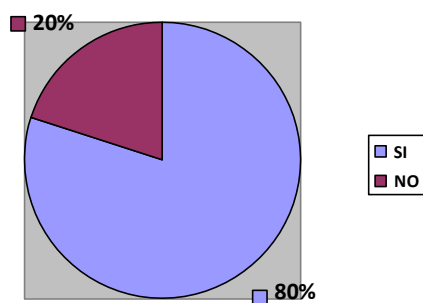
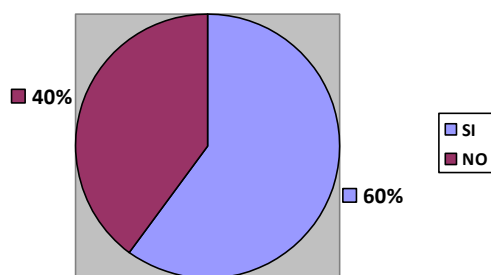


Tabla 5.20

¿Considera que para el crecimiento de la empresa debe adaptarse a las nuevas tendencias de su entorno?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	10	60
b) No	4	40
Total	14	100

Fuente: Encuesta



5.1 Análisis de resultados

En la tabla y Grafico N° 01 sobre “La estructura de la organización” se observa que de los 14 encuestados, el 80 % de los trabajadores y propietarios conocen las responsabilidades que tienen en la MYPE y el 20 % restante consideran que desconocen. Resultado que concuerda con (Bir, 2016) quien afirma que el conocimiento de la propia estructura y organización, permite que los colaboradores sepan las responsabilidades y a quien tienen que reportar resultados cada uno de los miembros o a quien consultar cualquier duda que pueda surgir.

En la tabla y Grafico N° 02 sobre “Situación financiera” se observa que de los 14 encuestados, el 100 % de los trabajadores y propietarios consideran que la situación financiera de la MYPE influye para invertir en nuevos productos. Resultado que concuerda con el autor (Ámericas, 2017) quien afirma que la situación financiera de la empresa consiste que todos los departamentos de una empresa deberían utilizar y proveer datos para tener un conocimiento profundo de la operatividad del negocio.

En la tabla y Grafico N° 03 sobre “Los procesos” se observa que de los 14 encuestados, el 60 % de los trabajadores y propietarios conocen los procedimientos que tiene que realizar para elaborar su producto y el 40 % restante consideran que desconocen. Resultado que concuerda con el autor (Gómez, 2018) quien afirma que los procesos

consiste en detallar cada paso que son necesarios para que se pueda servir en el tiempo y calidad pactados el producto o servicio.

En la tabla y Grafico N° 04 sobre “Aptitudes y habilidades” se observa que de los 14 encuestados, el 55 % de los trabajadores y propietarios consideran que reúnen con el perfil para el área que se encuentra trabajando y el 45 % restante consideran que no reúnen con el perfil. Resultado que concuerda con el autor (Aptitudes, 2019) quien afirma que las aptitudes y habilidades se inicia en la búsqueda del perfil del personal adecuado para cada área de la organización.

En la tabla y Grafico N° 05 sobre “Gestión del recurso humano” se observa que de los 14 encuestados, el 70 % de los trabajadores y propietarios se les brinda la formación adecuada para desarrollar sus actividades dentro de la MYPE y el 30 % restante consideran que no se les brinda la formación. Resultado que concuerda con el autor (Rodríguez, 2017) quien afirma que la gestión del recurso humano se encarga de la formación del personal, hay que saber si todas las personas tienen las habilidades para realizar las actividades que son responsables.

En la tabla y Grafico N° 06 sobre “Preferencias y necesidades del público” se observa que de los 14 encuestados, el 50 % de los trabajadores y propietarios, elabora sus productos teniendo en cuenta las preferencias y necesidades de sus clientes y el 50 % restante consideran que no. Resultado que concuerda con el autor (Cruz, 2016) quien afirma que partir de las preferencias de los clientes, se diseña el producto y se desarrolla el lanzamiento de un nuevo producto o servicio.

En la tabla y Grafico N° 07 sobre “Negociación con proveedores” se observa que de los 14 encuestados, el 65 % de los trabajadores y propietarios considera que los

proveedores le proporcionan insumos de calidad y el 35 % restante consideran que no. Resultado que concuerda con el autor (Negocios, 2015) quien afirma que la capacidad de negociación con los proveedores es conseguir la mejor calidad y mejor precio posible.

En la tabla y Grafico N° 08 sobre “Campañas de marketing” se observa que de los 14 encuestados, el 60 % de los trabajadores y propietarios consideran que las empresas no invierten en campañas de marketing para difundir su marca y el 40 % restante consideran que sí. Resultado que concuerda con el autor (Armstrong, 2016) quien afirma que maximizar la proyección de las campañas de marketing es delimitar el alcance de la campaña y controlar los costes para que no acaben siendo muy altos.

En la tabla y Grafico N° 09 sobre “Diferenciación” se observa que de los 14 encuestados, el 70 % de los trabajadores y propietarios creen que el producto es diferente a los que ofrece la competencia y el 30 % restante creen que no. Resultado que concuerda con el autor (Moreno, 2015) quien afirma que la diferenciación consiste en la diferencia del producto o servicio que ofrecemos en otras palabras se percibe como único. Así mismo brinda protección en contra la rivalidad porque los clientes son leales a la marca y disminuye la sensibilidad al precio.

En la tabla y Grafico N° 10 sobre “Concentración” se observa que de los 14 encuestados, el 80 % de los trabajadores y propietarios consideran que brindan un buen servicio a los clientes y el 20 % restante consideran que no. Resultado que concuerda con el autor (Empresa, 2016) quien afirma que la concentración procura brindar un servicio excelente a un mercado particular, también sirve para seleccionar los mercados menos vulnerables a sustitutos o aquellos donde la competencia es más débil.

En la tabla y Grafico N° 11 sobre “Mantiene alejado al negocio de la zona de confort” se observa que de los 14 encuestados, el 60 % de los trabajadores y propietarios buscan nuevas alternativas para implementar en la MYPE y el 40 % restante no buscan nuevas alternativas. Resultado que concuerda con el autor (Nuñez, 2016) quien afirma que mantiene alejado al negocio de confort a las empresas deben trazarse retos, buscando nuevas alternativas y experimentar mientras sus productos están vigentes en la preferencia del cliente.

En la tabla y Grafico N° 12 sobre “Potencial del talento humano” se observa que de los 14 encuestados, el 70 % de los trabajadores y los propietarios aportan sus propias ideas para el crecimiento de la empresa y el 30 % restante no aportan sus propias ideas. Resultado que concuerda con el autor (Cortés, 2017) quien afirma que el talento humano es un activo que proporciona un gran valor a la empresa, el líder debe fomentar el desarrollo de energía positiva para que los colaboradores desarrollen su potencial y realicen sus propias aportaciones en la empresa.

En la tabla y Grafico N° 13 sobre “Experiencia y aprendizaje” se observa que de los 14 encuestados, el 80 % de los trabajadores y propietarios consideran que al utilizar ideas innovadoras en la MYPE, le han permitido tener experiencia frente a otras situaciones que puedan presentarse y el 30 % restante consideran que no. Resultado que concuerda con el autor (Rizo, 2016) quien afirma que la experiencia y aprendizaje es la lluvia de ideas permitirá generar ideas creativas, en este proceso se debe experimentar con los resultados, ya que también se pueden cometer errores.

En la tabla y Grafico N° 14 sobre “Múltiples roles” se observa que de los 14 encuestados, el 50 % de los trabajadores y propietarios creen que al cambiar de roles al personal permite mejorar la visión de la empresa y el 50 % restante creen que no.

Resultado que concuerda con el autor (Research, 2017) quien afirma que los múltiples roles permite enriquecer experiencias y mejorar la visión de la empresa para los participantes, así mismo enriquecerá el producto.

En la tabla y Grafico N° 15 sobre “Entorno competitivo” se observa que de los 14 encuestados, el 90 % de los trabajadores y propietarios consideran que la MYPE se encuentra preparada para adaptarse a los cambios del mercado y así mantener la preferencia del cliente y el 10 % restante consideran que no. Resultado que concuerda con el autor (Pereira, 2018) quien afirma que el entorno competitivo en una empresa con cultura innovadora sabe que necesita movilizarse y adaptarse a los cambios, con el fin de mantenerse en las preferencias del cliente.

En la tabla y Grafico N° 16 sobre “Innovación a los procesos” se observa que de los 14 encuestados, el 65 % de los trabajadores y propietarios consideran que al adoptar nuevas tecnologías el personal debe contar con experiencia para utilizar dichas tecnologías y el 35 % restante consideran que no. Resultado que concuerda con el autor (Estatistika, 2017) quien afirma que la innovación a los procesos es importante adoptar nuevas tecnologías, para ello es necesario la formación y la experiencia del personal y del equipo de la empresa.

En la tabla y Grafico N° 17 sobre “Convertirse en referente” se observa que de los 14 encuestados, el 60 % de los trabajadores y propietarios creen que el producto que ofrece es de alto valor para el consumidor y el 40 % restante creen que no. Resultado que concuerda con el autor (Torres, 2018) quien afirma que convertirse en referente consiste en que al contar con productos y servicios novedosos y de alto valor al consumidor, significa altos ingresos y posición privilegiada en la mente de los clientes.

En la tabla y Grafico N° 18 sobre “Crear soluciones” se observa que de los 14 encuestados, el 70 % de los trabajadores y propietarios consideran que al estar a la vanguardia le permite crear soluciones que lo llevan a resultados positivos y el 30 % restante consideran que no. Resultado que concuerda con el autor (Goncalves, 2018) quien afirma que la importancia de la innovación se da en crear nuevas ideas, crear soluciones, generar cambios que nos dé resultados positivos y de éxito. Para seguir creciendo es importante adaptarse a nuevas tendencias y participar en el movimiento de cambio del mundo.

En la tabla y Grafico N° 19 sobre “Fidelizar a los clientes” se observa que de los 14 encuestados, el 80 % de los trabajadores y propietarios creen que al ofrecer productos diferentes a la competencia ayuda a fidelizar a los clientes y el 20 % restante creen que no. Resultado que concuerda con el autor (Talenmo, 2016) quien afirma que la importancia de la innovación radica en que diversifica el producto, ayuda a la diferencia del producto, ofrece la posibilidad de una mejor satisfacción de las necesidades del consumidor, logra fidelizar a los clientes, asegura una posición estratégica en el mercado, permite el desarrollo del mercado, ofrece servicios personalizados a los consumidores e incrementa la ventaja competitiva.

En la tabla y Grafico N° 20 sobre “Adaptarse a nuevas tendencias” se observa que de los 14 encuestados, el 60 % de los trabajadores y propietarios consideran que para el crecimiento de la empresa debe adaptarse a las nuevas tendencias de su entorno y el 40 % restante consideran que no. Resultado que concuerda con el autor (Alcázar, 2018) quien afirma que adaptarse a nuevas tendencias es la habilidad que las empresas necesitan desarrollar para avanzar en sus objetivos y no estancarse, es decir que sean capaces de adaptarse para sobrevivir.

VI. CONCLUSIONES

Con respecto a los factores en las MYPE rubro panaderías ubicado en la Urbanización Los Titanes- Piura, tenemos la situación financiera, se concluye que los propietarios y trabajadores de las panaderías, encontramos un alto porcentaje que consideran que la situación financiera es un factor que influye para invertir en nuevos productos.

Con respecto a las estrategias en las MYPE rubro panaderías ubicado en la Urbanización Los Titanes- Piura, tenemos la concentración, se concluye que los propietarios y trabajadores de las panaderías, encontramos un alto porcentaje que brindan un buen servicio a los clientes.

Con respecto a los beneficios en las MYPE rubro panaderías ubicado en la Urbanización Los Titanes- Piura, tenemos el entorno competitivo, que los propietarios y trabajadores de las panaderías, encontramos un alto porcentaje que se encuentran preparados para adaptarse a los cambios del mercado y así mantener la preferencia del cliente.

Con respecto a la importancia en las MYPE rubro panaderías ubicado en la Urbanización Los Titanes- Piura, tenemos la fidelización de los clientes, que los propietarios y trabajadores de las panaderías, encontramos un alto porcentaje que al ofrecer productos diferentes a la competencia ayuda a fidelizar a los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alcázar, B. (2018). *Adaptarse al cambio: necesidad actual para las organizaciones*. Proyectum.
- Ámericas. (2017). *La información financiera es fundamental para tener el control de las empresas*. Connect Ámericas.
- Aptitudes. (2019). *¿Sabes qué habilidades técnicas son las que más buscan los empleadores?* Aptitus.com/blog.
- Armstrong, G. (2016). *Estrategias de Marketing Mix*. Repositorio.espe.edu.ec.
- Bir, A. (2016). *Competitividad-Competitividad Empresarial-Empresas Competitivas*. Infocif.
- Cañizales, O. (2017). *Investigación Descriptiva*. Scribd.
- Capuñay, R. E. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE del giro panificadoras del distrito de Monsefú, año 2018*. Monsefú: Universidad la Católica los Ángeles de Chimbote.
- Choque, J. (2015). *Diseños no experimentales según Hernandez, Fernandez y Bapt*. Prezi.
- Comercio, C. d. (2016). *Competitividad e Innovación*. España: Cámara de Comercio de España.
- Cortés, G. (2017). *Como aprovechar el potencial del talento humano*. España: Empresas Retail.
- Cruz, P. (2016). *¿Por qué es importante conocer al consumidor?* Conexión esan.
- empresa, G. d. (2016). *La estrategia de concentración*. Quiminet.
- Estatistika, E. (2017). *Innovación de proceso*. Mexico: Instituto Vasco de Estadística.
- Flores, P. V. (2018). *Caracterización de la Formalización y la Competitividad de las MYPE del sector industria- rubro panificadoras de la provincia de Tocache, periodo-2016*. San Martín: Universidad la Católica los Ángeles de Chimbote.
- Gestión, M. (2018). *Estrategias para mejorar la competitividad de tu empresa*. El blog de mi gestión.
- Gómez, J. (2018). *La gestión del conocimiento corporativo*. Madrid: Universidad Complutense.
- Goncalves, K. (2018). *La importancia de la innovación en las empresas*. España: Cesma Business School.
- Guerrero, J. C. (2016). *Estrategia Competitiva*. Mexico: Slide Share.

h, R. (s.f.).

Hermelinda, A. C. (2017). *La competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector producción-rubro panaderías, de la urbanización Previ, Distrito del Callao, provincia constitucional del Callao, departamento Lima, periodo 2015*. Lima: Universidad la Católica los Angeles de Chimbote.

Herrera, D. M. (2017). *Plan de negocios para una panadería ubicada en el sector de Sangolquí*. Ecuador: Universidad Central de Ecuador.

Herrera, L. A. (2019). *Caracterización de la Capacitación y la Innovación en las MYPE- rubro panaderías AA.HH Táchala-Castilla, año 2017*. Piura: Universidad la Católica los Ángeles de Chimbote.

López, J. (2018). *Diagnóstico de los costos de producción por proceso para la panadería y repostería El Maná correspondiente al año 2015*. Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

Manzanares, F. A. (2016). *Competitividad de las empresas panificadoras legalmente constituidas de la ciudad de Estelí, 2015*. Nicaragua: Universidad UNAN.

Martinez, I. (2016). *7 Beneficios que aporta la innovación a las empresas*. Linked in.

Medina, M. (2016). *¿Cuáles son los factores que determinan la competitividad empresarial?* más empresas.cea.es.

Mendoza, T. S. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Productividad de las MYPE rubro panaderías del centro de Tambogrande año 2018*. Tambogrande: Universidad la Católica los Ángeles de Chimbote.

Molina, J. A. (2016). *Posicionamiento para incrementar las ventas de la panadería La Esquina del Pan de la ciudad de Sullana-2016*. Sullana: Universidad César Vallejo.

Moreno, J. (2015). *Diferenciación Competitiva*. Brazil: Marketing y consumo.

MAX, E. D. (2016). *Competitividad Empresarial*. Mexico: Definición MX.

Navarro, C. T. (2018). *Los mecanismo de control interno en el área de almacén de las panaderías en el Perú. caso: panadería negociaciones Mabilpa SRL Piura, 2016*. Piura: Universidad la Católica los Ángeles de Chimbote.

Negocios, B. (2015). *El poder de negociación de los proveedores*. Buenos negocios.com.

Nole, M. H. (2018). *Caracterización de la Competitividad y Formalización de las MYPE rubro panaderías de campo Polo Castilla-Piura, año 2018*. Piura: Universidad la Católica los Ángeles de Chimbote.

Núñez, I. O. (2016). *Fuera de la zona de confort*. Business Angel y Ceo.

Pereira, E. (2018). *Cuál es el significado de un entorno competitivo*. Houston: La voz.

- Placencia, R. E. (2017). *Análisis de las estrategias competitivas que utilizan las pequeñas panaderías de la provincia del Azuay (MIPRO). Propuesta de un plan de mejora competitiva que permita el incremento de la productividad y competitividad para las pequeñas panaderías*. Azuay: Universidad de la Cuenca.
- Research, D. (2017). *Como crear equipos de innovación que funcionen si eres una MYPE*. Papeles de inteligencia.
- Rizo, D. (2016). *La propia experiencia es el mejor aprendizaje*. La mente es maravillosa.
- Rodríguez, L. (2017). *Gestión de recursos humanos*. Blog/madeon.
- Sampieri, R. (2017). *Metodología de la Investigación*. Mexico: 4° Edición.
- Talenmo. (2016). *La importancia de la innovación*. Noticias Talenmo.
- Tecnológicas, S. (2019). *Conoce cinco beneficios que la innovación aporta a las empresas*. Portal Pucp.edu.pe.
- Torres, L. (2018). *Cuatro habilidades para convertirse en un referente*. Heysers.
- Valle, J. A. (2016). *Innovación- Emprendimiento y Competitividad de microempresas del Cantón Quevedo, año 2015*. Cantón Quevedo: Quevedo UTEQ.

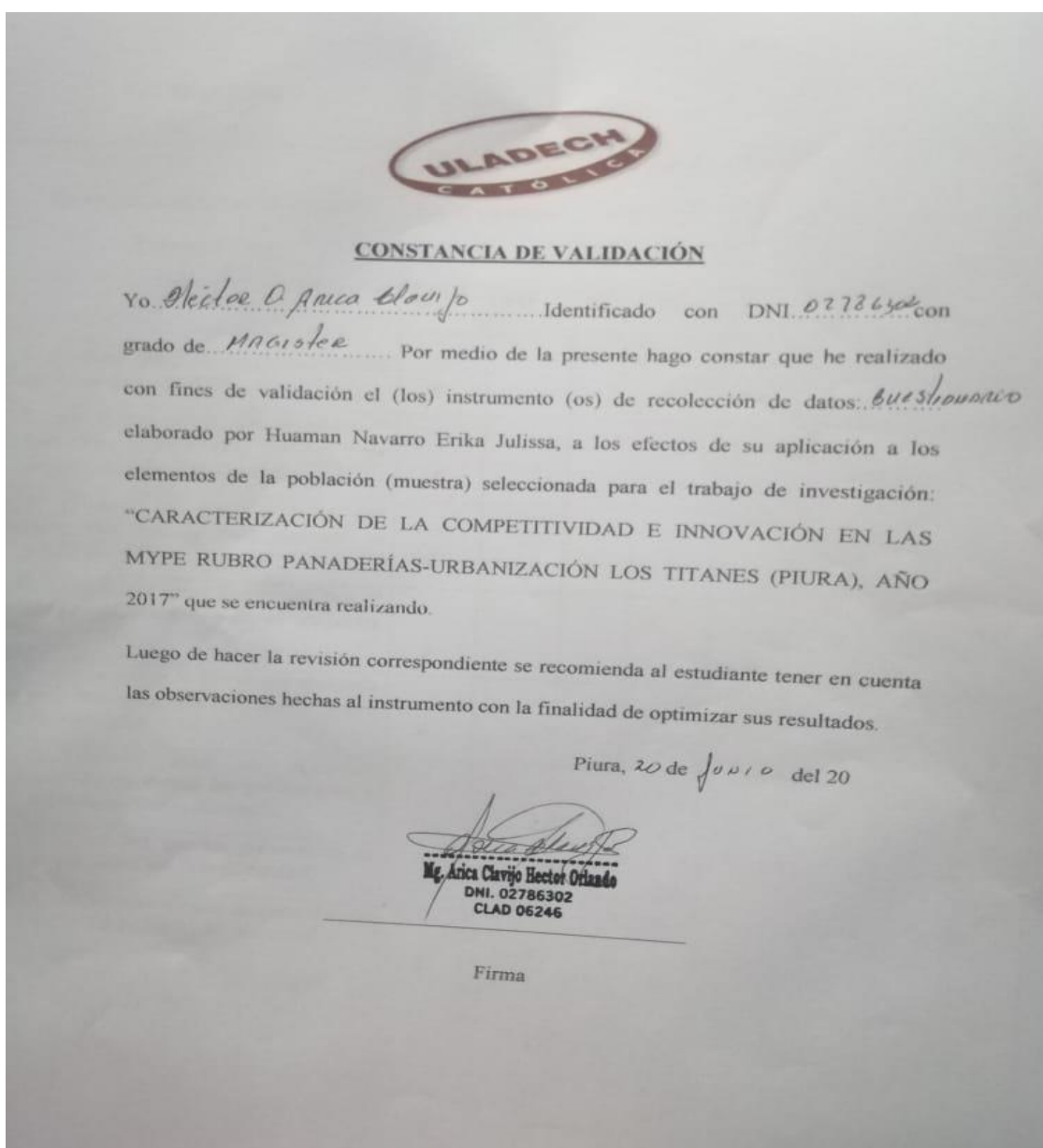
ANEXOS

1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N° orden	Actividades	SEMANA															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Título de investigación	■															
2	Planteamiento del problema		■														
3	Acopio bibliografía		■	■													
4	Selección bibliográfica			■	■												
5	Metodología de investigación				■	■											
6	Técnicas e instrumentos					■	■										
7	Técnicas para procesamiento					■	■										
8	Elaboración de matriz de consistencia						■	■									
9	Redacción anteproyecto							■	■								
10	Elaboración de instrumentos de Recolección.							■	■								
11	Revisión y aprobación del proyecto de investigación por jurado								■	■							
12	Encuesta									■	■						
13	Codificación										■	■					
14	Tabulación											■	■				

LIBROS	02	UNID	250.00	500.00
VARIOS			100.00	100.00

ASESORÍA PERSONALIZADA	64	HORAS	28.00	1 792.00
TOTAL				4322.00



VALIDACIÓN

Ítems relacionado con la variable Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Conoce usted las responsabilidades que tiene en la MYPE?	✓			✓		✓		✓
2. ¿Considera usted que la situación financiera de la MYPE influye para invertir en nuevos productos?	✓			✓		✓		✓
3. ¿Conoce los procedimientos que tiene que realizar para elaborar su producto?	✓			✓		✓		✓
4. ¿Considera usted que reúne con el perfil para el área que se encuentra trabajando?	✓			✓		✓		✓
5. ¿Se le brinda la formación adecuada para desarrollar sus actividades dentro de la MYPE?	✓			✓		✓		✓
6. ¿Elabora usted sus productos teniendo en cuenta las preferencias y necesidades de sus clientes?	✓			✓		✓		✓
7. ¿Considera que los proveedores le proporcionan insumos de calidad?	✓			✓		✓		✓
8. ¿La empresa invierte en campañas de marketing para difundir su marca?	✓			✓		✓		✓
9. ¿Cree usted que el producto es diferente a los que ofrece la competencia?	✓			✓		✓		✓
10. ¿Considera que brinda un buen servicio a los clientes?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

e

Innovación

con el concepto

comunicar la

tendencias

ta más ITEMS?

acción?	NO	SI
	✓	
		✓

1. ¿Busca usted nuevas tecnologías para implementar en su empresa?
2. ¿Aporta usted, de su propia iniciativa, para el desarrollo de la empresa?
3. ¿Considera que el utilizar Internet en la empresa, ayuda a tener competencia frente a otras empresas que puedan presentarse?
4. ¿Cree usted que al cambiar de rol, el personal puede mejorar la visión de la empresa?
5. ¿Considera usted que el personal encuentra preparada para adaptarse a los cambios, de manera que mantenga la referencia del cliente?
6. ¿Considera que al adoptar nuevas tecnologías el personal debe contar con experiencia para utilizar dichas tecnologías?
7. ¿Cree usted que el producto que ofrece es de alto valor para el consumidor?
8. ¿Considera que el estar en línea permite crear soluciones que lo lleven a resultados positivos?
9. ¿Cree que al ofrecer productos diferentes a la competencia ayuda a fidelizar a los clientes?
10. ¿Considera que para el crecimiento de la empresa debe adaptarse a las nuevas tendencias de su entorno?

[Firma]
Mg. Arica Clavijo Hector Oriando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo... *Victor Helio Patino Nuni*... Identificado con DNI... *0.2860873* con grado de... *Magister*... Por medio de la presente hago constar que he realizado con fines de validación el (los) instrumento (os) de recolección de datos... *Cuestionario* elaborado por Huaman Navarro Erika Julissa, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN EN LAS MYPE RUBRO PANADERÍAS-URBANIZACIÓN LOS TITANES (PIURA), AÑO 2017" que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, *28* de *Junio* del 2019.



Mg. VICTOR HELIO PATINO
RUB. CLAD. 099310

Firma

VALIDACIÓN

Ítems relacionado con la variable Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Conoce usted las responsabilidades que tiene en la MYPE?	X			X		X		X
2. ¿Considera usted que la situación financiera de la MYPE influye para invertir en nuevos productos?	X			X		X		X
3. ¿Conoce los procedimientos que tiene que realizar para elaborar su producto?	X			X		X		X
4. ¿Considera usted que reúne con el perfil para el área que se encuentra trabajando?	X			X		X		X
5. ¿Se le brinda la formación adecuada para desarrollar sus actividades dentro de la MYPE?	X			X		X		X
6. ¿Elabora usted sus productos teniendo en cuenta las preferencias y necesidades de sus clientes?	X			X		X		X
7. ¿Considera que los proveedores le proporcionan insumos de calidad?	X			X		X		X
8. ¿La empresa invierte en campañas de marketing para difundir su marca?	X			X		X		X
9. ¿Cree usted que el producto es diferente a los que ofrece la competencia?	X			X		X		X
10. ¿Considera que brinda un buen servicio a los clientes?	X			X		X		X



 Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

VALIDACIÓN

Ítems relacionado con la variable Innovación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Busca usted nuevas alternativas para implementar en la MYPE?	X			X		X		X
2. ¿Aporta usted sus propias ideas para el crecimiento de la empresa?	X			X		X		X
3. ¿Considera que al utilizar ideas innovadoras en la MYPE, le han permitido tener experiencia frente a otras situaciones que puedan presentarse?	X			X		X		X
4. ¿Cree usted que al cambiar de roles al personal permite mejorar la visión de la empresa?	X			X		X		X
5. ¿Considera usted que la MYPE se encuentra preparada para adaptarse a los cambios del mercado y así mantener la preferencia del cliente?	X			X		X		X
6. ¿Considera que al adoptar nuevas tecnologías el personal debe contar con experiencia para utilizar dichas tecnologías?	X			X		X		X
7. ¿Cree usted que el producto que ofrece es de alto valor para el consumidor?	X			X		X		X
8. ¿Considera que al estar a la vanguardia le permite crear soluciones que lo llevan a resultados positivos?	X			X		X		X
9. ¿Cree que al ofrecer productos diferentes a la competencia ayuda a fidelizar a los clientes?	X			X		X		X
10. ¿Considera que para el crecimiento de la empresa debe adaptarse a las nuevas tendencias de su entorno?	X			X		X		X



Mg. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑ



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA APLICADA A LOS TRABAJADORES/PROPIETARIOS DE LA MYPE RUBRO PANADERIA DE LA CIUDAD PIURA.

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de las MYPE para lograr el trabajo de investigación titulado caracterización de la competitividad e innovación en las MYPE rubro panaderías-Urbanización los Titanes (Piura), año 2017. La información solicitada se utilizará para el proceso de la investigación es por ello que se le agradece la atención y la colaboración que le brinde a este cuestionario.

Fecha: ----/----/----

I. DATOS GENERALES

- a) Superior Técnico: Completa.....Incompleta....
- b) Secundaria: Completa.....Incompleta....
- c) Primaria: Completa.....Incompleta....

II. COMPETITIVIDAD

- 1. ¿Conoce usted las responsabilidades que tiene en la MYPE?
 - a) Si
 - b) No

- 2. ¿Considera usted que la situación financiera de la MYPE influye para invertir en nuevos productos?
 - a) Si
 - b) No

- 3. ¿Conoce los procedimientos que tiene que realizar para elaborar su producto?
 - a) Si
 - b) No

4. ¿Considera usted que reúne con el perfil para el área que se encuentra trabajando?
- a) Si
 - b) No
5. ¿Se le brinda la formación adecuada para desarrollar sus actividades dentro de la MYPE?
- a) Si
 - b) No
6. ¿Elabora usted sus productos teniendo en cuenta las preferencias y necesidades de sus clientes?
- a) Si
 - b) No
7. ¿Considera que los proveedores le proporcionan insumos de calidad?
- a) Si
 - b) No
8. ¿La empresa invierte en campañas de marketing para difundir su marca?
- a) Si
 - b) No
9. ¿Cree usted que el producto es diferente a los que ofrece la competencia?
- a) Si
 - b) No
10. ¿Considera que brinda un buen servicio a los clientes?
- a) Si
 - b) No

III. INNOVACIÓN

11. ¿Busca usted nuevas alternativas para implementar en la MYPE?
- a) Si
 - b) No
12. ¿Aporta usted sus propias ideas para el crecimiento de la empresa?
- a) Si
 - b) No

13. ¿Considera que al utilizar ideas innovadoras en la MYPE, le han permitido tener experiencia frente a otras situaciones que puedan presentarse?

a) Si

b) No

14. ¿Cree usted que al cambiar de roles al personal permite mejorar la visión de la empresa?

a) Si

b) No

15. ¿Considera usted que la MYPE se encuentra preparada para adaptarse a los cambios del mercado y así mantener la preferencia del cliente?

a) Si

b) No

16. ¿Considera que al adoptar nuevas tecnologías el personal debe contar con experiencia para utilizar dichas tecnologías?

a) Si

b) No

17. ¿Cree usted que el producto que ofrece es de alto valor para el consumidor?

a) Si

b) No

18. ¿Considera que al estar a la vanguardia le permite crear soluciones que lo llevan a resultados positivos?

a) Si

b) No

19. ¿Cree que al ofrecer productos diferentes a la competencia ayuda a fidelizar a los clientes?

a) Si

b) No

20. ¿Considera que para el crecimiento de la empresa debe adaptarse a las nuevas tendencias de su entorno?

a) Si

b) No