



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO
INSUMOS AGRÍCOLAS DE FERTILIZANTES
PARA LOS CULTIVOS DE LA PROVINCIA DEL
SANTA 2013”.**

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

AUTORA:

SARITA MILAGROS CARLIN ZAPATA

ASESOR:

Mg. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

**CHIMBOTE – PERÚ
2013**

JURADO EVALUADOR

Mba. SANTOS FELIPE LLENQUE TUME
PRESIDENTE

Lic. Adm. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO
SECRETARIO

Lic. Adm. MARÍA ISABEL MINO ASECIO
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, que a gracias a él tuve la fuerza necesaria para seguir adelante y lograr mis objetivos, que siempre aunque no le vea, siempre pude sentir su presencia, haciendo que perseverare y cumpla con mis sueños.

También agradezco con mucho amor a mis padres porque son los que me vieron nacer, que gracias a sus enseñanzas han creado en mí una buena persona y gracias a ello ahora soy una persona de bien y profesional.

A mis amigos, gracias por ser tan buenas personas conmigo, siempre están en buenas y malas, de tantos millones de personas los conocí a ustedes mis grandes amigos míos, los quiero mucho a todos.

DEDICATORIA

Dedicado con todo el amor del mundo para Dios, que siempre me dio la energía para salir adelante y poder culminar con mis estudios.

A mis padres Margarita y Manuel con todo el amor del mundo, que son los que me vieron nacer, por ser la base fundamental en mi vida dando todo su esfuerzo y sacrificio para yo poder lograr el triunfo profesional, para ellos todo mi amor, mi obediencia y mi respeto, los amo. También decido con mucho cariño a mis profesores catedráticos, Licenciados, Ingenieros, a todos ellos que por los años que estudie en la universidad se convirtieron en mis segundos padres, compartiendo conmigo sus conocimientos y experiencias siempre con mucha comprensión y paciencia, gracias en general a todos ellos, siempre los recordare.

A mis hermanas y hermanos, por el apoyo que siempre me dieron por el esmero que pusieron en que yo cumple mis metas gracias a ella, los amo.

Con mucho cariño a todos mis amigos que siempre estuvieron ahí con un gesto de comprensión, que comprendieron muchos momentos no compartidos con ellos por motivos de mis estudios, quisiera nombrarlos a todos pero sería muy complicado, por ello solo les digo con todo mi corazón gracias amigos míos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general Describir las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector Comercio rubro insumos agrícolas de fertilizantes para los cultivos de la provincia del santa 2013. La investigación fue descriptiva, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de la variable competitividad, para llevarla a cabo se escogió empresas específicas, la cual se aplicó un cuestionario de 18 preguntas, utilizando la técnica de la entrevista, obteniéndose los siguientes resultados: **Respecto al empresario y las MYPE** En el presente estudio la mayoría de los representantes de las mypes tiene una edad de 20 a 30 años, son de género masculino, y están siendo dirigidas por personas que son emprendedoras y profesionales. **Respecto a las características de la MYPE:** En el estudio la mayoría de las mypes se encuentran en el mercado más de 5 años y son formales, tienen 2 trabajadores permanentes y 1 trabajador eventual, formándose para obtener ganancias. **Respecto a la competitividad:** En el estudio la mayoría de las mypes en los últimos años han mejora su proceso de compra y venta, mejorando un mejor servicio a sus clientes El 100% de las mypes dijo que se ha preocupado por mejorar, brindándoles un producto de calidad, invirtiendo constantemente en su proceso productivo y siendo competitivas, adquiriendo un mejor posicionamiento en el mercado.

Palabras clave: Competitividad, Mypes.

ABSTRACT

The present research had as general objective Describe the main characteristics of the competitiveness of micro and small companies in the sector Trade category agricultural inputs of fertilizer for crops in the province of Santa 2013. The research was descriptive, because only has been limited to describing the main characteristics of the competitiveness variable, to carry out specific companies was selected, which questionnaire 18 questions was applied, using the technique of the interview, with the following results: For the employer and MSE In this study the majority of the representatives of MSEs has an age of 20-30 years are male, and people who are entrepreneurs and professionals are being addressed. Regarding the characteristics of the MSE: In the study most MSEs are in the market for over five years and are formal, they have 2 permanent employees and one casual laborer, formed for profit. Regarding competitiveness: In the study most MSEs in recent years have improved the process of buying and selling, improving better service to its customers 100% of MSEs said he was concerned about improving, providing a product quality, constantly investing in its production process and remain competitive by acquiring a better market position.

Keywords: Competitiveness, Mypes.

CONTENIDO

	Pág.
Hoja de firma del jurado y asesor	02
Agradecimiento	03
Dedicatoria	04
Resumen	05
Abstract	06
Contenido	08
Índice de gráficos, tablas y cuadros	11
I. Introducción	12
II. Revisión de literatura	14
III. Metodología	24
3.1 Diseño de investigación	
3.2 Población y muestra	
3.3 Técnicas e instrumentos	
3.4 plan de Análisis	
3.5 Matriz de Consistencia	
3.6 Principios Éticos	
IV. Resultados	26
4.1 Resultados	
4.2 Análisis de resultados	
V. Conclusiones	34
Referencias bibliográficas	35
Anexos	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS.

Datos generales del representante Legal de las Mypes	pág.
Tabla N° 1: Edad... ..	24
Tabla N° 1: Sexo.....	24
Tabla N° 1: Grado de instrucción	24
Tabla N° 1: Profesión... ..	24
Tabla N° 1: Ocupación	24
Principales características de las Mypes	pág.
Tabla N° 2: Tiempo en que se encuentra el Sector o Rubro.....	26
Tabla N° 2: La empresa es.....	26
Tabla N° 2: Número de trabajadores permanentes	26
Tabla N° 2: Número de trabajadores eventuales	26
Tabla N° 2: La empresa se creó para obtener.....	26
Tabla N° 2: La empre se formó por subsistencia	26
Competitividad de las Mypes	pág.
Tabla N°3: En los últimos años se ha mejora su proceso de compra y venta.....,	29
Tabla N°3: En los últimos años se ha mejorado los servicios de atención al cliente	29
TablaN°3: En los últimos años se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos	29
Tabla N°3: Su empresa invierte constantemente en innovación.....	29
Tabla N°3: En los últimos dos años se ha preocupado por dar un mejor servicio que sus competidores.....	29
Tabla N°3: Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado.....	29
Tabla N°3: Considera Ud. que brinda un producto de calidad que genere competitividad en el mercado.....	29
Tabla N°3: Cree usted que siendo su empresa competitiva, obtendrá mayor rentabilidad.....,	29
Tabla N°3: Cree usted que teniendo su empresa mayor competitividad en el mercado, obtendrá mejor posicionamiento... ..	29

I. INTRODUCCIÓN:

Una de las mayores preocupaciones de los empresarios en la actualidad, es como enfrentar los retos del futuro, sabiendo que éste será cada vez más complejo y competitivo, pero que además entraña un conjunto de circunstancias todavía por identificar, a sabiendas de que el avance tecnológico, el uso es cada vez más generalizado de las tecnologías de información y comunicación en el negocio empresarial y la velocidad con que se realizan las transacciones comerciales y financieras a nivel global, son factores que no pueden ser obviados. La habilidad para hacer uso de estos factores, va a depender en gran medida, también determinar el nivel de competitividad y la propia supervivencia de cada entidad en el universo empresarial (*SELA, 2010*).

Por eso *Sánchez, (2011)*; plantea que en el mundo global las micro y pequeñas empresas tienen que ser competitivas, así impulsar a las actividades para que desarrollen sus operaciones productivas comerciales y financieras al mismo ritmo y eficiencia que la gran empresa. La falta de reflejos lleva a los microempresarios a debilitar su posición en el mercado y muchas veces a cerrar sus puertas por su incapacidad de competir en iguales condiciones.

Un grave problema de las mypes en el Perú es que la mayoría son de baja productividad y competitividad, atraso tecnológico y poca capacidad para absorción de nuevas tecnologías; además del sesgo hacia el sector servicios y poca vocación exportadora.

En su mayor parte, las mypes son del tipo tradicional, es decir, basadas en servicios y producción de bienes que no incluyen mayor innovación y nuevas tecnologías. Cada año se incorporan miles de negocios nuevos en restaurantes, lavanderías, calzado u otros servicios.

No se observa la creación de mypes del tipo “transformacional”, basadas en nuevas tecnologías e innovación; que permitan un crecimiento sostenible a largo plazo, que aseguren mayores niveles de ingreso medio y un mayor desarrollo económico social y mejor calidad de vida. Así vemos que no hay mypes en sectores que están liderando el crecimiento global: tecnología de la información, biotecnología, aparatos médicos, venta minorista en línea, medios y entretenimiento virtual, tecnología limpia, nuevos servicios financieros no bancarios, telecomunicaciones, etc. (*Lozano 2013*).

Según *Comex, (2013)*; las Mypes del Perú deben enfocarse en la formalización para mejorar su competitividad y eficiencia, que es crucial para el crecimiento del país

alcanzar las condiciones de producción eficiente y de transmisión del conocimiento para ser competitivas en el mercado interno peruano y el internacional. Por eso indico que las mype forman parte de sectores dinámicos de la economía peruana pero no están aprovechando el potencial que adquirirían de entrar en el sector formal, ni están consolidándose en el mercado como un agente competitivo; “Es hora de que las mypes tomen acción, ya que su éxito puede ser considerado crítico para el crecimiento económico”, asimismo, afirmó que existen alternativas al alcance de cualquier micro y pequeña empresa, mediante las cuales puede mejorar la gestión de su negocio.

Por otra parte, en el distrito de santa donde vamos a desarrollar el estudio, no se encontró información a nivel nacional, regional y local. Por esta razón se desconoce las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas dedicadas a la Venta de fertilizantes para los cultivos, por ello, entre otros aspectos, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las principales características de la competitividad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro insumos agrícolas de fertilizantes para los cultivos de la provincia de santa en el año 2013?**

Para responder al enunciado del problema nos planteamos el siguiente objetivo general: Determinar y Describir las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector Comercio rubro insumos agrícolas de fertilizantes para los cultivos de la provincia del santa 2013. Y para responder al objetivo general nos planteamos los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas y sus representantes legales, describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales en el ámbito de estudio y describir las principales características de la competitividad de las mypes del sector comercio, rubro insumos agrícolas de fertilizantes para los cultivos de la provincia del santa 2013.

Finalmente la investigación se justifica porque el estudio nos permitirá conocer el nivel exploratorio y descriptivo las principales características de las MYPES del sector comercio – rubro insumos agrícolas de fertilizantes para los cultivos Del Distrito De Santa. Así mismo, la investigación también se justifica porque nos permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera la competitividad en el accionar de las micros y pequeñas empresas del sector en estudio.

Este trabajo de investigación servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores; ya sean productivas o de comercio del distrito de Chimbote y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

3.1 Antecedentes:

López (2001), en su trabajo titulado: “Factores Condicionantes de la Ventaja Competitiva y de los Resultados de las Agencias de Viajes en España: Un Estudio Empírico de sus aspectos más relevantes”, destaca las fuentes de ventaja competitiva de las AAVV y las estrategias utilizadas por estas empresas. Este estudio permitió identificar los seis principales factores claves que determinan el éxito de las agencias de viajes: Calidad y eficiencia del servicio, la profesionalización del personal, el análisis y conocimiento del mercado, la disponibilidad, dominio y aprovechamiento de las nuevas tecnologías, especialización en servicios, destinos y segmentos, así como la capacidad para analizar la demanda, así como rapidez y flexibilidad para innovar y ofrecer una oferta personalizada. La metodología empleada se basó en la investigación de campo, por lo que se emplearon como técnicas de recolección de información: la observación directa y una encuesta, lo cual permitió el logro del objetivo general planteado.

En los estudios que realizaron los autores **Vargas, Del Castillo, (2008)**; llegaron a la conclusión que en las últimas tres décadas, la competitividad y productividad de la pequeña empresa se han visto favorecidos por el gobierno, la acción empresarial y la cooperación técnica, que han hecho contribuciones significativas en cuanto a la promoción, el desarrollo y la prestación de asistencia técnica. En las economías en desarrollo de la región Asia-Pacífico, estos esfuerzos se explican por el hecho de que la pequeña empresa contribuye sin lugar a dudas, a la generación de empleo, la dinámica de la economía local, la eficiencia colectiva de la red de negocios, y el crecimiento económico. En las economías de la región, la mayoría de las contribuciones se han canalizado a través de las políticas públicas con un enfoque en la creación de capacidad. Sin embargo, según los estudios preliminares en los principales grupos empresariales de Perú, las acciones de promoción del gobierno no han tenido un efecto sostenido de la competitividad y la productividad. La evidencia sugiere que los servicios de desarrollo empresarial tienen un efecto limitado, ya que dependen únicamente de intervenciones externas. Por el contrario, el éxito empresarial se basa más en las capacidades endógenas. En este artículo se presenta un marco de promoción de la productividad y la competitividad sostenida en la pequeña empresa, haciendo hincapié en las capacidades endógenas y una disposición eficiente de las intervenciones externas.

Bardales, (2011); en su trabajo de investigación denominado “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería – Provincia de coronel Portillo, periodo 2009 - 2010”. Llegó a la conclusión que los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la competitividad de las Mypes el 100% han mejorado su proceso de compra – venta, el 88% manifestaron que han mejorado los servicios de atención al cliente, el 100% de los encuestados si se han preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende, el 100% de los encuestados si se han preocupado por dar brindar un mejor servicio que el de sus competidores y el 88% manifestaron que los clientes compran en sus establecimientos por el mejor servicio que brindan.

Montoya, (2010); en su trabajo de investigación denominado “Sistemas de ciencia, tecnología e innovación tecnológica y generación de patentes: caso Perú, 1990 – 2007”. Llegó a la conclusión que la ciencia y la tecnología son componentes esenciales para un plan de desarrollo económico y social sostenible de un país. Con la aplicación del conocimiento científico y tecnológico se resuelve problemas relacionados con la obtención y utilización de energía, alimentos, la tierra cultivable, agua potable, entre otros; y se mejora la productividad y la competitividad, constituyéndose en la base del crecimiento económico necesario para una mejor distribución de la la riqueza y lograr una mejor gobernabilidad. La investigación científica y tecnológica da lugar a innovaciones e inventos. Las empresas patentan sus inventos para tener el derecho por 20 años al monopolio de su explotación comercial, lo que les permite recuperar su inversión en investigación y obtener utilidades, parte de las cuales es reinvertida en investigaciones de nuevos procesos y productos. Así, hay una relación directa entre número de solicitudes de patentes y valores de PBI: los países que cuentan con los mayores números de solicitudes de patentes son los que tienen los mayores valores de PBI.

Carrasco, (2004); en su trabajo de investigación denominado “Características básicas que tiene el sector calzado, luego de lo cual efectúa un análisis dimensional respecto del entorno nacional e internacional del sector cuero y calzado en el Perú”. En este trabajo, la autora presenta un primer enfoque acerca de los análisis relacionales con la situación del comercio exterior y el entorno competitivo, incidiendo con mayor énfasis en la tecnología, maquinaria, equipos y recursos humanos con que se cuenta en la industria

nacional; así como las necesidades de demanda tecnológica y la oferta de servicios en la industria del calzado. Finalmente, refiere aspectos interesantes en cuanto a las políticas del Estado Peruano a través del Centro de Innovación Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITECCAL).

Reyna en un estudio sobre la incidencia del financiamiento y la capacitación en la micro y pequeñas empresas del sector Comercio estaciones de servicio de combustible en el distrito de Nuevo Chimbote, llega a las siguientes conclusiones: a) La edad promedio de los conductores de las micro y pequeñas empresas fue de 50 años. b) En cuanto al sexo del representante legal, el 100% está representado por el sexo masculino. c) En cuanto al grado de instrucción, el 66.7% tienen estudios secundarios, y el 33.3% tienen estudios superiores. d) En cuanto al financiamiento el monto promedio del micro crédito fue de s/ 24,111. Las entidades financieras más solicitadas fueron el sector comercial con el 100%. Puntualizando, 15 el Banco de Crédito fue solicitado 5 veces (55.6%) y el Banco Continental 4 veces (44.4%). En relación al destino del crédito financiero, el 66.7% respondieron que era para capital de trabajo y el 33.3% para activos fijos. En lo que respecta al crédito y la rentabilidad, el 100% de Mypes que utilizaron crédito financiero tuvieron mejores utilidades. e) En lo que se refiere a la capacitación, el 66.7% sí recibió capacitación y el 33.3% no. Los tipos de cursos más solicitados sobre capacitación fueron: Sobre recursos humanos 66.7%, marketing 55.6%, seguridad 55.6%, manejo empresarial 44.4% e inversiones 11.1% (13).

Vásquez en un estudio en el sector turismo - rubro restaurantes, del distrito de Chimbote llega a las siguientes conclusiones: a) La edad promedio de los representantes legales de las Mypes encuestadas fue de 42 años y el 54 % fueron del sexo masculino. b) En la muestra estudiada predomina la instrucción superior universitaria. c) El 72% de los Mypes del sector turismo estudiadas tienen más de 3 años de antigüedad.

Ruiz, (2011); en su trabajo de investigación denominado “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector pesquero – rubro piscigranjas de Paco y Gamitana, del distrito de Callería, periodo 2009 - 2010”. Llegó a la conclusión que los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la competitividad de las Mypes son el 71% ha mejorado su proceso de compra – venta y el 71% ha mejorado los servicios de atención al cliente, el 86% si se ha preocupado por mejorar la calidad de

los productos que vende, el 71% si se ha preocupado por dar un mejor servicio que los de sus competidores, el 57% manifestaron que los clientes compran en sus establecimientos por otros motivos no especificados en el cuestionario y el 71% manifestaron que si se preocuparon por mejorar los procesos de compra y venta de sus productos.

Gonzales, (2011); en su trabajo de investigación denominado “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro boticas de Monantay, periodo 2009 - 2010”. Llegó a la conclusión que los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la competitividad de las Mypes son el 100% ha mejorado su proceso de compra – venta, otro 100% de los encuestados ha mejorado el servicios de atención al cliente en los últimos años, el 100% de los encuestados manifestaron que si se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende, el 100% de los encuestados manifestaron que si se han preocupado por dar un mejor servicio que los de sus competidores y el 40% manifestaron que los clientes compran en sus establecimientos por los bajos precios de sus productos.

(Soto, H. 2007). En este trabajo, el autor analiza, sintetiza e interpreta que como consecuencia de la crisis, muchos trabajadores desplazados en función a su experiencia y habilidad artesanal en la confección de calzado, constituyeron pequeñas y microempresas, la mayoría de las cuales operan de manera informal, constituyendo organizaciones familiares creadas como una alternativa al desempleo.

López J. (2010). Hoy en día las empresas se desarrollan en un ambiente de constantes cambios, es por eso la importancia de analizar los diferentes factores que se manifiestan alrededor de ellas. Es interesante conocer estos cambios debido a que las empresas deben estar conscientes de que sus competidores están constantemente buscando estrategias para generar ventaja competitiva.

Una ventaja que se tiene al ser pequeña empresa es la flexibilidad, la cierta simplicidad y las relaciones personales que pueden llegar a ser una ventaja competitiva con base a una administración adecuada. Lo anterior nos puede hacer reflexionar en que no solo las grandes empresas tienen todas las ventajas de mercado, y cabe recalcar que muchas empresas pequeñas no tienen éxito debido a que no son capaces de competir con los grandes competidores.

Saldaña (2007) tesis: las tecnologías en la información y la competitividad de las pymes agrícolas de la zona costa de la región de anchas 2004 – 2006. Dicha tesis llego a la conclusión que la tecnología de información con un nivel de significancia de 0,05,

si influye positivamente en el nivel de la competitividad de las mypes de agrícolas zona costa de la región de Áncash. 2004- 2006.

2.2 Bases Teóricas:

(Pelayo, C.M.; 2011).Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. A ello se debe la ampliación del marco de referencia de nuestros agentes económicos que han pasado de una actitud auto protectora a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo.

La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos.

El uso de estos conceptos supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea "excelencia", o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

La competitividad y la estrategia empresarial

La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "planificación estratégica". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global

Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., 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.

Refuerzo Competitivo

Competitividad significa un beneficio sostenible para su negocio.

Competitividad es el resultado de una mejora de calidad constante y de innovación.

Competitividad está relacionada fuertemente a productividad: Para ser productivo, los atractivos turísticos, las inversiones en capital y los recursos humanos tienen que estar completamente integrados, ya que son de igual importancia.

Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de:

- La estructura de la industria turística.
- Las estrategias de las instituciones públicas.
- La competencia entre empresas.
- Las condiciones y los factores de la demanda.
- Los servicios de apoyo asociados.

Calidad total: estrategia clave de la competitividad

El mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en una economía cada vez más liberal, marco que hace necesario un cambio total de enfoque en la gestión de las organizaciones.

En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y

responda de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

Para comprender el concepto de calidad total, es útil hacerlo a través del concepto denominado "paradigmas". Un paradigma se entiende como modelo, teoría, percepción, presunción o marco de referencia que incluye un conjunto de normas y reglas que establecen parámetros y sugieren como resolver problemas exitosamente dentro de esos parámetros. Un paradigma viene a ser, un filtro o un lente a través del cual vemos el mundo; no tanto en un plano visual propiamente, sino más bien perpetuo, comprensivo e interpretativo.

La calidad total es un concepto, una filosofía, una estrategia, un modelo de hacer negocios y está localizado hacia el cliente.

La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial; tomando una empresa como una máquina gigantesca, donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico está comprometido con los objetivos empresariales.

Para que la calidad total se logre a plenitud, es necesario que se rescaten los valores morales básicos de la sociedad y es aquí, donde el empresario juega un papel fundamental, empezando por la educación previa de sus trabajadores para conseguir una población laboral más predispuesta, con mejor capacidad de asimilar los problemas de calidad, con mejor criterio para sugerir cambios en provecho de la calidad, con mejor capacidad de análisis y observación del proceso de manufactura en caso de productos y poder enmendar errores.

COMO ESTIMULAR LA COMPETITIVIDAD

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

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

- La estructura de la industria turística.
- Las estrategias de las instituciones públicas.
- La competencia entre empresas.
- Las condiciones y los factores de la demanda.

- Transparencia y reglas claras que se hagan respetar, dentro de un ambiente donde las finanzas estén en orden.
- Establecer reglas tributarias adecuadas
- Una política macroeconómica que sea capaz de fomentar la inversión de capitales, dentro de un marco económico donde no exista la regulación y control de precios (Precios acordes a la oferta y la demanda).
- Planes de reestructuración de la educación de tal forma que el sector educativo este acorde con las necesidades reales del sector productivo. Favoreciendo muy especialmente al sector de la Educación Pública de bajos recursos. Las nuevas empresas requerirán de personal calificado que esté a la altura de las nuevas tecnologías.
- El establecimiento de una sólida y comprometida asociación Gobierno-Sector Privado, para fomentar el crecimiento de la tecnología, productividad, etc. , a fin de ofrecer competitividad a nivel internacional dentro de un marco de ventajas igualitario para todos

(Pérez, V. 2008).La competitividad es un concepto relativo, muestra la posición comparativa de los sistemas (empresas, sectores, países) utilizando la misma medida de referencia. Podemos decir que es un concepto en desarrollo, no acabado y sujeto a muchas interpretaciones y formas de medición. Dependiendo de la dimensión a la que pertenezcan los sistemas organizativos, se utilizarán unos indicadores distintos para medirla.

Se puede considerar la competitividad empresarial en un doble aspecto; como competitividad interna y como competitividad externa. La competitividad interna 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.) Este tipo de análisis resulta esencial para encontrar reservas internas de eficiencia pero por lo general se le confiere menos importancia que al análisis competitivo externo, el cual expresa el concepto más debatido, divulgado y analizado universalmente.

Resulta esencial para comprender el cómo llegar a la competitividad, vincular como mínimo los siguientes elementos de enlace: ¿Cuáles son los factores que la condicionan? ¿Cuál es la relación estrategia-competitividad? Estas respuestas son complicadas y no tienen unanimidad en su consideración pero intentar un mínimo esclarecimiento, a partir de la práctica gerencial actual y de los criterios de los estudiosos del tema, es siempre una valiosa ayuda para desbrozar el camino hacia la competitividad.

En definitiva, la competitividad empresarial requiere un equipo directivo dinámico, actualizado, abierto al cambio organizativo y tecnológico, y consciente de la necesidad de considerar a los miembros de la organización como un recurso de primer orden al que hay que cuidar. Sin embargo, se puede afirmar que este suele ser uno de los puntos débiles de un elevado número de empresas que ha desaparecido o tienen problemas de supervivencia. Como sabemos, el equipo directivo determina en gran medida la actitud

de los miembros de la organización hacia el trabajo. La experiencia demuestra que las empresas que mantienen en el tiempo posiciones competitivas sostenidas, dedican una gran atención al futuro, al tiempo que vigilan constantemente su entorno. Michael Porter a partir de la definición de “cadena de valor” identifica las líneas de acción que la empresa puede tomar para diseñar su estrategia competitiva adecuada a sus necesidades.

Para **Porter, (2005)**; la competitividad se define por la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. Para comprender la competitividad, el punto de partida son las fuentes subyacentes de prosperidad que posee un país. El nivel de vida de un país se determina por la productividad de su economía, que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de sus recursos humanos, económicos y naturales. La productividad depende tanto del valor de los productos y servicios de un país –medido por los precios que se pagan por ellos en los mercados libres– como por la eficiencia con la que pueden producirse. La productividad también depende de la capacidad de una economía para movilizar sus recursos humanos disponibles.

Por tanto, la verdadera competitividad se mide por la productividad. La productividad permite a un país soportar salarios altos, una divisa fuerte y una rentabilidad atractiva del capital. Y con ello, un alto nivel de vida. Lo que más importa no es la propiedad o las exportaciones o si las empresas son de propiedad nacional o extranjera, sino la naturaleza y la productividad de las actividades económicas que se desarrollan en un país determinado. Y las industrias puramente locales sí contribuyen a la competitividad porque su productividad no sólo fija el nivel de los salarios en cada sector, sino también tiene un impacto importante sobre el coste de la vida y el coste de hacer negocios en ese país.

2.3. Marco Conceptual:

a). Definiciones de las micro y pequeñas empresas:

SUNAT (2008) La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

El Decreto Legislativo N° 1086 tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia.

Las MYPES, constituyen uno de los pilares de la economía nacional porque además de generar el autoempleo, promueven la competitividad y formalización de la economía, redundando en el crecimiento y desarrollo del país; de ahí el interés del Estado de

promover a estas pequeñas unidades económicas con capitales pequeños dedicadas a la extracción, transformación, producción o comercialización para que se desarrollen.

Las MYPES se caracterizan por tener:

MICROEMPRESA

a) Número de trabajadores:

De uno (01) hasta diez (10) trabajadores inclusive.

b) Ventas anuales

Hasta el monto máximo de 150 UIT

PEQUEÑA EMPRESA

a) Número de trabajadores

De uno (01) hasta cien (100) trabajadores inclusive.

b) Ventas anuales

Hasta el monto máximo de 1,700 UIT

Tributarias (UIT). (SUNAT, 2008)

La LEY N° 28015 INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA COMPETITIVIDAD ACERCA DE LAS MYPE.

Artículo 14.- Rol del Estado

El Estado fomenta el desarrollo integral y facilita el acceso a los servicios empresariales y a los nuevos emprendimientos, con el fin de crear un entorno favorable a su competitividad, promoviendo la conformación de mercados de servicios financieros y no financieros, de calidad, descentralizado y pertinente a las necesidades y potencialidades de las MYPE.

Artículo 15.- Instrumentos de promoción

Los instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad de las MYPE y de los nuevos emprendimientos con capacidad innovadora son:

a) Los mecanismos de acceso a los servicios de desarrollo empresarial y aquellos que promueven el desarrollo de los mercados de servicios.

b) Los mecanismos de acceso a los servicios financieros y aquellos que promueven el desarrollo de dichos servicios.

c) Los mecanismos que faciliten y promueven el acceso a los mercados, y a la información y estadísticas referidas a la MYPE. (**Constitución política; 2003**)

Las agrícolas de la provincia de santa unas micro empresas dedicadas a la venta y compra de insumos agrícolas, alquiler de maquinaria y venta de productos de cultivo.

Este micro empresas están constituidas por una persona jurídica; el cual se encuentra registrada en sunarp pero la autorización para la venta de agroquímicos lo da SENASA porque:

- Porque SENASA es un distribuidor de agroquímicos y es la entidad que autoriza los establecimientos de este tipo.

Este micro empresa trabaja con el 15 % de las compras.

b). Definiciones de competitividad:

(Gómez, M.; 2005) La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Por ejemplo, una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.

III. METODOLOGIA:

3.1 El Tipo y el nivel de la investigación de las tesis

a) Tipo de investigación:

El tipo de investigación será cuantitativo, puesto que se van a utilizar técnicas de conteo y de medición.

b) Nivel de investigación:

El nivel de investigación será descriptivo, ya que se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar tal y cual se encuentran en la realidad.

3.2 Diseño de la investigación:

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental– descriptivo.

No experimental, porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Transversal, porque se va a estudiar en un espacio de tiempo definido.

Es descriptivo, porque sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.

M O

Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes encuestadas.

O = Observación de la variable: Competitividad.

3.3 El Universo o población y muestra

a) Universo o población

La población de nuestro estudio estará conformado por todas las micro y pequeñas empresas del sector comercio - insumos agrícolas de fertilizante para los cultivos de la provincia del santa 2013; las mismas que se encuentran ubicadas en la provincia de santa.

b) muestra

Se tomará una muestra al total de la población conformada por todas las Mypes en el sector comercio, insumos agrícolas de fertilizante para los cultivos de la provincia del santa 2013; la misma que representa un porcentaje de la población en estudio.

3.4 Plan de análisis:

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel

y para el procesamiento de los datos el Software SPSS versión 18 (Programa de estadística para ciencias sociales).

3.5. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACION Y MUESTRA	METODOS Y DISEÑO	INSTRUMENTOS Y PROCESAMIENTO
¿Cuáles son las principales características de la competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro insumos agrícolas de fertilizantes para los cultivos de la provincia de santa en el año 2013?	<p>Objetivo General: Describir las principales características de la competitividad de las MYPES del sector comercio - rubro insumos agrícolas de fertilizantes para los cultivos de la provincia de santa 2014.</p> <p>Objetivos Específicos: - Describir las principales características de las MYPES y sus representantes legales - Describir las principales características de gerentes y o representantes legales en el ámbito de estudio.</p>	Independiente	<p>Población: La población del estudio está constituida por 21 productores agropecuarios pertenecientes al distrito de santa.</p> <p>Muestra: Se tomara muestra total de la población conformada por 15 mypes agropecuarios ya que solo el 50 % estarán dispuestas.</p>	<p>Tipo: El tipo de investigación será cuantitativo, puesto que se van a utilizar técnicas de conteo y de medición.</p> <p>Nivel: El nivel de investigación será descriptivo, ya que se pretende comprender, describir e interpretar tal y cual se encuentren en la realidad.</p> <p>Diseño: Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizara el diseño no experimental - descriptivo.</p>	<p>Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta.</p> <p>Instrumentos: Para el estudio se utilizara el instrumento del cuestionario.</p> <p>Plan de análisis de los datos: Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizara como soporte el programa Excel y para el procesamiento de datos el software SPSS.</p>

3.6. Principios Éticos:

Nosotros como universidad católica tenemos principios éticos y respetando a la persona humana, que se basa en los principios cristianos vamos a lograr sensibilizar a la comunidad con conocimientos para su participación y desarrollo aprovechando nuestros conocimientos, ya que nuestros resultado obtenidos solo son con fines universitarios.

IV.RESULTADOS

4.1 DATOS GENERALES

Tabla 01. Datos generales del representante Legal de las Mypes de la Provincia de Santa. Periodo 2012- 2013.

Datos generales:	Número de Mypes	Porcentaje
Edad (años)		
20 - 30	7	46,7
31 - 45	6	40
51 a más	2	13,3
Total	15	100,0
Sexo		
Masculino	13	86,7
Femenino	2	13,3
Total	15	100,0
Grado de instrucción		
Primaria	1	6,7
Secundaria	2	13,3
Superior	12	80
Total	15	100,0
Profesión		
Ing. Industrial	2	13,3
Técnico Agropecuario	2	13,3
Agrónomo	2	13,3
Administración	3	20
Ing. Agrónoma	4	26,7
Ing. Mecánica	1	13,3
Contabilidad	1	13,3
Total	15	100,0
Ocupación		
Supervisor	3	20
Administrador	4	26,7
Asesor de campo	2	13,4
Ventas	1	6,6

Contador	1	6,6
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes de la Provincia del Santa.

INTERPRETACION:

Pregunta 1.1: Edad

El 47% de las mypes son manejadas por personas que tienen de 20 a 30 años. Reyna en un estudio sobre la incidencia del financiamiento y la capacitación en el micro y pequeñas empresas del sector Comercio estaciones de servicio de combustible en el distrito de Nuevo Chimbote, llega a las siguientes conclusiones: a) La edad promedio de los conductores de las micro y pequeñas empresas fue de 50 años. Entonces esto nos da a entender que hoy en día las mypes son dirigidas por jóvenes emprendedores.

Pregunta 1.2: Sexo

Hoy en día el 86.7 % las mypes son manejadas por hombres emprendedores, esto coincide con Soto lo cual indica que las mypes son manejadas por hombres emprendedores.

Pregunta 1.3: Grado de Instrucción

El 80% de las mypes so dirigidas por personas profesionales, Reyna Dijo que 33.3% tienen estudios superiores, esto da a la conclusión que hoy en día las mypes son dirigidas por personas con un grado alto de competencia y responsabilidad.

Pregunta 1.4: Profesión y Ocupación

El 27% de las mypes tienen cargo de gerentes así como también el 27% de administradores.

Tabla 02. Principales características de las Mypes de la Provincia de Santa. Periodo 2012- 2013.

De la Empresa:	Número de Mypes	Porcentaje
Tiempo que se encuentra en el sector y rubro (años)		
1 a 2	5	33,3
3 a 4	2	13,3
5 a más	8	53,4
Total	15	100,0
La empresa es:		
Formal	15	100,0
Informal	0	0
Total	15	100,0
Número de trabajadores permanentes		
1	1	6,7
2	6	40
3	1	6,7
4	1	6,7
5	3	20
8	1	6,7
20	1	6,7
32	1	6,7
Total	15	100,0
Número de trabajadores eventuales		
1	6	40
2	3	20
3	3	20
4	3	20
Total	15	100,0
La empresa se creó para o tener:		
Ganancia	15	100,0
Pérdida	0	0
Total	15	100,0
La empresa se formó para subsistencia:		
Si	9	60
No	6	40
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes de la Provincia del Santa.

INTERPRETACION:

Pregunta 2.1: Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro

El 53 % de las mypes tienen su sector y rubro en el mercado de 5 a más años, Vásquez en un estudio en el sector turismo - rubro restaurantes, del distrito de Chimbote llega a la siguiente conclusión: El 72% de los Mypes del sector turismo estudiadas tienen más de 3 años de antigüedad. Como vemos hoy en día la mypes tienen más años en el mercado brindando servicios.

Pregunta 2.2: La Mype es Formal El

100% de la mypes son Formales.

Pregunta 2.3: Número de Trabajadores

Permanentes:

El 40 % de las mypes solo tienen 2 trabajadores permanentes.

Eventuales:

El 40% de las mypes solo tienen 1 trabajador eventual.

Pregunta 2.4: ¿La Mype se formó para obtener ganancias?

El 100% de la mypes dijeron que se formaron para obtener ganancias.

Pregunta 2.5: La Mype se formó por subsistencia (Sobrevivencia)

El 60 % de las mypes de formaron por sobre vivencia.

Tabla 03. Competitividad de las Mypes de la Provincia de Santa. Periodo 2012- 2013.

Competitividad:	Número de Mypes	Porcentaje
En los dos últimos años (2012 – 2013), ha mejorado su proceso de compra – venta:		
Si	14	93,3
No	1	6,7
Total	15	100,0
En los dos últimos años (2012 - 2013), ha mejorado los servicios de atención al cliente:		
Si	15	100,0
No	0	0
Total	15	100,0
En los últimos años se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos:		
Si	15	100,0
No	0	0
Total	15	100,0
Su empresa invierte constantemente en innovación en el proceso productivo:		
Si	12	80
No	3	20
Total	15	100,0
En los últimos dos años se ha preocupado por dar un mejor servicio que sus competidores:		
Si	14	93,3
No	1	6,7
Total	15	100,0
Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado:		
Si	15	100,0
No	0	0
Total	15	100,0
Considera Ud. que brinda un producto de calidad que genere competitividad en el mercado:		
Si	15	100,0
No	0	0
Total	15	100,0
Cree usted que siendo su empresa competitiva, obtendrá mayor rentabilidad:		
Si	15	100,0
No	0	0
Total	15	100,0
Cree usted que teniendo su empresa mayor		

competitividad en el mercado, obtendrá mejor posicionamiento:		
Si	15	100,0
No	0	0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes de la Provincia del Santa.

INTERPRETACION:

Pregunta 3.1: ¿En los últimos años dos años (2012,2013), ha mejorado su proceso de compra-venta?

Del 100%, el 93% de las mypes ha mejorado su proceso de compra y venta, Ruiz en su estudio dijo que el 71% ha mejorado su proceso de compra – venta, eso nos da a conocer que hoy en día las mypes al aumentado su mejoramiento en su proceso de compra y compra y venta.

Pregunta 3.2: ¿En los últimos dos años (2012,2013), ha mejorado los servicios de atención al cliente?

El 100% de las mypes dijo que en los últimos años (2012,2013) han mejorado su servicio de atención hacia sus clientes, Vázquez nos dijo en su estudio que el 100% de los encuestados ha mejorado los servicios de atención al cliente en los últimos años, Hoy en día las mypes siguen mejorando y brindando una vuela atención a sus clientes.

Pregunta 3.3: ¿En los últimos años se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos?

El 100% de las mypes dijo que se ha preocupado por mejorar la calidad de sus productos en los dos últimos años. Esto coincide con López lo cual es dice que las empresas deben estar conscientes de que sus competidores están constantemente buscando estrategias para generar ventaja competitiva.

Pregunta 3.4: ¿Su empresa invierte constantemente en innovación en el proceso productivo?

El 80% si invierte constantemente en su proceso productivo, Reyna En su estudio nos dice que el 66.7% respondieron que era para capital de trabajo y el 33.3% para activos fijos.

Pregunta 3.5: ¿En los últimos dos años (2012,2013), se ha preocupado por dar un mejor servicio que el de sus competidores?

El 93% de las mypes se ha preocupado por mejorar el servicio que el de sus competidores. Gonzales nos dijo que el 100% de los encuestados manifestaron que si se han preocupado por dar un mejor servicio que los de sus competidores, hoy en día las mypes mejoran su atención lo cual esto les genera competitividad y mayor clientela.

Pregunta 3.6: ¿Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado?

El 100% de las Mype Dijo que sus empresas son competitivas en el mercado.

Pregunta 3.7: ¿Considera Ud. Que brinda un producto de calidad que genere competitividad en el mercado?

El 100% dijo que su Mype brinda productos de calidad que genere competitividad en el mercado. Ruiz en su estudio nos dijo que el 86% si se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende, esto nos llega la conclusión que las mypes de hoy en día han mejora la calidad de sus productos, para que así satisfaga la necesidades de los clientes.

Pregunta 3.8: ¿Cree usted que siendo su empresa competitiva, obtendrá mayor rentabilidad?

El 100% dijo que su empresa siendo competitiva obtendrá mejor rentabilidad.

Pregunta 3.9: ¿Cree usted que teniendo su empresa mayor competitividad en el mercado, obtendrá mejore posicionamiento?

El 100% de las mypes opino que siendo sus empresas completivas obtendrán mejor posicionamiento en el mercado.

RESULTADOS



Figura N°1: Respecto a la Edad:

Fuente: Tabla N°1

INTERPRETACIÓN:

Del 100%, el 47% tiene de 20 a 30 años, el 40% tienen de 31 a 45 años y el 13% tienen más de 50 años.

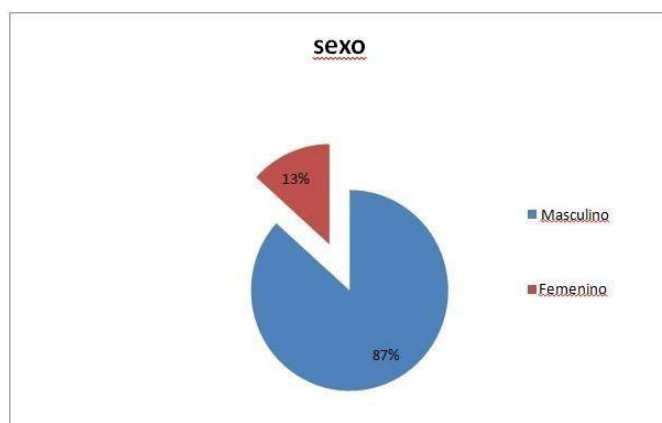


Figura N°2: Sexo

Fuente: Tabla N°1

INTERPRETACIÓN:

Del 100%, el 87% son de sexo masculino y el 13% es de sexo femenino.

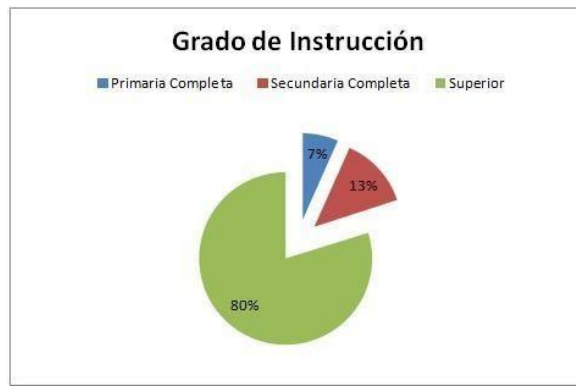


Figura N°3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla N°1

INTERPRETACIÓN:

Del 100%, el 80% son personas profesionales, el 13% son personas que solo tienen secundaria completa y el 7% son personas que solo tienen estudios primarios.

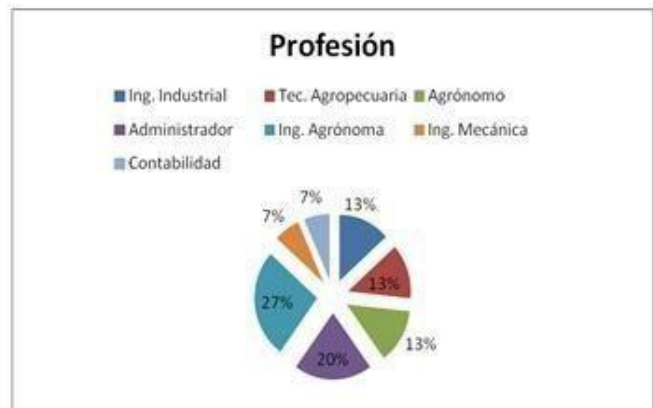


Figura N°4: Profesión y Ocupación

Fuente: Tabla N°1

INTERPRETACION:

Ocupación:

- Del 100%, el 27% tienen el cargo de gerentes, también el 27% son administradores, el 20% son supervisores, el 13% son asesores de campo, el 7% son contadores y el 6% son ventas.

Profesión:

-Del 100%, el 27% tiene la profesión de ingenieros agrónomos, el 20% tiene la profesión de administración, el 13% tiene la carrera de técnicos agropecuarios, así como también el 13% son agrónomos, el 13% también son ingenieros industriales, el 7% son ingenieros de mecánica y el 7% son contadores.

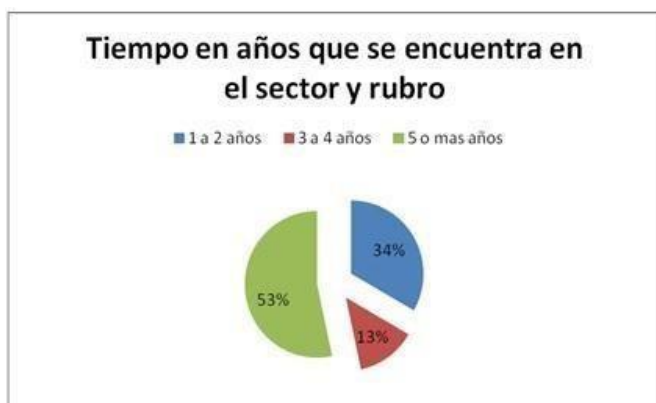


Figura N°5: Tiempo en años que se encuentran en el sector y rubro:

Fuente: Tabla N°2

INTERPRETACIÓN:

Del 100%, el 53% se encuentra su sector y rubro más de 5 años, el 34% están de 1 a 2 años y el 13% se encuentran de 3 y 4 años.

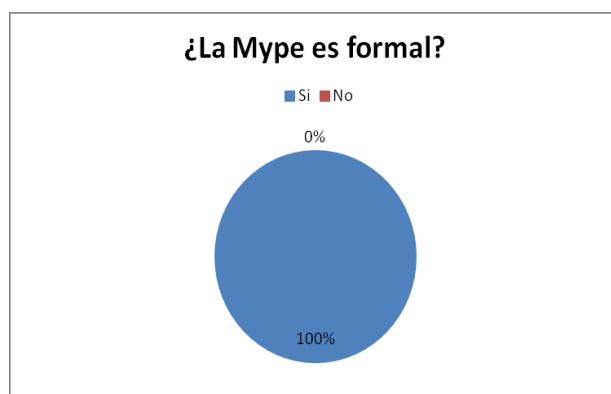


Figura N°6: ¿La Mypes es formal?

Fuente: Tabla N°2

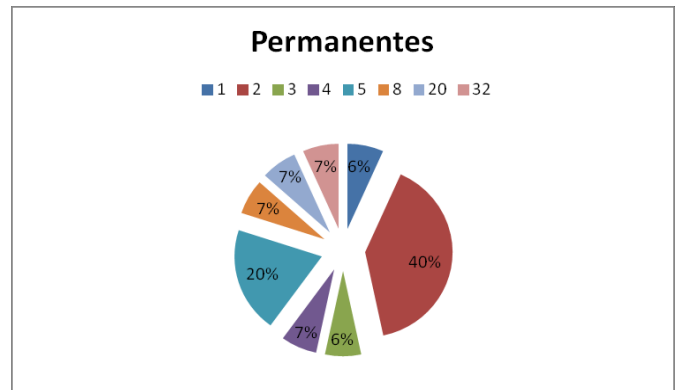
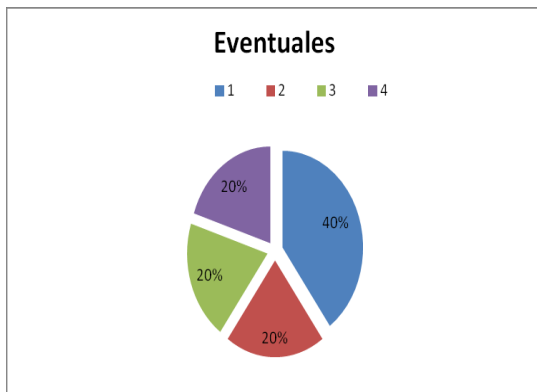


Figura N°7: Número de Trabajadores

Fuente: Tabla N°2

INTERPRETACIÓN:

Permanentes:

-Del 100%, el 40% dijo que solo tienen 2 trabajadores permanentes, el 20% dijo que son 5, el 7% dijo que son 4, otro 7% dijo que son 8, otro 7% dijo que son 20, otro 7% dijo que son 20, un 6% dijo que son 3 y otro 6% dijo que son 1.

Eventuales:

-Del 100%, el 40% dijo que tiene 1 trabajador eventual, el 20% dijo que son 3, otro 20% dijo que son 4.

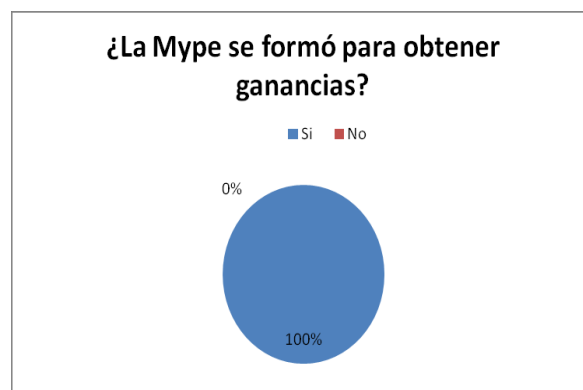


Figura N°8: ¿La Mype se formó para obtener ganancias?

Fuente: Tabla N°2

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las Mypes dijeron que se formaron para obtener ganancias.

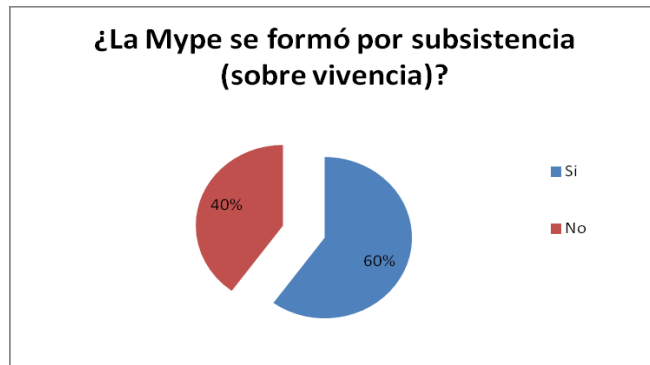


Figura N°9: ¿La Mype se formó por subsistencia (sobre vivencia)?

Fuente: Tabla N°2

INTERPRETACIÓN:

Del 100%, el 60% de las Mypes se formaron por sobrevivencia y el 40% de las Mypes no se formaron por sobrevivencia.

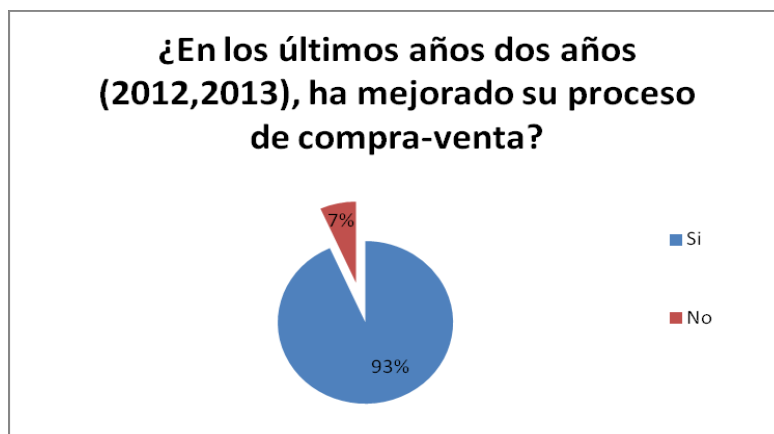


Figura N°10: ¿En los últimos dos años (2012 y 2013), ha mejorado su proceso de compra-venta?

Fuente: Tabla N°3

INTERPRETACIÓN:

Del 100%, el 93% de las Mypes ha mejorado su proceso de compra y venta y el 7% no lo ha mejorado.



Figura N°11: ¿En los últimos dos años (2012 y 2013), ha mejorado los servicios de atención al cliente?

Fuente: Tabla N°3

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las Mypes dijo que en los últimos dos años (2012 y 2013), han mejorado su servicio de atención hacia sus cliente.

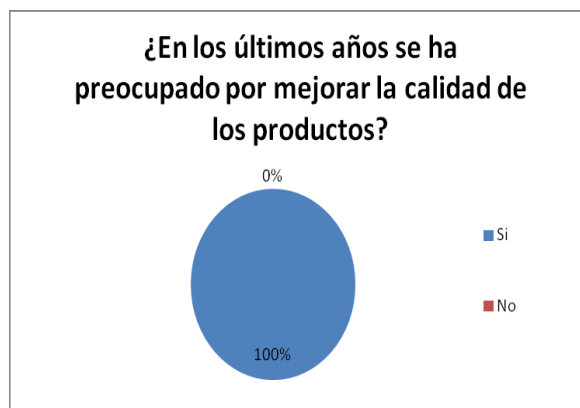


Figura N°12: ¿En los últimos años se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos?

Fuente: Tabla N°3

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las Mypes dijo de qué se ha preocupado por mejorar la calidad de sus productos en los dos últimos años.

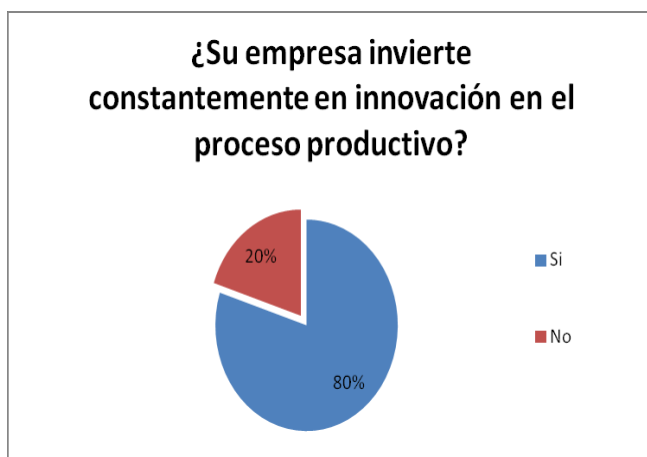


Figura N°13: ¿Su empresa invierte constantemente en innovaciones en el proceso productivo?

Fuente: Tabla N°3

INTERPRETACIÓN:

Del 100%, el 80% si invierte constantemente en su proceso productivo y el 20% no invierte.



Figura N°14: ¿En los últimos dos años (2012 y 2013), se ha preocupado por dar un mejor servicio que el de sus competidores?

Fuente: Tabla N°3

INTERPRETACIÓN:

Del 100%, el 93% de las Mypes se ha preocupado por mejorar el servicio que el de sus competidores y el 7% no se ha preocupado.



Figura N°15: ¿Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado?

Fuente: Tabla N°3

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las Mypes dijo que sus empresas son competitivas en el mercado.

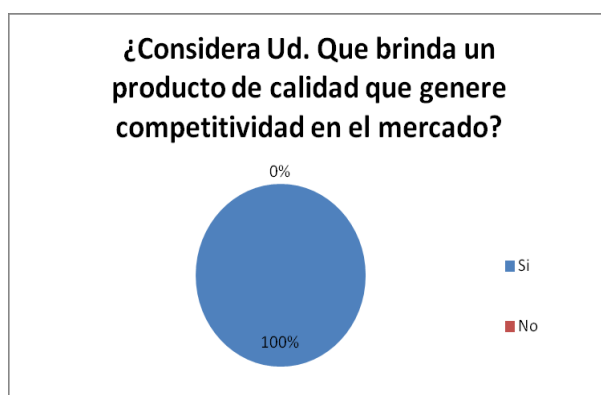


Figura N°16: ¿Considera Ud. Que brinda un producto de calidad que genere competitividad en el mercado?

Fuente: Tabla N°3

Interpretación:

El 100% dijo que su mype brinda productos de calidad que genere competitividad en el mercado.



Figura N°17: ¿Cree Ud. Que siendo su empresa competitiva, obtendrá mayor rentabilidad?

Fuente: Tabla N°3

INTERPRETACIÓN:

El 100% dijo que su empresa siendo competitiva obtendrá mayor rentabilidad.



Figura N°18: 1. ¿Cree usted que teniendo su empresa mayor competitividad en el mercado, obtendrá mejor posicionamiento?

Fuente: Tabla N°3

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las Mypes opinó que siendo sus empresas competitivas obtendrán mejor posicionamiento.

4.2. Análisis De Los Resultados

Pregunta 1.1: Edad

El 47% de las mypes son manejadas por personas que tienen de 20 a 30 años. Reyna en un estudio sobre la incidencia del financiamiento y la capacitación en el micro y pequeñas empresas del sector Comercio estaciones de servicio de combustible en el distrito de Nuevo Chimbote, llega a las siguientes conclusiones: a) La edad promedio de los conductores de las micro y pequeñas empresas fue de 50 años. Entonces esto nos da a entender que hoy en día las mypes son dirigidas por jóvenes emprendedores.

Pregunta 1.2: Sexo

Hoy en día el 86.7 % las mypes son manejadas por hombres emprendedores, esto coincide con Soto lo cual indica que las mypes son manejadas por hombres emprendedores.

Pregunta 1.3: Grado de Instrucción

El 80% de las mypes so dirigidas por personas profesionales, Reyna Dijo que 33.3% tienen estudios superiores, esto da a la conclusión que hoy en día las mypes son dirigidas por personas con un grado alto de competencia y responsabilidad.

Pregunta 1.4: Profesión y Ocupación

El 27% de las mypes tienen cargo de gerentes así como también el 27% de administradores.

Pregunta 2.1: Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro

El 53 % de las mypes tienen su sector y rubro en el mercado de 5 a más años, Vásquez en un estudio en el sector turismo - rubro restaurantes, del distrito de Chimbote llega a la siguiente conclusión: El 72% de los Mypes del sector turismo estudiadas tienen más de 3 años de antigüedad. Como vemos hoy en día la mypes tienen más años en el mercado brindando servicios.

Pregunta 2.2: La Mype es Formal El

100% de la mypes son Formales.

Pregunta 2.3: Número de Trabajadores

Permanentes:

El 40 % de las mypes solo tienen 2 trabajadores permanentes.

Eventuales:

El 40% de las mypes solo tienen 1 trabajador eventual.

Pregunta 2.4: ¿La Mype se formó para obtener ganancias?

El 100% de la mypes dijeron que se formaron para obtener ganancias.

Pregunta 2.5: La Mype se formó por subsistencia (Sobrevivencia)

El 60 % de las mypes de formaron por sobre vivencia.

Pregunta 3.1: ¿En los últimos años dos años (2012,2013), ha mejorado su proceso de compra-venta?

Del 100%, el 93% de las mypes ha mejorado su proceso de compra y venta, Ruiz en su estudio dijo que el 71% ha mejorado su proceso de compra – venta, eso nos da a conocer que hoy en día las mypes al aumentado su mejoramiento en su proceso de compra y compra y venta.

Pregunta 3.2: ¿En los últimos dos años (2012,2013), ha mejorado los servicios de atención al cliente?

El 100% de las mypes dijo que en los últimos años (2012,2013) han mejorado su servicio de atención hacia sus clientes, Vázquez nos dijo en su estudio que el 100% de los encuestados ha mejorado los servicios de atención al cliente en los últimos años, Hoy en día las mypes siguen mejorando y brindando una vuela atención a sus clientes.

Pregunta 3.3: ¿En los últimos años se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos?

El 100% de las mypes dijo que se ha preocupado por mejorar la calidad de sus productos en los dos últimos años. Esto coincide con López lo cual es dice que las empresas deben estar conscientes de que sus competidores están constantemente buscando estrategias para generar ventaja competitiva.

Pregunta 3.4: ¿Su empresa invierte constantemente en innovación en el proceso productivo?

El 80% si invierte constantemente en su proceso productivo, Reyna En su estudio nos dice que el el 66.7% respondieron que era para capital de trabajo y el 33.3% para activos fijos.

Pregunta 3.5: ¿En los últimos dos años (2012,2013), se ha preocupado por dar un mejor servicio que el de sus competidores?

El 93% de las mypes se ha preocupado por mejorar el servicio que el de sus competidores. Gonzales nos dijo que el 100% de los encuestados manifestaron que si se han preocupado por dar un mejor servicio que los de sus competidores, hoy en día las mypes mejoran su atención lo cual esto les genera competitividad y mayor clientela.

Pregunta 3.6: ¿Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado?

El 100% de las Mype Dijo que sus empresas son competitivas en el mercado.

Pregunta 3.7: ¿Considera Ud. Que brinda un producto de calidad que genere competitividad en el mercado?

El 100% dijo que su Mype brinda productos de calidad que genere competitividad en el mercado. Ruiz en su estudio nos dijo que el 86% si se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende, esto nos llega la conclusión que las mypes de hoy en día han mejora la calidad de sus productos, para que así satisfaga la necesidades de los clientes.

Pregunta 3.8: ¿Cree usted que siendo su empresa competitiva, obtendrá mayor rentabilidad?

El 100% dijo que su empresa siendo competitiva obtendrá mejor rentabilidad.

Pregunta 3.9: ¿Cree usted que teniendo su empresa mayor competitividad en el mercado, obtendrá mejor posicionamiento?

El 100% de las mypes opino que siendo sus empresas completivas obtendrán mejor posicionamiento en el mercado.

V. CONCLUSIÓN

Respecto al Representante:

En el presente estudio la mayoría de los representantes de las mypes tienen una edad de 20 a 30 años, son de género masculino, y están siendo dirigidas por personas que son emprendedoras y profesionales.

Respecto a la Mype:

En el estudio la mayoría de las mypes se encuentran en el mercado más de 5 años y son formales, tienen 2 trabajadores permanentes y 1 trabajador eventual, formándose para obtener ganancias.

Respecto a la Variable:

En el estudio la mayoría de las mypes en los últimos años han mejora su proceso de compra y venta, mejorando un mejor servicio a sus clientes El 100% de las mypes dijo que se ha preocupado pro mejora, brindándoles un producto de calidad, invirtiendo constantemente en su proceso productivo, siendo competitivas, adquiriendo un mejor posicionamiento en el mercado.

REFERENCIA BIBLIOGRAFIA

- ✓ Emilia Romana, Informe pyme disponible en:
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/422/ANTECEDENTES%20DE%20LAS%20PYMES%20EN%20EL%20MUNDO.htm>

- ✓ Espinoza, N. (2008). Las PYMES en el Perú. Entelequia. Disponible en:
<http://nespinozah.blogspot.com/2008/05/las-pymes-en-el-per.html>

- ✓ Universidad nacional de Cajamarca. (2011) disponible en :
<http://www.slideshare.net/orvy/pymes-8612527>

- ✓ Sánchez, F. (2011) Consultor en proyectos de inversión y MYPE. Portal de Micro finanzas. Disponible en:
<http://www.portalmicrofinanzas.org/p/site/s/template.rc/1.26.17978/>

- ✓ Pelayo, C. (2011). La Competitividad. Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>

- ✓ Palomo. (2005) disponible en:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/alonso_1_ly/capitulo_2.pdf

- ✓ Soto, H. (2007). Disponible en :
<http://share.pdfonline.com/f6d23d2eb9c4438d8ef585785b41e051/00038520130803101136.htm>

- ✓ Pérez, V. (2008) competitividad empresarial disponible en :
http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresarial_un_nuevo_concepto

- ✓ Sunat, (2008). Condiciones para hacer un micro empresa y para ser pequeña empresa disponible en:
<http://www.guiatributaria.sunat.gob.pe/index.php/contribuyentes/empresas-y-negocios/mypes/519-01-condiciones-para-ser-micro-empresa-y-para-ser-pequena-empresa>

- Ministerio del trabajo y promoción del empleo, ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa disponible en : http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Gómez, M. (2005). Competitividad. Zona Económica. Disponible en: <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Bardales, (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería – Provincia de coronel Portillo, periodo 2009 - 2010”.
- Carrasco (2004). “Características básicas que tiene el sector calzado, luego de lo cual efectúa un análisis dimensional respecto del entorno nacional e internacional del sector cuero y calzado en el Perú”.
- Chávez h. (2011). Dirección de Promoción de Iniciativas Empresariales y Asociatividad del Ministerio de Producción. Más Mypes en el sector comercio. Extraído el 18 de diciembre del 2013. Extraído el 14 de Agosto del 2013. Disponible en: <http://www.mep.pe/mas-mypes-en-sector-comercio/>
- Porter, M. (2005). Que es la competitividad. Disponible en: http://www.iese.edu/es/ad/anselmorubiralta/apuntes/Competitividad_es.html
- Ruiz, (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector pesquero – rubro piscigranjas de Paco y Gamitana, del distrito de Callería, periodo 2009 - 2010”
- Santana (2010). “Innovación y competitividad en la industria azucarera de México”.

CARLIN_ZAPATA_SARITA_MILAGROS.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

11 %
INDICE DE SIMILITUD

11 %
FUENTES DE INTERNET

0 %
PUBLICACIONES

%
TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1 dspace.ups.edu.ec **7** %
Fuente de Internet

2 www.clubensayos.com **5** %
Fuente de Internet

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 4%