

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

Nivel de Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa del Rubro de Ferretería en la
Ciudad de Abancay. Año 2018

Presentado por:

Betty Catalán Castañeda

Para optar el Título de Licenciado en Administración

Abancay, Perú

2022



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



“TESIS”

“NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DEL
RUBRO DE FERRETERÍA EN LA CIUDAD DE ABANCAY. AÑO 2018”

Presentado por **Betty Catalán Castañeda**, para optar el Título de Licenciado en
Administración de Empresas

Sustentado y aprobado el 2 de agosto del 2022 ante el jurado evaluador:

Presidente:

Dr. Daniel Amilcar Pinto Pagaza

Primer Miembro:

Mgt. Julián Oré Leiva

Segundo Miembro:

Mgt. Máximo Soto Pareja

Asesor:

Dr. Mauricio Raúl Escalante Cárdenas

Agradecimiento

Agradezco a Dios por haberme otorgado la oportunidad de lograr este sueño y escalar un paso más en mi carrera profesional.

A mis padres por su apoyo incondicional y la fortaleza que me transmitieron para superar cualquier dificultad

A mi hijo quien ha creído en mí siempre y me ha dado todo lo necesario para perseverar y lograr lo que me proponga.

Ellos fomentaron en mí el deseo de superación y han contribuido a la consecución de este logro.



Dedicatoria

Mi tesis va dedicada a mis padres quienes han estado conmigo siempre por enseñarme a ser perseverante y apoyarme en el cumplimiento de mis metas.

También la dedico a mi hijo quien ha sido mi mayor motivación para no rendirme y darme el apoyo moral y emocional durante todo este tiempo.



Nivel de Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa del Rubro de Ferretería en la
Ciudad de Abancay. Año 2018

Línea de investigación: Gestión Empresarial

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons



ÍNDICE

| | Pág. |
|---|-------------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| RESUMEN | 3 |
| ABSTRACT | 4 |
| CAPÍTULO I | 5 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 5 |
| 1.1. Descripción del Problema | 5 |
| 1.2. Enunciado del Problema..... | 6 |
| 1.2.1. Problema General..... | 6 |
| 1.2.2. Problemas Específicos | 6 |
| 1.3. Justificación de la investigación..... | 6 |
| 1.3.1. Justificación teórica..... | 7 |
| 1.3.2. Justificación Metodológica | 7 |
| 1.3.3. Justificación Social..... | 7 |
| CAPÍTULO II | 8 |
| OBJETIVOS E HIPÓTESIS | 8 |
| 2.1. Objetivo de la investigación | 8 |
| 2.1.1. Objetivo general | 8 |
| 2.1.2. Objetivos específicos..... | 8 |
| 2.2. Hipótesis de la investigación..... | 8 |
| 2.2.1. Hipótesis general | 8 |
| 2.2.2. Hipótesis específicas | 8 |
| 2.3. Operacionalización de variables..... | 9 |
| CAPÍTULO III | 10 |
| MARCO TEÓRICO REFERENCIAL | 10 |
| 3.1. Antecedentes | 10 |
| 3.2. Marco teórico | 13 |
| 3.2.1. Enfoque de Competitividad..... | 13 |



| | |
|---|-----------|
| 3.2.2. Estrategias de Competitividad | 14 |
| 3.2.3. La competitividad | 18 |
| 3.2.4. Definiciones de competitividad | 18 |
| 3.2.5. Características de la competitividad | 21 |
| 3.2.6. Modelo teórico de la competitividad | 22 |
| 3.2.7. Planeacion Estratégica | 32 |
| 3.2.8. Capacidad de recursos humanos | 33 |
| 3.2.9. Recursos físicos y financieros | 34 |
| 3.2.10. Recursos comerciales | 35 |
| 3.2.11. Capacidad de Innovacion y Calidad | 35 |
| 3.2.12. Industrias Conexas y de Apoyo | 36 |
| 3.3. Marco conceptual | 37 |
| CAPÍTULO IV | 40 |
| METODOLOGÍA | 40 |
| 4.1. Tipo y nivel de Investigación | 40 |
| 4.1.1. Tipo de investigación | 40 |
| 4.1.2. Nivel de investigación | 40 |
| 4.2. Diseño de investigación | 41 |
| 4.3. Población y muestra | 41 |
| 4.3.1. Población | 41 |
| 4.3.2. Muestra | 41 |
| 4.4. Procedimiento | 42 |
| 4.5. Técnicas e instrumentos | 42 |
| 4.5.1. Técnica | 42 |
| 4.5.2. Instrumentos | 43 |
| CAPÍTULO V | 44 |
| RESULTADOS Y DISCUSIONES | 44 |
| 5.1. Análisis de resultados | 44 |
| 5.1.1. Fiabilidad del instrumento aplicado | 45 |
| 5.2. Contrastación de las hipótesis | 45 |
| 5.2.1. Hipótesis general | 45 |
| 5.1.1. Hipótesis específica 2 | 47 |



| | | |
|--|---|-----------|
| 5.2.2. | Descripción de datos socio demográfico..... | 49 |
| 5.3. | Discusión..... | 54 |
| CAPÍTULO VI..... | | 56 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | | 56 |
| 6.1. | Conclusiones | 56 |
| 6.2. | Recomendaciones..... | 57 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | | 59 |



ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Operacionalización de variables | 9 |
| Tabla 2 Estrategias vinculadas a la tecnología | 14 |
| Tabla 3 Factores internos de competitividad | 32 |
| Tabla 4 Distribución de los ítems del cuestionario | 44 |
| Tabla 5 Baremación y escala de interpretación de competitividad empresarial | 44 |
| Tabla 6 Niveles de confiabilidad | 45 |
| Tabla 7 Estadísticas de fiabilidad con Alfa de Cronbach | 45 |
| Tabla 8 Nivel de competitividad empresarial | 46 |
| Tabla 9 Nivel de gestión empresarial | 47 |
| Tabla 10 Nivel de gestión de innovación | 49 |
| Tabla 11 Estado civil | 50 |
| Tabla 12 sexo | 50 |
| Tabla 13 Edad | 51 |
| Tabla 14 Experiencia en el rubro ferretería | 52 |
| Tabla 15 Experiencia como empresario | 53 |
| Tabla 16 Nivel de educación | 54 |



ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Diseño y validación de instrumento para medir la competitividad empresarial | 22 |
| Figura 2 Nivel de competitividad empresarial | 46 |
| Figura 3 Nivel de gestión empresarial | 47 |
| Figura 4 Nivel de gestión de procesos | 48 |
| Figura 5 Nivel de gestión de la innovación | 49 |
| Figura 6 Estado civil..... | 50 |
| Figura 8 sexo | 51 |
| Figura 9 edad | 52 |
| Figura 10 Experiencia en el rubro de la ferretería | 53 |
| Figura 11 Experiencia como empresario | 54 |

INTRODUCCIÓN

En un entorno donde las organizaciones se han convertido preocupados por ser cada vez más competitivos, debido a las circunstancias donde predomina una economía globalizada e interconectada, por lo cual, resulta de suma importancia que las organizaciones que están orientados al mejoramiento continuo y con enfoque a la competitividad empresarial, el mismo que se evidencia en el mejoramiento de los productos y servicios de calidad, como resultado del desarrollo de las actividades empresariales basado en los modelos de la competitividad empresarial, a fin de tratar de garantizar la supervivencia y el éxito en el mercado actual, por lo que resulta indispensable para los gestores de las organizaciones identificar los factores más importantes que son parte de las organizaciones más competitivas en un determinado sector empresarial.

En las empresas independientemente al tamaño que poseen, y que están orientando sus actividades empresariales en el ámbito nacional, generan un espacio para el desarrollo de la competitividad, a medida que buscan un posicionamiento destacable dentro del mercado interno y tienen un aporte significativo a la economía, el porte su puede evidenciar en el incremento del nivel de ventas que han obtenido en los últimos años, considerando además la incorporación de la mano de obra de forma directa e indirecta para los procesos productivos. También cabe precisar, que las empresas dedicadas al comercio en el rubro de la ferretería en estos últimos años han tenido un significativo incremento en sus actividades, esto gracias a la expansión que viene experimentando el sector construcción.

Es importante considerar que las empresas que alcancen altos niveles de competitividad generan óptimos resultados en la producción de bienes y servicios, porque disponen de una gestión eficiente de la organizacional, manejo de los recursos humanos, implementación de la tecnología y enfocados al desarrollo de los productos innovadores, este tipo de organizaciones tienen la capacidad de adaptarse a los nuevos escenarios que se presentan en el entorno, por lo cual, les permite alcanzar resultados sobresalientes en el mercado.

El desarrollo del presente estudio se ha realizado de acuerdo a la estructura propuesta por las autoridades y por lo tanto, se ha desarrollado de la siguiente forma; en el capítulo I: se ha desarrollado el planteamiento del problema, donde se describe la problemática que se observa en las microempresas del sector comercio, en el capítulo II: se aborda los objetivos generales y específicos; en el capítulo III; se ha desarrollado los antecedentes referidos al tema



correspondiente y afines del trabajo de investigación, luego se ha considerado el sustento del marco teórico así como también el marco conceptual donde se ha considerado los términos clave de la competitividad empresarial; en el capítulo IV; se ha explicado el sustento de la metodología aplicada en la investigación, se ha considerado el desarrollado el tipo de investigación, el nivel, diseño, la población, procedimiento, así como también los instrumentos y técnicas; en el capítulo V; se ha explicado sobre los resultados hallados y las discusiones a partir del análisis de datos la contrastación de la hipótesis y discusión de los resultados frente a otras investigaciones. Finalmente, en el capítulo VI; se ha puesto de manifiesto las conclusiones y recomendaciones que se llegaron a partir del desarrollo de la presente investigación.



RESUMEN

El principal objetivo que se ha propuesto encontrar en el presente estudio ha sido conocer el nivel de competitividad de la micro y pequeña empresa en el rubro de las ferreterías en la Ciudad de Abancay, año 2018, para lo cual, se ha recurrido al planteamiento teórico de los diferentes autores que han dado soporte para el desarrollo del presente estudio.

Se trata de un estudio orientado bajo el enfoque cuantitativo, además, se ha desarrollado dentro de los parámetros de la investigación de tipo básica o sustancial, el alcance del estudio se ha realizado en el nivel descriptivo, también, se ha considerado en su planteamiento del diseño no experimental, de tipo transversal, para determinar la muestra se ha recurrido al marco muestral donde se ha identificado las empresas con características similares, se ha considerado la técnica de encuesta y se aplicó cuestionario como el instrumento aplicado a la población de estudio, para el procesamiento de los datos se ha utilizado el programa estadístico SPSS. Los resultados de la investigación reflejan que las empresas dedicadas al rubro de las ferreterías se encuentran en un nivel de competitividad empresarial alto, mientras que el 40% de ellos tiene nivel de competitividad empresarial medio y ningún microempresario tiene nivel de competitividad bajo, es decir, la frecuencia con la que establecen estrategias relacionadas a cada una de sus actividades es determinante para ser más competitivos, en ocasiones algunas de ellas se aplican bajo los criterios que se encuentran en cada factor de la competitividad.

Palabras clave: *Competitividad, Competitividad empresarial, Gestión, Productividad*



ABSTRACT

The main objective that has been proposed to find in the present study has been to know the level of competitiveness of micro and small companies in the field of hardware stores in the City of Abancay, year 2018, for which, the theoretical approach has been used. of the different authors who have given support for the development of this study.

It is a study oriented under the quantitative approach, in addition, it has been developed within the parameters of basic or substantial research, the scope of the study has been carried out at the descriptive level, also, it has been considered in its approach to the non-experimental, cross-sectional design, to determine the sample, the sampling framework has been used where companies with similar characteristics have been identified, the survey technique has been considered and a questionnaire was applied as the instrument applied to the study population, to The statistical program SPSS has been used for data processing. The results of the investigation reflect that the companies dedicated to the field of hardware stores are at a high level of business competitiveness, while 40% of them have a medium level of business competitiveness and no microentrepreneur has a low level of competitiveness, that is, the frequency with which they establish strategies related to each of their activities is decisive to be more competitive, sometimes some of them are applied under the criteria found in each factor of competitiveness.

Keywords: *Competitiveness, Business Competitiveness, Management, Productivity*



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del Problema

Las tendencias de competitividad en todo tipo de actividad empresarial en la actualidad, giran en torno a mercados altamente competitivos que se caracteriza a la economía globalizada, resulta de suma importancia que las empresas que se encuentran desarrollando actividades empresariales identificar el nivel de competitividad y mejorarlos, a fin de tratar de garantizar la supervivencia y el éxito en el mercado actual, por lo que resulta indispensable conocer los factores que llevan a lograr mejores niveles de competitividad, los factores que pueden tener una influencia de manera directa o indirectamente en la competitividad empresarial resulta necesario su conocimiento. (De León et al. 1997)

Teniendo el conocimiento suficiente por parte de los empresarios que la competitividad es un elemento indispensable para tener un mejor desempeño de las organizaciones, pero sin embargo, al momento del desarrollo de las actividades empresariales, las empresas en su gran mayoría no han logrado considerar la implementación en los procesos productivos de bienes y servicios, la implantación de políticas que ayuden que los miembros de la organización involucrarse en las actividades propios que orientan al desarrollo de la competitividad empresarial, por ello se ha considerado lo planteado por Camara de Comercio de Lima (CCL 2019) donde señala que “no se toma posicionamiento y clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de las organizaciones, de acuerdo con los materiales bibliográficos la competitividad es un concepto multidimensional y son diversos los criterios para definirla y medirla” (p. 6).

El principal objetivo que se ha planteado en el estudio ha sido determinar el nivel de competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro de ferreterías en la ciudad de Abancay, se pretende con la presente investigación evaluar factores que propios internos como es el caso de la planeación estratégica, producción y aprovisionamiento, calidad, comercialización, recursos humanos, gestión de la innovación y desarrollo, que son necesarios para alcanzar un nivel de competitividad coherente con los tiempos actuales.

La problemática que se presenta en la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en



la ciudad de Abancay, se ha caracterizado en los últimos años por un decrecimiento de la calidad en el servicio. Las empresas dedicadas al sector de comercio en el rubro de ferreterías presentan problemas en la competitividad por el mismo hecho de que no brindan un buen servicio en el mercado local, como consecuencia de ello se ha incrementado de manera notable la venta ambulatoria en las ventas de artículos de ferretería en la ciudad de Abancay, generando de esta manera una nueva alternativa para el usuario, a esta situación se puede agravar el posible ingreso de grandes cadenas de suministro de materiales de construcción que ofrecen calidad en los productos y a precios más competitivos en el mercado..

1.2. Enunciado del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es el nivel de competitividad de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la Ciudad de Abancay, año 2018?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es el nivel de gestión empresarial de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay, año 2018?
- ¿Cuál es el nivel de gestión de proceso de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay, año 2018?
- ¿Cuál es el nivel de gestión de la innovación de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay, año 2018?

1.3. Justificación de la investigación

Se justifica porque se ha visto que las micro y pequeñas empresas actualmente están siendo considerados como el principal motor del desarrollo económico del país y fuente de empleo importante. Tiene como propósito identificar y medir los factores que son determinantes en la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Abancay. Por ello se ha considerado a Ñaupas et al. (2018) donde sostiene que “Justificar involucra fundamentar las razones por las cuales se realiza la investigación, es decir, explicar su importancia. En esclarecimiento de estas razones puede agruparse en teóricas, metodológicas, y sociales” (p. 220). Por otro lado, también se ha considerado a Méndez Álvarez (2011) quien señala que “ya definidos el planteamiento del problema y establecidos los objetivos se debe de sustentar los y motivos por las que se desarrolla la investigación, respondiéndonos a la pregunta por qué se investiga, tales motivaciones pueden ser teórico, metodológico o práctico” (p. 78). En este sentido, el estudio esta

justificado debidamente.

1.3.1. Justificación teórica

De acuerdo a Carrasco Diaz (2009) sostiene que “los resultados de la investigación se podrán generalizar e incorporarse al conocimiento científico y además sirven para llenar vacíos o espacios cognoscitivos existentes” (p. 119), en este mismo sentido en el presente trabajo de investigación se pretende generalizar los conocimientos sobre teorías existentes respecto a la competitividad empresarial, el sustento teórico está debidamente respaldado.

1.3.2. Justificación Metodológica

En el presente estudio desde el punto de vista metodológico se aplicó instrumentos de recolección de datos como el cuestionario debidamente validado por otras investigaciones, o modelos propuestos por autores que enfoquen su estudio en la variable a tratar. Según Ñaupas et al. (2014) donde plantea que “los instrumentos y técnicas que se utilizan en la investigación, estas pueden ser modelos, pruebas de hipótesis, cuestionarios, diagramas de muestreo entre otras que permiten al investigador utilizarla para la obtención y recolección de datos permitiendo que se haga un estudio adecuado de la población a investigar” (p. 79). Del mismo modo según Méndez Álvarez (2011) donde sostiene que “la metodología hace uso de técnicas de investigación y herramienta prácticas que sirven como aporte para estudios de problemas de investigación” (p. 56) Es decir los resultados se apoyan en técnicas que resultan esenciales para el desarrollo de un proyecto de investigación.

1.3.3. Justificación Social

El estudio se ha justificado debidamente porque ha permitido ser una buena fuente alternativa para los empresarios cuando procuren mejorar la competitividad de las empresas al cual pertenecen, tomando en consideración a Carrasco Diaz (2009) donde señala que “radica en los beneficios y utilidades que reportan para la población los resultados de la investigación en cuanto consitiye base esencial y punto de partida para realizar proyecto de mejoramiento social y económico para la población” (p. 120). También el aporte será a la población empresarial del rubro comercial orientado a la competitividad empresarial que ayuden a mejorar nuevas formas de gestión organizacional para el beneficio de los usuarios y clientes.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1. Objeto de la investigación

2.1.1. Objetivo general

Conocer el nivel de competitividad de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la Ciudad de Abancay. Año 2018

2.1.2. Objetivos específicos

- Estimar el nivel de gestión empresarial de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018
- Estimar el nivel de gestión de procesos de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018
- Estimar el nivel de gestión de innovación de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018

2.2. Hipótesis de la investigación

2.2.1. Hipótesis general

El nivel de competitividad de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la Ciudad de Abancay. Año 2018 Es alto

2.2.2. Hipótesis específicas

- El nivel de gestión empresarial de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018. Es alto
- El nivel de gestión de procesos de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018. Es alto
- El nivel de gestión de la innovación de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018. Es alto



2.3. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

| variables | dimensiones | indicadores |
|-------------------------|--|---|
| Nivel de competitividad | Gestión empresarial | Conocimiento del entorno económico |
| | | Estrategia de comercialización |
| | | Organización de los recursos humanos |
| | | Liderazgo al interior de la organización |
| | | Conocimiento de utilidades y rentabilidad |
| | Gestión de procesos | Capacidad de inversión |
| | | Calidad de los procesos y servicios |
| | | Gestión de los recursos |
| | | Capacidad de producción |
| | | Relación de los proveedores |
| Gestión de innovación | Logística para la entrega de los productos | |
| | Internacionalización de la empresa | |
| | Capacidad de innovación | |
| | Vigilancia tecnológica para la innovación | |
| | | Investigación y desarrollo |
| | | Patentes y marcas |

Nota. La presente figura muestra la operacionalización de la variable de estudio a partir de la propuesta de Arriagada y Gonzales (2012).



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes

a) A nivel internacional

De acuerdo a Castaño Montes y Gutierrez Castro (2011) en su trabajo de investigación intitulada “Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO” donde se ha planteado el objetivo determinar los principales factores que incluyen en la competitividad del sector comercio del área metropolitana.

El estudio se ha considerado su desarrollo en el enfoque cuantitativo, de tipo básico, además, se ha considerado un trabajo de diseño no experimental, de tipo transeccional, donde se aplico la técnica de la encuesta y como instrumento se ha aplicado el cuestionario con sus respectivos reactivos, con respecto a la población de estudio se ha considerado a los integrantes de la empresa, considerando al total de la población de estudio por ser finita.

Los principales resultados a los que se arribó en el presente estudio ha sido que existe un alto nivel de competitividad en la organización, esto se ha podido comprobar es por el ambiente donde desarrolla sus actividades empresariales, que se presenta como un entorno favorable para el desarrollo de las actividades empresariales.

De acuerdo a Torres Marín, Yudy Alejandra (2020) en su trabajo de investigación intitulada “Factores de Competitividad Sistémica del Sector Textil En El Centro De La Ciudad De Ibagué-Tolima”. El presente trabajo de investigación se ha realizado con el fin de obtener el grado académico de Magíster en Administración de Negocios en la Universidad Autónoma de Manizales. El objetivo más importante de este estudio ha sido la identificación de factores que influyen en la competitividad, conociendo cuales son los factores característicos empleados por empresas en el sector textil, y a partir de ello encontrar los indicadores que generan la competitividad empresarial.

La metodología utilizada fueron los siguientes; el trabajo realizado propone una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y un diseño no experimental. Las técnicas aplicadas para la recopilación de datos se basan en la



aplicación de encuestas cuyo instrumento cuestionarios permitió medir la competitividad sistemática aplicada al clúster textil de las empresas de Ibagué.

Las conclusiones presentadas por la investigación muestran que la competitividad empresarial del sector textil en el nivel meso es el menos desarrollado y en el nivel macro las empresas son menos desarrolladas, las características de cada uno muestran que las empresas textiles cuentan con formación educativa, tecnología, desarrollo político y apoyo institucional, pero a pesar de ello existe incertidumbre política y normativa el cual requiere mayores esfuerzos en consolidar redes políticas que involucren la participación de empresas del clúster textil.

La información de fuentes de datos tales como documentos, base de datos que permitió conocer y analizar las condiciones de la producción textil en concordancia con la competitividad y el impacto de los factores externos e internos.

a) A nivel nacional

Soto Escobedo, Elena (2019) en su estudio intitulada “Factores determinantes de la competitividad empresarial en Mypes establecimientos de hospedaje de la ciudad del Cusco - periodo 2017”. El presente trabajo de investigación se realizó con el fin de obtener el grado de Doctor en administración en la Universidad Andina del Cusco. El objetivo principal de la investigación es el de identificar los factores determinantes de la competitividad empresarial de Mypes.

La metodología utilizada fue la siguiente; la investigación de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, el diseño es no experimental de corte transversal, se utilizó la técnica para la recolección de datos.

Los resultados demuestran que los factores determinantes de la competitividad empresarial son: las capacidades directivas, calidad en producción y prestación de servicio, recursos tecnológicos, humanos, financieros, y culturales. Factores que son considerados en la investigación como los determinantes del crecimiento empresarial. Por otro lado, el presente trabajo de investigación tiene por objeto determinar la influencia de los factores condicionantes en la competitividad empresarial de la Mypes, en la investigación se ha considerado aquellos factores internos y externos que permiten a las mypes ser competitivas en el mercado de prendas de vestir.

Valdez Reto, Fabio Martín (2019) en su trabajo de investigación intitulada “Factores Condicionantes del Sector Textil en la Competitividad Empresarial de las Mypes del Clúster De Gamarra – 2018.”. El objetivo más importante de este estudio ha sido determinar cuáles son los factores condicionantes del sector textil en la



competitividad empresarial de las mypes clúster de gamarra durante el año 2018.

Para el respaldo de investigación se ha tomado como referencia la teórica la investigación realizada por Narváez y Fernández en el año 2015 quienes plantean factores condicionantes para el desarrollo Empresarial Competitivo: factores internos y factores externos.

La metodología que está orientada el estudio ha sido el enfoque cuantitativo de tipo básica, el nivel de investigación es descriptivo, el diseño ha sido no experimental, la población se ha considerado 3171 micro y pequeñas empresas del rubro comercial de ropa, asimismo, la muestra se ha considerado a 343 empresas consideradas dentro del rubro comercial, se ha considerado la técnica de la encuesta de la encuesta y el instrumento un cuestionario.

Los resultados obtenidos a partir de la investigación refieren los factores condicionantes del sector textil se requirieron herramientas relacionadas a las TICS, por otra parte, las estrategias relacionadas a la competitividad empresarial como los precios y la falta de estudios de mercado, por lo que estos factores influyen significativamente en los factores condicionantes de la competitividad empresarial.

b) A nivel regional

Guillén Guzmán, Grover (2011) en su trabajo de investigación intitulada “Los Factores de Competitividad En las empresas del Sector Industria Manufactura de la región Apurímac”. El objetivo más importante del estudio fue ha sido la identificación de los factores que influyen en el nivel competitivo de las empresas del sector textil..

Para respaldo de la investigación se ha tomado como referencia múltiples teorías y modelos de Michael Porter, Mario D, entre muchos otros con el fin de describir un marco conceptual que permita identificar los factores de la competitividad.

La metodología utilizada en el presente trabajo de investigación fueron los siguientes, tuvo el enfoque cuantitativo, de carácter no experimental transeccional de nivel descriptivo, para encontrar sus resultados se utilizó el instrumento del cuestionario.



3.2. Marco teórico

3.2.1. Enfoque de Competitividad

De acuerdo a Michael Porter (citado por Suñol, 2006) enfoca e interpreta a la “competitividad existe una relación de doble vía entre productividad y niveles de vida de la población” (p. 181), existe el enfoque orientado a la productividad y sostenibilidad en el tiempo, quiere decir que las empresas que adopten sus procesos empresariales al enfoque competitivo tendrán resultados favorables.

De acuerdo a Porter (2008) “Las organizaciones tienen que ser competitivas por los materiales que utilizan; por los recursos humanos que deban tener; por el uso del financiamiento en sus inversiones; por las obras que hagan y por los servicios que presten, es decir que las organizaciones necesitan ser competitivas en todas las áreas que involucran a las organizaciones, de lo contrario no tendrán viabilidad en el nuevo panorama empresarial” (p. 34).

De acuerdo como plantea Porter (2008), “existen algunos elementos conductores de un posible nuevo modelo competitivo: Un primer nivel institucional compuesto por diferentes entes, cada uno con sus propios objetivos y reglas competitivas con influencia adjunta” (p. 23). De acuerdo a lo planteado se sostiene que las empresas pueden mejorar su rendimiento competitivo en el transcurso del tiempo por medio de la generación de condiciones internas que ayuden a mejorar el rendimiento organizacional.

Según Porter (2008) afirma que “las empresas se ven confrontadas hoy con mayores requerimientos que resultan de distintas tendencias. Se distinguen, entre ellas: la globalización de la competencia en cada vez más mercados de productos” (p. 45) depende de los nuevos escenarios para mejorar la competitividad.

Existen casos aislados de organizaciones que sobresalen en su entorno gracias al ecosistema que ayuda al fomento y desarrollo de empresas competitivas, también es importante resaltar que las empresas que al margen que se encuentran dentro de un entorno favorable promovido por los gobiernos, donde se promueve la competitividad por medio de programas al apoyo a los nuevos emprendimientos que se toman como referencia para el desarrollo de clusters en el ámbito empresarial.



3.2.2. Estrategias de Competitividad

3.2.2.1. Estrategias vinculadas con la Tecnología

Según Porter (1985) “toda actividad relacionada con valores comprendela tecnología, los procedimientos prácticos, los métodos o la tecnología integrada al equipo de procesos” (p. 35). Las empresas que hagan el usode las nuevas tecnología en los procesos productivos van a generar competitividad en el sector donde pertenecen, la mayoría de las empresasque logran adquirir tecnología de vanguardia en la incorporación a las actividades mas representativas en las organizaciones están generando una ventaja competitiva.

Tabla 2

Estrategias vinculadas a la tecnología

| | Liderazgo tecnologico | Seguimiento tecnologico |
|-------------------|---|--|
| Ventaja en costes | <p>Ser el pionero de diseño de producto de menor costo</p> <p>Ser el primero en bajar la curva de aprendizaje.</p> <p>Crear formas de bajo costo para desempeñar actividades de valor</p> | <p>Bajar el costo del producto o de las actividades de valor, aprendiendo de la experiencia del líder.</p> <p>Evitar costos del I+D a travezde imitaciones</p> |
| Diferenciación | <p>Ser el pionero de un producto único que aumenta el valor del comprador.</p> <p>Innovar en otras actividades para aumentar el valor del comprador</p> | <p>Adaptar el producto o sistema de entrega mas estrechamente a las necesidades del comprador, aprendiendo de la experiencia del lider</p> |

Nota: Michael Porter (1985)

Según la Tabla N° 1 se observa que las organizaciones que adoptan las estrategias de liderazgo en costos y de diferenciación se convierten como resultado de una estrategia adecuada, los primeros en desarrollar prácticas en el mercado en liderazgo de costos son los que logran posicionamiento, sin embargo el liderazgo dentro del sector industrial logran generar un nivel de implementación de estrategias permite



solventar los riesgos específicos de una estrategia ofensiva que busca innovaciones radicales, a cambio deberá optimizar las funciones de marketing, finanzas, y producción para alcanzar ventajas competitivas que le permitan enfrentarse a los líderes que se encuentran en el sector.

3.2.2.2. Estrategias de diferenciación

La diferenciación es como resultado de la aplicación a los procesos productivos de mano de obra calificada, tecnología contemporánea y además factores que están relacionados al mercado, por ello, se ha considerado a Porter (1996) donde sostiene que “estrategia genérica diferencia el producto o servicio que ofrecemos, creando así algo que en la industria entera se percibe como único. Las formas en que se logra son muy diversas” (p. 58).

3.2.2.3. Estrategias Vinculadas con los Costos

Según Porter (1996) donde sostiene que “El liderazgo en costos impone cargas a la compañía para que pueda mantener su posición: reinvertir en equipo moderno, economizar a toda costa en el uso de activos obsoletos, evitar que proliferen la línea de productos y estar al día en los adelantos tecnológicos. La reducción de costos mediante el volumen acumulativo no se logra automáticamente, como tampoco se obtienen las economías de escala sin prestarle mucha atención” (p. 65) por lo cual, se puede afirmar que una estrategia basada en liderazgo de costos implica que las organizaciones que están basadas en sus estrategias en costos desarrollan la cadena de valor en todos sus procesos para tener una ventaja competitiva.

3.2.2.4. Estrategias Vinculadas a la Innovación

Las organizaciones que han desarrollado actividades basadas en la innovación de nuevos productos y servicios siempre están vinculados a la generación de inversión orientados a mejorar procesos que están vinculados al desarrollo del emprendimiento y la innovación, la inversión está enfocada al departamento de innovación donde no se escatima en la inversión necesaria para el fomento al desarrollo de nuevos productos que generan una diferenciación en el sector, definitivamente cuando las empresas orientan sus estrategias a la



innovación están garantizando la sostenibilidad de la empresa en el mercado además de la diferenciación, este fenómeno se puede percibir de mejor manera en los sectores de desarrollo de alta tecnología donde los procesos productivos deben estar a la vanguardia de los últimos adelantos tecnológicos.

3.2.2.5. Enfoques de Competitividad

Sobre el tema Ferre Trenzano (1995) donde señala, que la “competitividad es el carácter de distinción y de hacerlo mejor o más barato que los otros, es la idea de aportar una ventaja diferencial, es la garantía de que la empresa pueda luchar con superioridad” (p. 34). Las empresas que han adoptado el enfoque de la competitividad como parte de sus procesos productivos generan un ambiente de garantía para el mercado y por consiguiente desarrollan la sostenibilidad en el mercado, al respecto es necesario precisar que, para orientar hacia una mejor comprensión respecto de la competitividad, se deben considerar otros factores que son de influencia directa o indirecta para la organización.

3.2.2.6. Competitividad orientada hacia la participación de mercados

Kotler y Armstrong (2003) menciona “Porcentaje de ventas de un producto o servicio que una empresa tiene con respecto a las ventas totales del mercado en el que participa” (p. 89) Sin embargo los mismos autores, respecto al análisis de la participación de los mercados, hacen una afirmación, que todas las empresas que están orientadas a los mercados deben conocer debidamente el mercado para garantizar un producto o servicio que satisfaga al mercado, ello garantiza que la empresa desarrolla competitividad en todos sus procesos.

3.2.2.7. Competitividad orientada hacia el cliente

Stanton et al. (2007) respecto a la competitividad afirman que “establecer relaciones gana - gana con cada cliente basada en el entendimiento de su intensidad de lealtad. En este acercamiento, los clientes más leales son aquellos que más alto propenden a quedarse con el actual proveedor” (p. 606). Las empresas que buscan la satisfacción de los clientes generan un posicionamiento en la mente



del consumidor generando un grato recuerdo por el producto o servicio que ofrecen, como cada vez va cambiando los gustos y preferencia de los clientes, es necesario mantener un contacto permanente con los clientes actuales y potenciales para ofrecer productos acorde a las nuevas tendencias y exigencias.

La competitividad orientada hacia los clientes está fundamentado en el grado de relación que las organizaciones mantienen con los clientes, se afirma que mientras más frecuente sea la relación será más competitiva en el ámbito donde realizan las actividades, es así que “Las relaciones interactivas y sólidas con los clientes a menudo sientan las bases para que las actividades de la empresa atiendan las necesidades de exclusividad de sus clientes de forma rentable” (Hitt, Ireland, y Hoskisson, 2007, p. 108)

3.2.2.8. Competitividad orientada hacia la tecnología

Stanton et al. (2007) afirman que “el proceso de innovación tecnológica se define como el conjunto de las etapas que conducen al lanzamiento con éxito en el mercado de nuevos productos y servicios, utilizando nuevos procesos técnicos” (p. 567). De esta manera, se consideran los siguientes beneficios: como el nivel de conocimiento de los aplicativos, variedad en el desarrollo de los productos y servicios, cada vez implementado nuevas tecnologías y mejoramiento en los procesos productivos.

3.2.2.9. Competitividad orientada hacia el servicio

Las empresas competitivas desarrollan una relación permanente con los clientes con la finalidad de mejorar los procedimientos y procesos de llegar hasta los usuarios finales para garantizar el nivel de satisfacción de los clientes actuales y potenciales

3.2.2.10. Competitividad orientada hacia la fuerza de ventas

Kotler y Armstrong (2003), afirman que “La persona que efectúa la acción de vender algo, es decir, el ofrecer y traspasar la propiedad de un bien o la prestación de un servicio a cambio de un precio establecido” (p. 544). Las empresas que están orientadas a enfoque de la competitividad desarrollan un mejoramiento permanente en los procesos



de ventas, por ello la fuerza de ventas debe estar en contacto permanente con los usuarios finales para hacer la retroalimentación y hacer los mejoramientos en los procesos de ventas y entrega de los bienes y servicios.

3.2.3. La competitividad

Según Porter (1996) afirma que “no existe una definición de competitividad ni una teoría de la misma para explicarla que sean generalmente aceptadas” (p. 89) Asimismo, reconoce que “su significado puede ser diferente cuando se habla de una empresa, una nación o también de acuerdo con la especialidad o enfoque que lo defina”.

3.2.4. Definiciones de competitividad

Michael Porter (citado por Suñol, 2006) afirma que la competitividad es “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad” (p. 181) algo semejante ocurre a nivel empresarial, si las organizaciones cuentan con la capacidad para disponer de algún o algunos atributos que le permiten un desempeño empresarial superior y le otorgan cierto tipo de ventaja sobre las demás empresas competidoras, como consecuencia de ello se genera la creación de productos y servicios de valor.

Además Michael Porter (citado en Morales Gonzales y Pech Vázquez, 2000) afirma que “las empresas son las que compiten y deben poseer ventajas competitivas, pero reconoce el papel estelar que desempeña el entorno nacional. También plantea que cuando en una economía existen las condiciones propicias, estas favorecen la competitividad en las empresas lo cual, dará como resultado un país que se caracterice como competitivo” (p. 54), por consiguiente según lo planteado por Porter se puede concluir que, para generar competitividad en las organizaciones debe estar basado en el uso eficiente de los recursos disponibles de un país, generando de este modo un ambiente propicio y adecuado para el desarrollo de la actividad empresarial.

Según Fajnzylber (2006) donde señala que “Desde una perspectiva de mediano y largo plazo, la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales y elevar simultáneamente el



nivel de vida de su población. Esto exige el incremento de la productividad y, por ende, la incorporación de progreso técnico”. (p. 46). Por otro lado, también se considera lo señalado por Olivares Leal et al. (2015) donde sostiene que es “la capacidad de las empresas de un país para sostener y expandir su participación en los mercados locales y/o internacionales y obtener ventajas competitivas y elevar el nivel de vida de las personas” (p. 28).

Finalmente, se ha considerado lo señalado por Aragon y Rubio (citado en Olivares et al. 2015) donde sostiene que la competitividad es “la capacidad para, rivalizando con otras empresas, conseguir alcanzar una posición competitiva favorable, que permita obtener un desempeño superior al de los competidores” (p.28). En consecuencia, se puede afirmar que, el término de la competitividad puede estar referido a la competitividad de un determinado país o también puede estar orientado a las competencias que tiene una organización, también se puede hacer referencia a la competencia que pueden poseer las personas para realizar determinadas tareas, en general también contribuyen en la competitividad de las organizaciones sean estas de inversiones públicas o privadas.

3.2.4.1. Evolución de la competitividad

La evolución que ha tenido el término de la competitividad a lo largo del tiempo está fundamentalmente orientado a los sistemas económicos y a las teorías que se han desarrollado para el comercio internacional, uno de los más destacados en el tema de competitividad es Michael Porter, quien ha desarrollado los nuevos enfoques y formas de entender la competitividad desde la perspectiva de los países y también desde la perspectiva de las organizaciones, cabe destacar, que a partir de los planteamientos de Porter han surgido diversos autores quienes han complementado lo planteado por el autor con la finalidad de otorgar la oportunidad de dar un mejor entendimiento a la competitividad y se ha creado indicadores precisos para medir el nivel de competitividad de las empresas y países en general.

3.2.4.1.1. Competitividad asociada a la ventaja comparativa

Para comprender de mejor forma se debe analizar a partir

de la teoría clásica del comercio internacional, desde esta perspectiva surgen las nuevas ideas para profundizar los conocimientos a partir del comercio internacional, porque es considerado esta actividad como el motor del movimiento de la economía de los países.

3.2.4.1.2. Competitividad asociada a la ventaja competitiva

Siguiendo a Doryan y otros (1999), cabe notar que “en las últimas décadas han surgido nuevas líneas de investigación sobre la competitividad, cuyos resultados muestran con creciente claridad que los países más desarrollados no se especializaron necesariamente en el sentido que señalaba la teoría tradicional los intentos por explicar qué tan exitosas son las industrias y el comercio de un país, con base en su dotación de factores de la producción o en las economías de escala, no permite comprender fácil o concluyentemente la competitividad de las naciones”.

Mediante el desarrollo de las variables de estudio se va poder explicar con sus respectivos factores dentro de los nuevos enfoques que pasan a ser la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías de producción e innovación, la innovación y las iniciativas empresariales, la inversión en capital humano y del conocimiento han generado las interrelaciones productivas.

De acuerdo a Porter (1985) donde señala que “el término de ventaja competitiva de las naciones en contraposición al de ventaja comparativa vigente hasta el momento. En lo que resta de la sección se describirán los principales aspectos de su aporte y algunas extensiones que lo sucedieron” (p. 67).

Además, Porter (1985) señala que “en primer lugar, que la prosperidad nacional no se hereda, sino que se crea.



Por lo tanto, no puede surgir de las dotaciones factoriales, nitampoco de medidas que promueven la competitividad de manera espuria como la devaluación, tasas de interés subsidiadas” (p. 78) los aspectos que son determinantes en el desarrollo de la competitividad de las naciones, se genera la capacidad que tienen las organizaciones para mejorar los procesos de innovación, de manera constante, por ello, Porter (1985) señala que “la importancia asignada a la innovación requiere que se explicita qué además de las tecnologías nuevas, métodos nuevos o maneras de hacer las cosas que a veces parecen bastante comunes. La innovación puede manifestarse en el diseño de un producto nuevo, en el proceso de producción, en la manera de enfocar el mercado, o en un modo nuevo de capacitar u organizar” (p.89)

3.2.5. Características de la competitividad

3.2.5.1. Refuerzo competitivo

Los procesos competitivos tienen un significado de calidad y sostenibilidad en el tiempo para las organizaciones, por ello, las organizaciones competitivas logran resultados a partir de la ampliación de la mejora continua y en los procesos de innovación. La competitividad se encuentra muy vinculada a los procesos de productividad, como resultado se cuenta con organizaciones comprometidas con la calidad, en consecuencia, una empresa es competitiva cuando logra mejorar la situación de los activos tangibles e intangibles en las entidades públicas y privadas brindando el mejor producto y servicio.

3.2.5.2. Calidad total como estrategia para la competitividad

La calidad total está muy relacionada con la competitividad, como consecuencia que una empresa es competitiva los bienes y servicios que brinda al mercado va estar marcado con la calidad, por ello las empresas que adopten como filosofía organizacional, generan un mejoramiento continuo y logran una mejor eficiencia en el mercado,



los llamados a implantar las mejoras en las empresas son los gerentes quienes son los encargados de adoptar los modelos de administración donde se debe involucrar a los integrantes de la organización para su práctica permanente de la calidad total y el mejoramiento continuo.

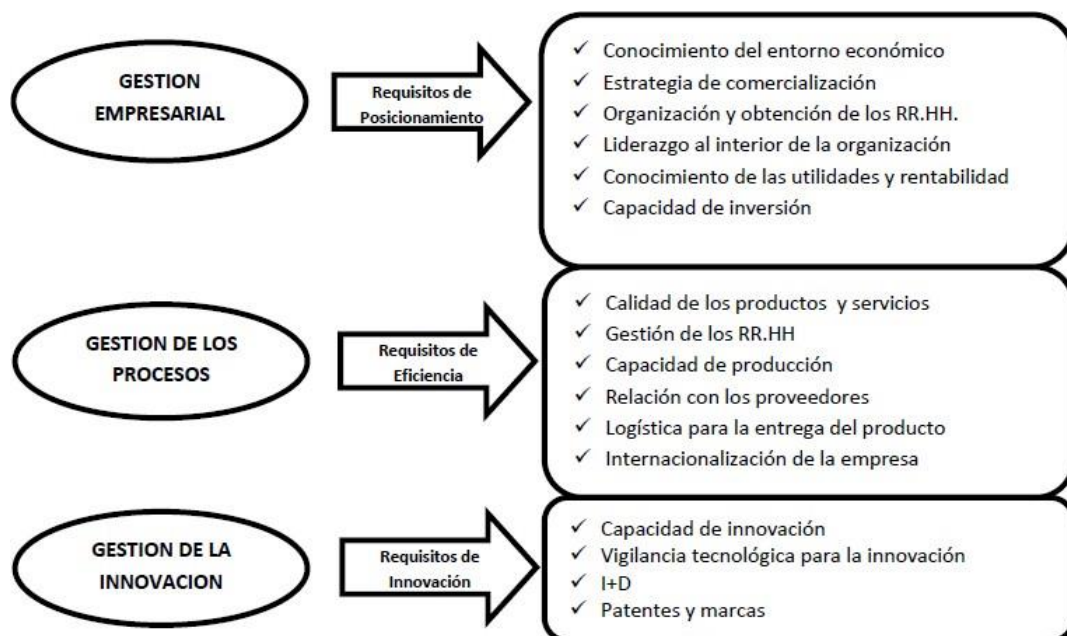
3.2.5.3. Competitividad como estímulo

El gran estímulo de las empresas que implementar mejoras para ser competitivos es el reconocimiento del mercado, traducido en el posicionamiento que han logrado por brindar mejores productos y servicios, esto se puede reflejar a nivel de país o de las empresas, una empresa que realiza sus actividades transnacionales etc, le corresponde ser más competitivo, los resultados de una política generada por el estado, se reducen condiciones para generar condicione de un ambiente adecuado para la estabilidad económica y que es necesario para el desarrollo.

3.2.6. Modelo teórico de la competitividad

Figura 1

Diseño y validación de instrumento para medir la competitividad empresarial



Nota. La figura muestra el modelo teórico de la competitividad empresarial tomado a partir de la propuesta de Arriagada y Gonzales (2012).

3.2.6.1. Gestión empresarial

La gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con el propósito de generar en las empresas un ambiente favorable desde la perspectiva económica. La misma tiene en consideración los factores, como es el caso del financiero, productivo y logístico. La gestión empresarial comprende involucra las competencias que son necesarias para cubrir desde distintos frentes dentro de una actividad económica. De acuerdo Arriagada y Gonzales (2012) se ha presentado una propuesta de un instrumento para medir la competitividad con los siguientes componentes:

3.2.6.1.1. Conocimiento del entorno económico

Para que desarrollar las competencias gerenciales en la toma de decisiones es importante que los encargados de desarrollar actividades empresariales y generar competitividad empresarial conozcan el entorno en donde desarrollan las actividades de la organización, es así que según Franco Concha (2013) define el entorno como “el conjunto de factores externos relevantes que influyen directa o indirectamente en el desarrollo de actividades de una empresa” (pag. 23) en tal sentido todo empresario para generar competitividad en su organización debe estar en la capacidad de medir el impacto del entorno de la organización.

Por otro lado al referirse al entorno económico Franco Concha (2013) afirma “el estado de la economía afecta directamente la prosperidad y el bienestar general del país. De dicha prosperidad, entre otras cosas, depende que la empresa obtenga buenos resultados y los accionistas, altos rendimientos” (pag. 28) por lo tanto los tomadores de decisiones que pretendan generar una competitividad empresarial deben estar atentos a lo que ocurra en el campo económico del entorno de la organización.



3.2.6.1.2. Estrategias de comercialización

Las empresas y organizaciones que desean ser competitivas, cualquiera que sea su naturaleza, debe enfocar sus actividades y administración sobre la aplicación de estrategias que orienten a la organización a permanecer o sobrevivir en el mercado. Por lo tanto, la implementación y aplicación de estrategias es objetivo fundamental de la actividad que realiza la empresa, con la cual persiguen cumplir los objetivos planteados de manera eficiente y eficaz, para lograr lo mencionado es necesario una comunicación adecuada entre todo el personal que labora en la empresa de esta manera evitar conflictos.

Es por esto que una estrategia debe ser bien planificada en función a los objetivos que persiga, así mismo teniendo claramente su misión, visión, un control adecuado y oportuno, es lo que se lo conoce formulación e implementación de la estrategia, los mismos que no quedan solo en estudios sino que se lleva a la práctica, es decir que se desarrollan las dos al mismo tiempo.

Una vez establecida la empresa la dirección aclara los objetivos que proyecta lograr, para ello debe partir de un diagnóstico actual de su propia empresa, así como también del entorno en el que se encuentra, posteriormente se procede a la aplicación de la estrategia definida logrando así una ventaja competitiva, que permitirá obtener beneficios superiores en relación a la competencia

3.2.6.1.3. Organización de los RRHH

La organización de los recursos humanos en las empresas y organizaciones corresponde a una “Gestión Compartida independientemente del área funcional, del tipo y tamaño de la empresa, los supervisores y jefes directos deben resolver eficazmente todos los aspectos relativos a la conducción de las personas en la empresa” los departamentos que dirigen los recursos humanos su



principal misión radica en generar un plan de sucesiones del personal para prever las necesidades futuras del talento humano

3.2.6.1.4. Liderazgo interno

El tipo de liderazgo interno es el proceso que permite a los líderes de las organizaciones en realizar transformaciones de las estructuras organizacionales, los procesos de las actividades, está orientado a la consecución de las metas organizacionales, por lo general en este proceso se hace uso del talento y habilidades donde la creatividad vulnera el tradicionalismo rutinario gerencial. Por lo general el que desarrolla el liderazgo interno está auto motivado y con determinación de sus metas y objetivos bien definidos, hace uso de la descentralización del poder dentro de la organización, brinda las oportunidades para que los colaboradores asuman la tarea de tomar decisiones respecto a su trabajo. El liderazgo interno se orienta a los valores no tradicionales, su tarjeta de presentación es el conocimiento.

3.2.6.1.5. Conocimiento de utilidades y rentabilidad

Las empresas deben tener conocimiento pleno de la capacidad de generación de rentabilidad producto de las utilidades generadas por la actividad económica, con la información oportuna les permite tomar decisiones acertadas con respecto a las decisiones de adquisiciones y ampliación de mercados que pretende alcanzar, para ello es necesario que las empresas con alto nivel competitivo deban generar una base de datos que esté disponible y actualizado para la toma de decisiones a partir de la información existente en la organización



3.2.6.1.6. Capacidad de inversión

Es la capacidad que tienen las organizaciones para incorporar a los procesos productivos de bienes y servicios, el suficiente presupuesto para generar una ventaja competitiva en el mercado a partir de la incorporación de mano de obra calificada, tecnología de última generación, mejoras en el proceso de innovación y desarrollo de productos innovadores que satisfagan plenamente al cliente

3.2.6.2. Gestión de los procesos

3.2.6.2.1. Calidad en los productos

La calidad de los productos y servicios está relacionada directamente con la capacidad que tienen las empresas para incorporar mejoras en la tecnología, mano de obra y condiciones favorables para el mejor aprovechamiento de los recursos que dispone la empresa, las propiedades y mejoras del producto están relacionadas directamente con los factores que participan en la producción de bienes y servicios.

3.2.6.2.2. Gestión de los RRHH

La administración o gestión de recursos humanos esta relacionado con los niveles de producción de los productos y que contribuye a que las empresas puedan lograr mejores niveles de competitividad, por ello, se considera a Chiavenato, (2001) donde señala que “la gestión del talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones. Es contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructural organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos y otra infinidad de variables importantes” (p. 56). Las empresas

competitivas deben responder ante los desafíos del entorno por medio de la fuerza laboral.

3.2.6.2.3. Capacidad de producción

Las empresas que tienen mejores rendimientos en la capacidad de producción es porque a lo largo de los años se ha incorporado en los procesos mano de obra calificada y complementar con la tecnología disponible para la ejecución de tareas que son necesarios para alcanzar mejores niveles de competitividad empresarial en el campo donde desarrollan actividades empresariales, por ello que es necesario que las empresas deben tener pleno conocimiento de las tendencias de la tecnología relacionada la rubro del negocio.

3.2.6.2.4. Relación con los proveedores

Es importante que las empresas mantengan relaciones con los grupos de interés, sobre todo con los grupos que hacen posible que las organizaciones alcancen niveles de diferenciación en el mercado, es decir, existen proveedores o socios claves que suministran a las organizaciones insumos y materia prima que son indispensables para lograr la diferenciación, mantener una relación fluida y permanente permite generar confianza y credibilidad a la hora de ser abastecido por los proveedores, por lo tanto se mejora también la cadena de suministro, a partir de ello se genera un valor importante para el nivel de competitividad que se quiere alcanzar como empresa en el sector comercial.

3.2.6.2.5. Logística

Los procesos de logística involucran todos los medios que disponen las empresas para ser abastecidos por los proveedores de materias primas, las empresas por lo general están orientadas al manejo de un nivel de logística



adecuado, con la finalidad de optimizar los recursos, por ello algunas empresas que alcanzan niveles importante de competitividad han incorporado dentro de las actividades de logística el justo a tiempo con el propósito que no se tenga gastos incensarios para el almacenamiento de los productos y materia prima. Por lo tanto, un manejo eficiente de los sistemas de logística permite a las empresas a generar niveles altos de competitividad empresarial

3.2.6.2.6. Internacionalización

Las empresas que han orientado sus actividades empresariales al comercio internacional han tenido que mejorar sus prácticas empresariales, porque deben alcanzar niveles superiores de competitividad para competir con sus pares de los países donde han desarrollado mejores procesos productivos y alcanzan niveles altos de competitividad, por lo tanto, cuando se piensa en mejores prácticas en la incorporar a las empresas deben estar al mismo nivel o en el mejor de los casos debe ser mejorado la implementación de tecnología y mano de obra para competir con otros mercados más competitivos.

3.2.6.3. Gestión de la innovación

3.2.6.3.1. Capacidad de innovación

Según lo planteado Bravo Ibarra, Herrera y Del Valle Granada (2009) en su estudio que han desarrollado y propuesto un modelo de referencia de capacidades de innovación “El modelo conceptual construido sobre las teorías de innovación y capacidades dinámicas sugiere que la capacidad de innovación está compuesta por la presencia simultánea de cuatro procesos organizacionales: creación de conocimiento, absorción de conocimiento, integración de conocimiento y reconfiguración de conocimiento” (P. 34). Por lo cual,



los procesos tienen una relación estrecha para colaborar en el nivel de competitividad.

3.2.6.3.2. Vigilancia tecnológica

Es un "Proceso organizado, selectivo y sistemático, para captar información del exterior y de la propia organización sobre ciencia y tecnología, seleccionarla, analizarla, difundirla y comunicarla para convertirla en conocimiento con el fin de tomar decisiones con menor riesgo y poder anticiparse a los cambios". Los sistemas de gerencia cuentan con sistemas de vigilancia tecnológica con la finalidad de apoyar a la gestión de la organizacional y comprende el conjunto de procesos los cuales son parte de una cultura organizacional innovadora.

Además se considera como un "Proceso ético y sistemático de recolección y análisis de información acerca del ambiente de negocios, de los competidores y de la propia organización, y comunicación de su significado e implicaciones destinada a la toma de decisiones".

3.2.6.3.3. Investigación y desarrollo

La investigación y desarrollo de productos innovadores está ligado al proceso productivo, esta acción permite que las organizaciones tengan una ventaja frente a los competidores, el desarrollo adecuado garantiza la sostenibilidad de las actividades empresariales en el mercado, esta práctica es más intensa en los mercados altamente competitivos y que desarrollan productos tecnológicos de vanguardia, para tal propósito las organizaciones invierten fuertes cantidades de recursos económicos para generar una ventaja comparativa y por ende generan niveles altos de competitividad empresarial



3.2.6.3.4. Gestión de patentes y marcas

Las empresas que generan la mayor cantidad de patentes y marcas en el sector empresarial están alcanzando altos niveles de investigación y desarrollo de nuevos productos, el modelo que se desarrolla a continuación se realiza en función a aquellos factores de la competitividad que son controlables por la empresa. Una empresa para ser competitiva en el mercado necesita evaluar una serie de variables que le permita conocer cuáles son las capacidades con las que cuenta. Arrieta (2018) plantea que la competitividad es necesaria para el éxito de las empresas, en tal motivo, necesita que las capacidades internas es decir las controlables sean objetivamente evaluadas y a partir de su evaluación se establezcan estrategias que permitan mejorar múltiples aspectos de la empresa de forma consolidada.

Esto indica que factores internos de las empresas son indispensables para determinar su grado de competitividad según menciona el autor citado con anterioridad las empresas buscan constantemente ser competitivas, y para conocer estos factores es necesario evaluarlos desde el aspecto interno, los factores pueden estar constituidos por la capacidad de marketing, directivas, Innovación, calidad, tecnología entre otros aspectos a ser estudiados.

Por otro lado la teoría de la Visión de la Competitividad de la Empresa Basada en los Recursos, refiere a que las empresas logran una ventaja competitiva a partir de su propio desempeño organizacional esto determinando principalmente por los recursos internos, los cuales se clasifican en organizacionales, físicos, humanos, siendo estos los más importantes que los factores externos. Según Arano et al. (2012) La Visión de la Empresa Basada en los Recursos describe que las organizaciones se conforman por conjunto de recursos



que se pueden dividir en las siguientes categorías:

- Recursos financieros.
- Recursos físicos.
- Recursos humanos.
- Recursos generales de la organización

Esto indica que el primero de los recursos están basados en recursos monetarios con los que puede disponer la empresa, el segundo recurso referidos a aspectos como las plantas y equipamiento, el tercero se centra en aspectos referidos al capital humano (habilidades, educación y formación de los individuos que forma parte de la organización como podría ser; estructura de información formal, técnicas de dirección, sistemas internos de planificación y control).

Por otro lado se menciona que la competitividad es un término multidimensional que no posee una definición específica y que debido a eso se le atribuye el análisis de diferentes niveles de factores cuantitativos y cualitativos que interfieren en su determinación. Según Estrada García citado por Parody et al. (2016) donde afirma que “que la competitividad implica la determinación de los componentes o factores que la generan y el grado de impacto de los mismos. Así como existe una gran cantidad de definiciones para este término, también hay de metodologías que buscan medir determinados elementos de la competitividad” (p. 203).

Ahora bien, según la figura 4 se puede describir cada uno de los factores que son considerados para medir la competitividad según la teoría planteada por Patricia Rojas y Sergio Sepúlveda en el año 2000.



Tabla 3*Factores internos de competitividad*

| Factor 1 capacidad tecnológica y productiva | Factor 3. Conocimiento del mercado y adaptabilidad |
|--|--|
| Tecnología para optimizar procesos | Capacidad del personal, manejo de la planta |
| Parámetro de higiene y seguridad | Capacidad intelectual |
| Capacidad instalada | Selección y contratación del personal |
| Nuevos métodos de producción | Análisis perfil de requerimientos |
| | Manejo de políticas e incentivos |
| | Métodos de inducción y entrenamiento |
| Factor 2. Calidad en los recursos humanos | Factor 4. Relaciones adecuadas con clientes y abastecedores |
| Segmentación de mercado | Identificación preferencias de consumidor |
| identificacion de demanda | Identificación de clientes potenciales |
| Ubicaciokn estratégica de puntos de venta | Diversificación de productos y servicios |
| Estrategias de ventas y comercialización | Alianzas con proveedores |
| Expectativas de expansión | Identificacion de niveles de satisfacción |
| Identificación de competencia | Poder de negociacion |

Nota. La tabla muestra los factores internos determinantes de la competitividad empresarial. Revista Ciencias Estratégicas (2016).

3.2.7. Planeación Estratégica

Entendida como el proceso para definir estrategias y objetivos, establecer que se hará durante el desarrollo de las actividades de la empresa encaminando el cumplimiento de las metas. De acuerdo a Ibarra et al. (2017) donde hace referencia que “las organizaciones tienen objetivos y metas a plazo, políticas para su cumplimiento y seguimiento. Se considera si han realizado estudios sobre el entorno, amenazas y planes de contingencia. Esta dimensión debería aplicarse a cabalidad en la totalidad de las empresas ya que en ella se sustenta el ser y hacer de las mismas; que permita dar mayor competitividad a una empresa” (p. 34).

Por otro lado, la planeación estratégica es de suma importancia refleja la influencia sobre el éxito competitivo de las empresas. Según Aragón et al. (2010) menciona que a estrategias empresariales influyen sobre el éxito competitivo de las empresas, del mismo modo, analiza el efecto de los recursos



y capacidades, la interacción entre los recursos y capacidades así como los resultados organizacionales que provienen de la planificación de objetivos, selección y diseño de estrategias. (p. 5)

En ese entendido la planeación estratégica es uno de los factores muy fundamentales dentro de la competitividad de la empresa de el depende su éxito y su respuesta frente a su entorno. Según Almanza Jimenez et al. (2018) que la planeación tiene por objeto fijar un curso concreto de acción, estableciendo los principios que se relacionan con la competitividad “la competitividad es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales y aumentando al mismo tiempo, la renta real de sus ciudadanos” (p. 8) En ese sentido la planeación estratégica permite no solamente el cumplimiento de los objetivos que se hayan formulado, sino el de tomar decisiones de una forma interfuncional para que todo lo propuesto en la empresa sea alcanzado, además, se debe de realizar diagnóstico de la situación actual que permita tomar acciones futuras a corto mediano y largo plazo.

3.2.8. Capacidad de recursos humanos

Los recursos humanos son considerado como una parte esencial para lograr la competitividad de una organización, la necesidad de contar con un recurso humano que responda ante las expectativas de la organización es esencial, por ello, se debe contar con un proceso riguroso de reclutamiento y selección de los recursos humanos, generar programas de capacitación y desarrollo para el personal, con las políticas de cumplimiento de aspectos de seguridad e higiene industria. Por ello tomando en consideración a Estrada Bárcenas et al. (2017) donde sostienen que “los recursos humanos juegan una función estratégica vital en la competitividad de las empresas. En la PYME, sobre todo en las primeras etapas de desarrollo, el director, gerente o dueño tienen una amplia participación tanto en la administración como en las operaciones de la empresa, por lo que su formación y experiencia, así como de su equipo administrativo, influyen de manera determinante en la supervivencia, crecimiento y desempeño de este tipo de empresas” (p. 6).

De tal forma que la gestión de recursos humanos refiere a la utilización de prácticas que permiten la selección de personal, retener y motivar a los



actuales empleados, las capacidades directivas adoptan estas decisiones que son las de planificar los objetivos consiguiendo los medios necesarios para su realización a través de los trabajadores. Eso indica que que las estrategias adoptadas por laas decisones directivas permiten la buscaqueda del éxito de las empresas a traves dela seleccion de personal adecuado, es decir incluye procesos necesarios reclutamiento, selección y contratacion ya que de eso dependen los servicios que se prestan.

Por otro lado las capacidades directivas revelan la visión estratégica, su importancia radica en el desempeño adecuado de cada una de la función dentro de la empresa. Los directivos de las organizaciones deben constar con las habilidades de comprender y evaluar el desempeño económico de las organizaciones. Pero sin embargo, los conocimientos que poseen los trabajadores son necesarios para lograr las ventajas competitivas sostenibles en la organización, por lo general están basados del desarrollo, comunicación e intercambio de conocimientos por medio del capital humano de la empresa.

En tal sentido, el factor de los recursos humanos le es indispensable ya que de esa forma no solamente se garantizas las decisiones y la formulación de estrategias sino también la selección de personal adecuado que necesita de una persona líder que tenga un conjunto de capacidades y conocimientos dentro del grupo de trabajo.

3.2.9. Recursos físicos y financieros

Considerado como aquellos bienes que son indispensables para el desarrollo de las actividades incluye todos los bienes tangibles de la empresa los cuales son muy diversos dependiendo de la actividad que se está realizando, estos tienden a tener una función específica dentro de la empresa y varían según su funcionalidad, pueden estar considerados los siguientes; instalaciones, tecnología, capacidad instalada, recursos tangibles como los recursos financieros. Según Urrea y Chica (2008) donde señala que “La gestión de recursos físicos y financieros como una parte de la administración, cuyo objeto es estudiar la adquisición, manejo, control y seguimiento de los recursos que se utilizan en cualquier tipo de organización para el desarrollo de su proceso productivo de bienes o servicios” (P.18) Por otro lado, la clasificación de capacidades con las que cuentan las empresas para lograr su competitividad dentro del mercado encontramos las capacidades financieras que ayuda



mediante una correcta y minuciosa planificación financiera a corto plazo y mediano plazo para alcanzar las metas

3.2.10. Recursos comerciales

Son aquellos factores empresariales que permiten crear valor en los clientes a través de un conocimiento profundo al producto y servicio que se quiere vender, las capacidades comerciales deben estar en constante sinergia con el entorno del cliente. Según Rubio y Aragón (2007) donde determinan que “las capacidades comerciales estan relacionadas con la facultad que tiene una empresa para crear valor a traves de los productos y servicios, esto implica que la organización uo empresa necesita entender conocer las necesidaes y de esa forma buscar y un mecanismo que perrmita satisfacerlas, el conocimiento del mercado es un medio indispensable e importante de mejora del rendimeitnoeconomico, permite la fidelizacion de los clientes y principiamente lograr la diferenciacion frente a la comeptencia” (p.108)

Es asi, que la capacidad del marketing impacta de manera profunda en el notable desempeño de la organización comprende multiples funciones desde una perspectiva interna por parte la empresa; venta de productos y servicios, fijación de precios, análisis de clientes, distribución, investigación de mercado, análisis deoportunidades. Las competencias comerciales según Ibarra (2017) consisten en “el análisis de las políticas de venta, vías de distribución, formas de pago, relación con clientes y proveedores, definición del mercado meta, estudios de mercado, uso de estrategias de mercadeo, satisfacción del cliente. Esta es una de las dimensiones más relevantes ya que la interacción con clientes y proveedores es esencial tanto para producir de manera eficiente como para distribuir y vender los productos entre los clientes de forma exitosa” (párr. 37).

En tal sentido, la capacidad de enfocada en los recursos comerciales permite tener conocimiento y adaptabilidad al mercado, asegurando la implementación de estrategias de venta y comercialización.

3.2.11. Capacidad de Innovación y Calidad

Esta una habilidad con las que cuentan las empresas enfocadas hacia el éxito, implica realizar mejoras dentro del procesos y productos. Según Rubio y Aragón(2007) donde afirman que “por innovación se considera el cambio en



los productos y procesos, la mejora de los mismos, los nuevos enfoques de marketingo las nuevas formas de distribución Estas nuevas ideas pueden mejorar la forma en que hasta el momento se están haciendo las cosas, o bien, cambiarlas radicalmente. La innovación puede producirse gracias a la investigación de la propia empresa o bien adquiriendo nuevas tecnologías o licencias” (p. 123). Por otro lado, Rubio y Aragón (2007), Mencionan que “la calidad del producto o servicio consiste en lograr la conformidad o adecuación del conjunto de las características y atributos de un producto o servicio con las necesidades y expectativas del comprador. según la cual para algunas empresas la capacidad de competir se basa en una combinación de precio y calidad del bien o servicio proporcionado” (P. 33) de tal manera, que la calidad se considera en los mercados competitivos.

3.2.12. Industrias Conexas y de Apoyo

Existen factores que están vinculados o relacionadas con clientes y proveedores, con la finalidad de generar un perfil adecuado de los clientes o consumidores, y de esa forma conseguir clientes potenciales, contar con una gran variedad de productos de portafolio, establecimiento de alianzas con los proveedores, e identificar el nivel de satisfacción de los clientes.

Por otro lado según el máximo exponente de la competitividad refiere a que las industrias conexas y de apoyo determinan su ventaja competitiva, es decir las empresas se benefician cuando estas tienen proveedores, estas empresas relacionadas forman parte de la organización de suministros y le proporciona gran ventaja puesto que le permite obtener un ahorro de los costos. Al realizarse un ahorro en los costos se evalúa la capacidad de organización logística de la empresa, esta capacidad implica la realización de actividades posteriores que permiten la distribución y comercialización de los productos.

Según Balza-Franco y Cordona-Arbelaiz (2020) mencionan que “el cluster logístico es un aspecto muy importante para aquellas empresas dedicadas al transporte y comercio de sus mercancías, muchas de las empresas optan por esta modalidad de cluster por que les permite reducir los costos” (p. 48) del mismo modo les permite ser más competitivos en los mercados con características de clusters. Es decir, que los clústeres logísticos son aglomeraciones de empresas y funciones de negocios que se concentran en un solo lugar geográfico bajo una misma actividad empresarial y comparten las



experticias y know-how respecto al rubro de negocios para beneficiarse de los costos y servicios.

En tal sentido, los clústeres adquieren mayor importancia ya que gracias a ellas se logra grandes repercusiones empresariales, generan mayor riqueza nutren las relaciones con los clientes, tecnologías, y canales de distribución.

3.3. Marco conceptual

a) Competitividad

Según Mathews citado por Gamarra Motta Y Cespedes Mendoza, (2018) sostiene que “a nivel institucional/empresarial, se define la competitividad como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por sus recursos y su habilidad para obtener rendimientos mayores a los de sus competidores”.

b) Competitividad empresarial.

“Hablamos de competitividad empresarial al hacer referencia a las diferentes estrategias y métodos que las diversas entidades comerciales llevan a cabo con tal de no solo obtener los mejores resultados, sino también de que esos resultados, sino los mejores en el rubro. Así, las empresas realizan diferentes campañas en las que, a través de elementos como publicidad, calidad del producto o servicio, confianza, efectividad o tradición apelan a diferentes clientes que pueden ya existir o que pueden generarse a partir del momento”

c) Gestión

“Hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. Las gestiones también la dirección o administración de una compañía de un negocio”.

d) Productividad

“Es la parte fundamental en la empresa que ayuda en crecimiento tanto económico como también en las ventas. Según Jiménez citado por Salas Delgado (2019) menciona que “Productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.” Es así que, cuando



se tenga mayor productividad, la empresa tendrá una mayor competencia en el mercado”.

e) Competencia

“Incluye todas las ofertas rivales actuales o potenciales, y todos los bienes sustitutos que el comprador puede tener en cuenta. Podemos distinguir cuatro niveles de competencia con la función del grado de sustitución de los productos”.

f) Estrategia

Es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento.

g) Eficiencia

“Capacidad para reducir al mínimo los recursos usados para alcanzar los objetivos de la organización. hacer las cosas bien”.

h) Estrategia

“Esquema que contiene la determinación de los objetivos o propósitos de largo plazo de la empresa y los cursos de acción a seguir. Es la manera de organizar los recursos”.

i) Función productiva

“Conjunto de actividades laborales que son necesarias para lograr uno o varios objetivos específicos de trabajo con relación al propósito general de un área de competencia o de una organización productiva”.

j) Innovación

“Selección creadora, organización y utilización de recursos humanos y materiales bajo una forma nueva y original conducente a una mejor consecución de los fines y objetivos definidos. El esfuerzo de innovación debe ser continuado, con visitas a una utilización óptima de las facilidades y a la consecución del modelo ideal propuesto. Gracias a la innovación un sistema educativo puede acelerar su evolución”

k) Investigación y desarrollo (I+D)

“Se entiende por I+D cualquier trabajo creativo llevado a cabo en forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos, incluido el conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad y el uso de éstos para derivar nuevas aplicaciones. Comprende: Investigación Básica, Investigación Aplicada y Desarrollo Experimental”

l) Liderazgo

“Proceso que ayuda a dirigir y movilizar personas y/o ideas. Influencia interpersonal



ejercida en una situación, dirigida a la consecución de un objetivo”

m) Nivel de competencia

“Grado de autonomía y de complejidad de conocimientos, habilidades y destrezas que son aplicados en el desempeño de una función productiva”.

n) Objetivos

“Son resultados concretos a lograrse en plazos predeterminados por medio de acciones estratégicas y metas claramente diseñadas”.

o) Productividad

“Medida del rendimiento que influye la eficacia y la eficiencia por medio del control de las Salidas sobre Entradas”.

p) Tecnología

“La forma en que la organización convierte insumos en bienes o servicios”.

q) Mercado

“Conjunto de consumidores que comparten la misma necesidad o deseo que puedan ser satisfechos con los productos o servicios de una compañía”.

r) Satisfacción

“Es la diferencia entre los beneficios que el cliente esperaba de este producto o servicio antes de consumirlo, y los beneficios que dichos productos le han aportado en realidad”.

s) Valor

“Desde el punto de vista del consumidor, el precio suele usarse para indicar el valor cuando se asocia a los beneficios percibidos por un producto o servicio”.



CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de Investigación

4.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se ha considerado es el tipo básica, de acuerdo al propósito que se ha propuesto buscar ha sido incrementar o enriquecer los conocimientos a las ciencias administrativas o las investigaciones realizadas con anterioridad. Por ello se ha considerado a Carrasco Díaz (2009) donde manifiesta que “es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos”. (p. 43). Por ello, el propósito ha sido buscar información y enriquecer el conocimiento a través de la descripción del nivel de competitividad de las microempresas del sector comercio en el rubro de las ferreterías.

Por otro lado, también se ha considerado a Torres Bernal (2010) donde señala que “la investigación básica o pura es la que se realiza con el propósito de acrecentar los conocimientos teóricos para el progreso de una determinada ciencia, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas” (p. 67).

4.1.2. Nivel de investigación

En el presente trabajo de investigación se optó por desarrollar el nivel descriptivo porque tiene el propósito de describir la realidad, teniendo en cuenta a (Hernandez Sampieri et al. (2014) donde manifiesta que “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir, o recoger información de manera independiente”. (p. 92) Por otro lado, según Carrasco (2009), “la investigación descriptiva refiere las características, cualidades ya sean internas o externas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad, en un momento y tiempo



histórico concreto y determinado” (p. 42). En ese sentido el presente trabajo de investigación se desarrolló en el nivel descriptivo el cual consistirá en llegar a conocer las actitudes y comportamientos del objeto a estudiar en donde se predomina la descripción de sus caracteres, actitudes; como es el caso del estudio de investigación que está enfocada a describir el nivel de competitividad empresarial.

4.2. Diseño de investigación

El diseño se ha considerado el no experimental, de acuerdo Arias (2006) “El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio, La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p. 67). Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel descriptivo en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Por otro lado, se ha considerado a Hernández Sampieri et al. (2014) donde sostiene que “La investigación se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 75) por lo cual en el estudio no se ha pretendido de manera alguna manipular las variables de estudio, además, se considera de tipo transeccional o transversal porque los datos han sido tomados en un solo momento.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

Según Ñaupas et al., (2018) mencionan que “la población puede ser definida como el total de las unidades de estudio, que contienen las características requeridas, para ser consideradas como tales. Estas unidades pueden ser personas, objetos, conglomerados, hechos o fenómenos, que presentan las características requeridas para la investigación” (p. 89) Teniendo en cuenta esta definición la población del trabajo de investigación estuvo conformada por los empresarios y trabajadores del rubro de las ferreterías en la ciudad de Abancay.

4.3.2. Muestra

La muestra representa parte de la poblacional a ser estudiada, la cual brindara información para el desarrollo de la investigación se ha determinado a la muestra de censal. Según Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018) donde plantean que “la muestra representa el subgrupo de la población o universo de los cuales se



recolectara los datos pertinentes para la investigación” (p. 67) es decir, la población que se ha tomado en cuenta para el presente estudio, han sido una muestra censal por ser una población finita.

4.4. Procedimiento

En el presente trabajo de investigación ha desarrollado el procedimiento de acuerdo a los lineamientos del enfoque cuantitativo, por ello se aplicó los procedimientos y técnicas que son propiamente para este tipo de estudios, previamente al aplicar el trabajo de campo se ha realizado la validez y confiabilidad del instrumento, mediante la encuesta piloto, una vez realizado la prueba del instrumento se ha procedido a la aplicación del instrumento a toda la muestra, luego se ha procedido a realizar el análisis de datos, se ordenó y se clasificó la información, aplicando a la población de estudio, donde se registrará la información de manera manual utilizando el procesador de textos en Excel para luego realizar el análisis estadístico del SPSS, para realizar el procesamiento del análisis de los datos.

4.5. Técnicas e instrumentos

4.5.1. Técnica

La técnica que se ha considerado en el estudio ha sido la encuesta, este tiene como finalidad obtener informaciones sobre las variables de estudio, de acuerdo Naresh (2016), donde señala que “las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando el instrumento cuestionario. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que está diseñado para obtener información específica” (p. 67)

Para el análisis e interpretación de los datos utilizados en la técnica de análisis de contenido como para la herramienta bajo un enfoque cuantitativo. Por ello se ha considerado lo manifestado por Palella Stracuzzi y Martino Pestana, 2012) donde sostienen ue “Una técnica es una forma particular para aplicar un método y está referida a los procedimientos empleados para la recolección y tratamiento dedatos. Representa los medios auxiliares con que cuenta un investigador para aprender el estudio con un fin específico” (p. 34)

Por otra parte, las técnicas utilizadas estuvieron determinadas según el tipo de investigación que se realice, estableciéndose herramientas para cada técnica, así como los instrumentos utilizados. De acuerdo a Ander- Egg (2011) donde señala que “Las técnicas y procedimientos de recogida de datos e información son muy



variados. Cada uno de ellos con sus potencialidades y debilidades y con diferentes grados de complejidad en su aplicación.” (p.117). por ello, la recolección de los datos del presente estudio se ha realizado considerando las unidades de análisis específico, con la finalidad de obtener datos relevantes. En el presente trabajo de investigación se aplicó la técnica de la encuesta, porque la técnica es propicia para los trabajos de investigación social y con enfoque cuantitativo, en este mismo sentido. “Una técnica es una forma particular para aplicar un método y está referida a los procedimientos empleados para la recolección y tratamiento de datos. Representa los medios auxiliares con que cuenta un investigador para aprender el estudio con un fin específico” (Palella Stracuzi y Martins Pestana, 2012, p. 82).

4.5.2. Instrumentos

Para el presente trabajo se ha utilizado el instrumento del cuestionario para recoger la información de la población de estudio, que estaba comprendido básicamente de los empresarios de la microempresa del rubro de las ferreterías, el instrumento nos ha permitido conocer de manera directa la percepción que tienen respecto a la competitividad de las empresas donde desarrollan sus actividades empresariales en la ciudad de Abancay. Por ello se ha considerado lo señalado por Bernal (2010) argumenta que “El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación” (p. 250). Esto indica que, el cuestionario realizado para la investigación consistirá en un conjunto de preguntas respecto a la variable que vamos a medir, siendo esta el nivel de competitividad.



CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1. Análisis de resultados

Para la variable nivel de competitividad de la micro y pequeña empresa del rubro ferretería en la ciudad de Abancay, se consideró 16 ítems, se encuestó a empresarios de la micro y pequeña empresa, en donde se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 4

Distribución de los ítems del cuestionario

| Variable | Dimensines | Ítems |
|-------------------------|-----------------------|----------------|
| Nivel de competitividad | Getion empresarial | 1,2,3,4,5,6 |
| | Gestión de procesos | 7,8,9,10,11,12 |
| | Gestión de innovación | 13,14,15,16 |

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escalade medición e interpretación.

Tabla 5

Baremación y escala de interpretación de competitividad empresarial

| Dimensión o Variable | Valores | Interpretación |
|-------------------------|---------|----------------|
| Gestión empresarial | 6 - 14 | Bajo |
| | 14 - 22 | Medio |
| | 22 - 30 | Alto |
| Gestión de procesos | 6 - 14 | Bajo |
| | 14 - 22 | Medio |
| | 22 - 30 | Alto |
| Gestión de innovación | 4 - 9 | Bajo |
| | 9 - 14 | Medio |
| | 14 - 20 | Alto |
| Nivel de competitividad | 16 - 37 | Bajo |
| | 37 - 58 | Medio |
| | 58 - 80 | Alto |



5.1.1. Fiabilidad del instrumento aplicado

La fiabilidad nos indica del índice de consistencia donde nos permite medir si un instrumento tiene la fiabilidad suficiente para ser aplicado, si su valor está por debajo de 0.6 el instrumento que se está evaluando, presenta una variabilidad heterogénea en sus ítems y por tanto nos llevará a conclusiones equivocadas, para lo cual se considera la siguiente tabla:

Tabla 6

Niveles de confiabilidad

| Valores | Nivel |
|----------------|------------------------|
| De -1 a 0 | No es confiable |
| De 0.01 a 0.49 | Baja confiabilidad |
| De 0.50 a 0.75 | Moderada confiabilidad |
| De 0.76 a 0.89 | Fuerte confiabilidad |
| De 0.90 a 1.00 | Alta confiabilidad |

Nota: Nivel de confiabilidad estará dada por los valores mencionados en, Hogan(2004).

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se trabajó en el programa estadístico SPSS y Excel cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 7

Estadísticas de fiabilidad con Alfa de Cronbach

| Variable | N de elementos | Alfa de crnbach |
|-------------------------|----------------|-----------------|
| Nivel de competitividad | 16 | 0.829 |

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.829 por lo que se establece que el instrumento tiene fuerte confiabilidad.

5.2. Contratación de las hipótesis

5.2.1. Hipótesis general

Conocer el nivel de competitividad de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018.



En la tabla y figura se observa que el 60% de los empresarios de la microempresa tiene nivel de competitividad empresarial alto, mientras que el 40% de ellos tiene nivel de competitividad empresarial medio y ningún microempresario tiene nivel de competitividad bajo.

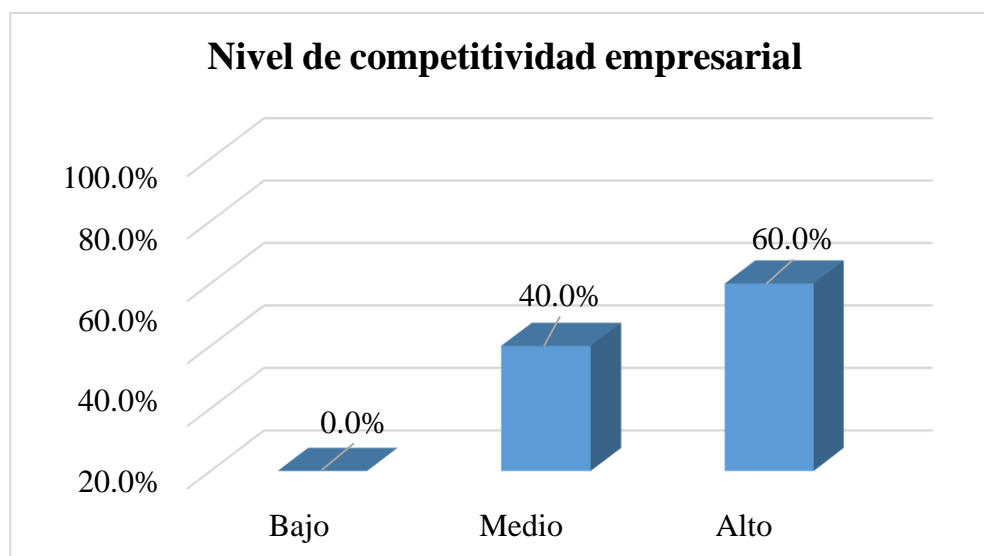
Tabla 8

Nivel de competitividad empresarial

| Nivel de competitividad empresarial | F | % |
|-------------------------------------|----|--------|
| Bajo | 0 | 0.0% |
| Medio | 18 | 40.0% |
| Alto | 27 | 60.0% |
| Total | 45 | 100.0% |

Figura 2

Nivel de competitividad empresarial



5.2.1.1. Hipótesis específica 1

Estimar el nivel de gestión empresarial de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018.

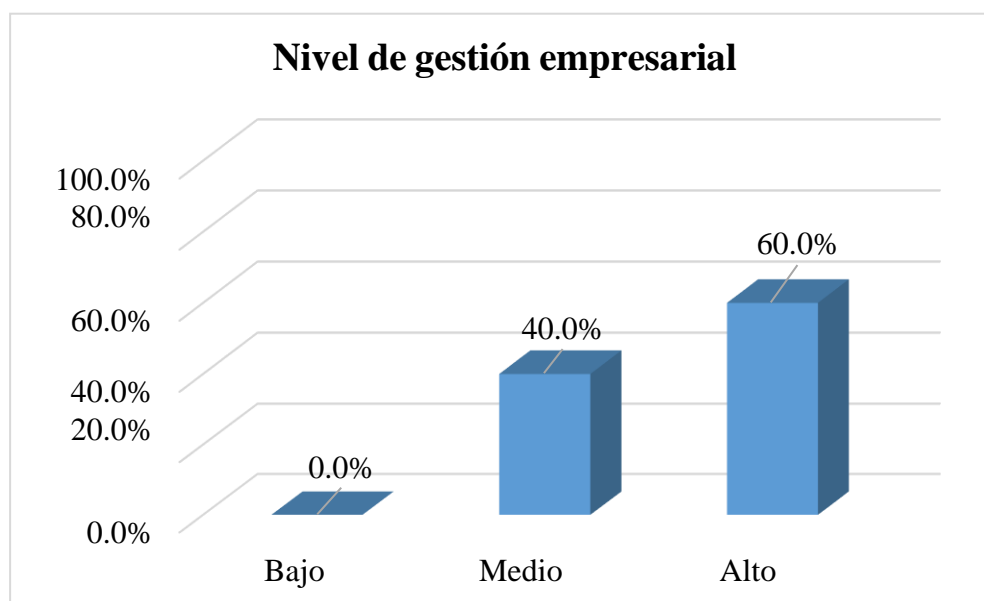
En la tabla y figura se observa que el 60% de los empresarios de la microempresatiene nivel de gestión empresarial alto, mientras que el 40% tiene nivel de gestiónempresarial medio y ningún empresario tiene nivel de gestión empresarial bajo.



Tabla 9
Nivel de gestión empresarial

| Nivel de Gestión empresarial | F | % |
|------------------------------|----|--------|
| Bajo | 0 | 0.0% |
| Medio | 18 | 40.0% |
| Alto | 27 | 60.0% |
| Total | 45 | 100.0% |

Figura 3
Nivel de gestión empresarial



5.2.1.2. Hipótesis específica 2

Estimar el nivel de gestión de procesos de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018. En la tabla y figura se observa que el 77,8% de los empresarios de la microempresa tiene nivel de gestión de procesos medio, mientras que el 22,2% de ellos tiene nivel de gestión de procesos alto y ningún empresario tiene nivel de gestión de procesos bajo.



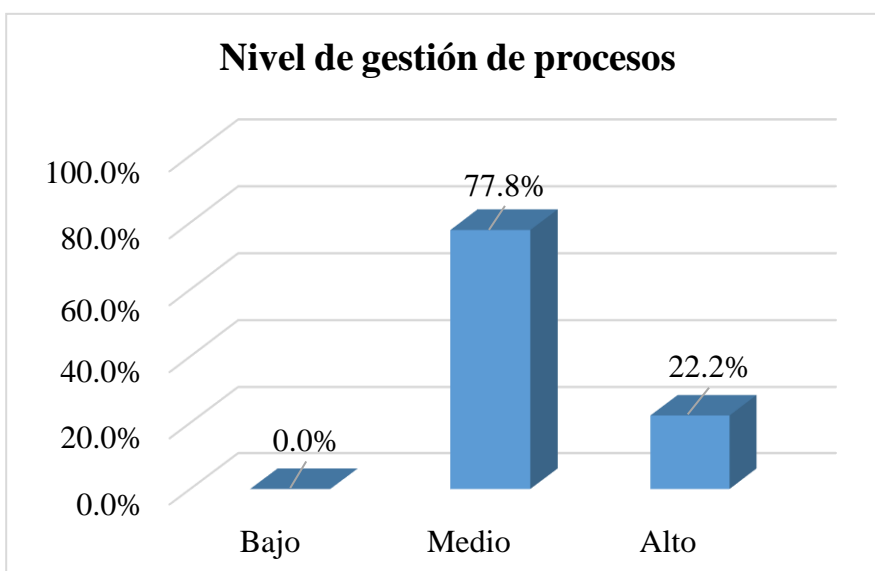
Tabla 10

Nivel de gestión de procesos

| Nivel de Gestión de procesos | F | % |
|-------------------------------------|-----------|---------------|
| Bajo | 0 | 0.0% |
| Medio | 35 | 77.8% |
| Alto | 10 | 22.2% |
| Total | 45 | 100.0% |

Figura 4

Nivel de gestión de procesos



5.2.1.3. Hipótesis específica 3

Estimar el nivel de gestión de innovación de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018.

En la tabla y figura se observa que el 73,3% de los empresarios de la microempresa tiene nivel de gestión de innovación alto, mientras que el 26,7% de ellos tiene nivel de gestión de innovación de procesos medio y ningún empresario tiene nivel de gestión de innovación bajo.



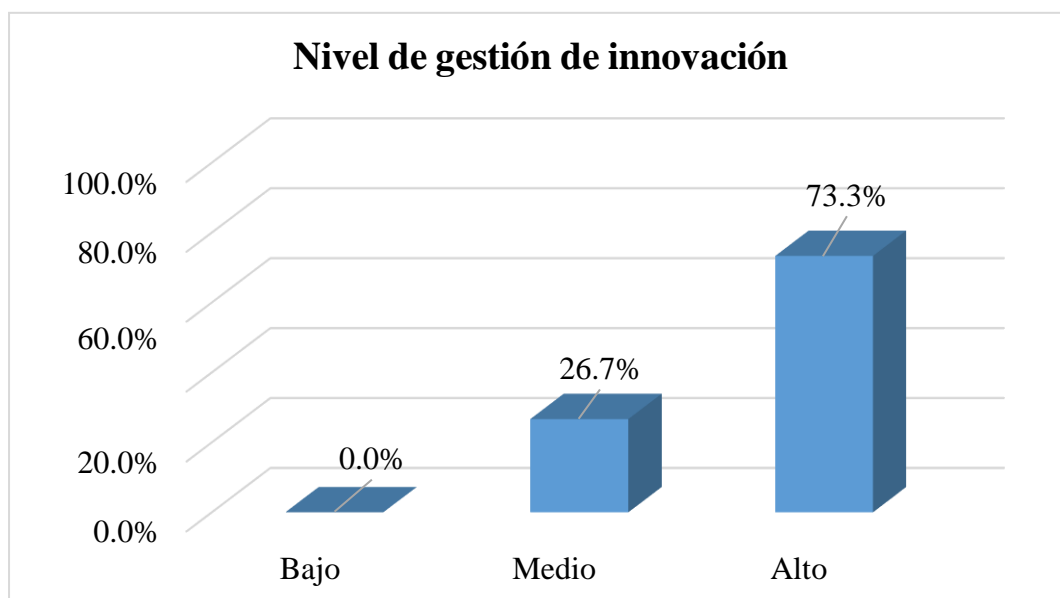
Tabla 10

Nivel de gestión de innovación

| Nivel de Gestión de innovación | F | % |
|--------------------------------|----|--------|
| Bajo | 0 | 0.0% |
| Medio | 12 | 26.7% |
| Alto | 33 | 73.3% |
| Total | 45 | 100.0% |

Figura 5

Nivel de gestión de la innovación



5.2.2. Descripción de datos socio demográfico

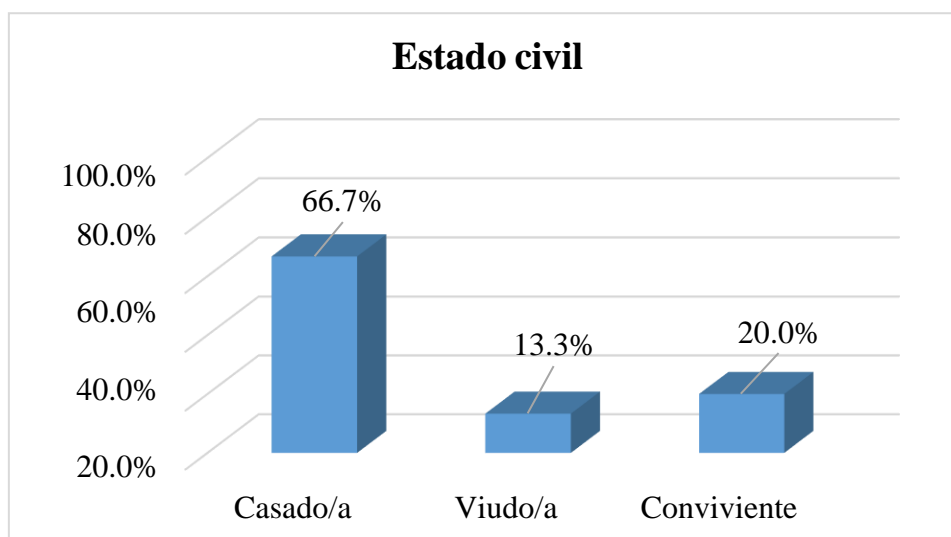
En la tabla y figura se observa que el 66,7% de los empresarios de la microempresa está casado/a, mientras que el 20% se encuentra conviviendo y solo el 13,3% de los empresarios tiene la condición de viudo.



Tabla 11
Estado civil

| Estado Civil | F | % |
|---------------------|----------|----------|
| Casado/a | 30 | 66.7% |
| Viudo/a | 6 | 13.3% |
| Conviviente | 9 | 20.0% |
| Total | 45 | 100.0% |

Figura 6
Estado civil



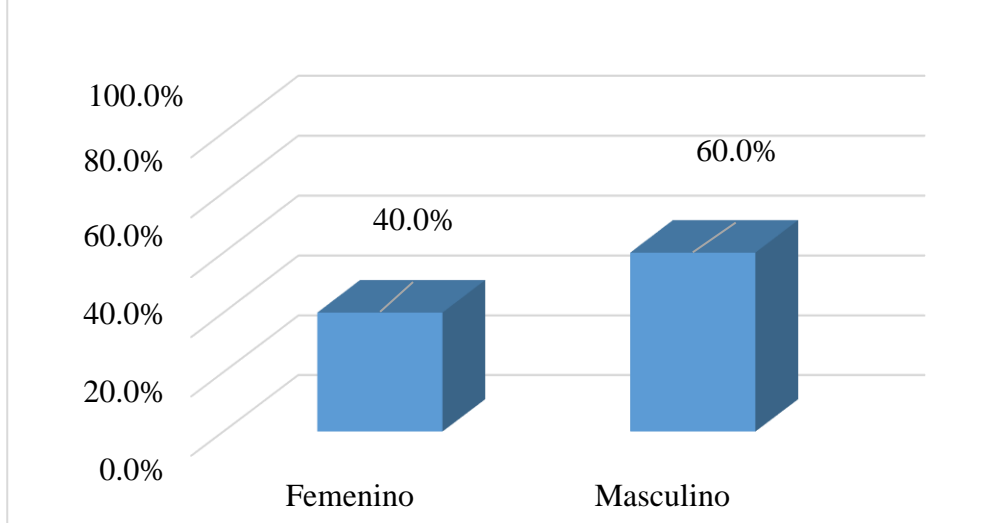
En la tabla y figura se observa que el 60% de los empresarios de la microempresas de sexo masculino, mientras que el 40% es de sexo femenino

Tabla 12
Sexo

| Sexo | F | % |
|-------------|----------|----------|
| Femenino | 18 | 40.0% |
| Masculino | 27 | 60.0 % |
| total | 45 | 100.0 % |

Figura 7

Sexo



En la tabla y figura se observa que el 62,2% de los empresarios de la microempresa son mayores de 40 años, mientras que el 37,8% tiene entre 31 a 40 años de edad y ningún empresario están considerados menores de 30 años.

Tabla 13

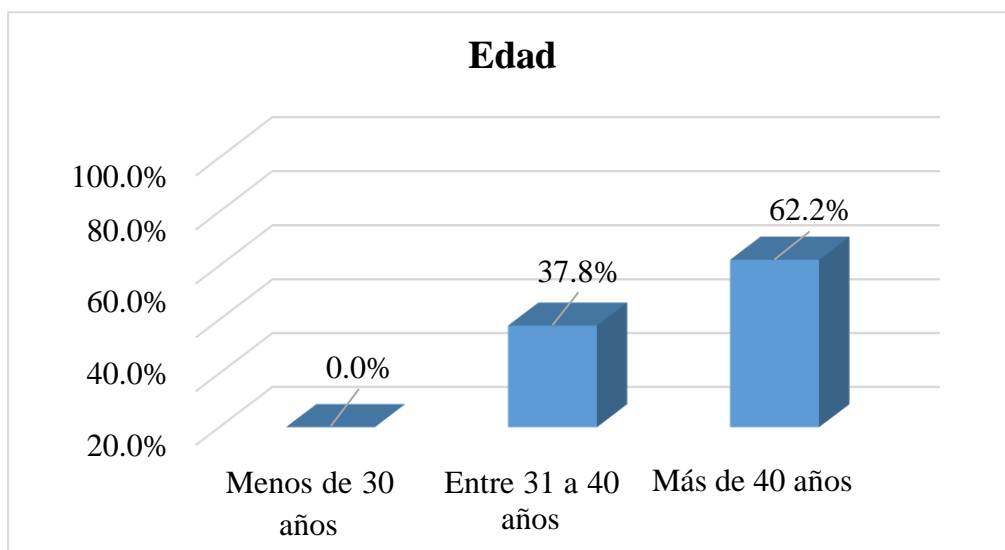
Edad

| Edad | F | % |
|--------------------|----|--------|
| Menos de 30 años | 0 | 0.0% |
| Entre 31 a 40 años | 17 | 37.8% |
| Más de 40 años | 28 | 62.2% |
| Total | 45 | 100.0% |



Figura 9

Edad



En la tabla y figura se observa que el 77,8% de los empresarios de la microempresa tiene más de 5 años de experiencia en el rubro ferretería, mientras que el 22,2% tiene de 2 a 5 años de experiencia en el rubro y ningún microempresario tiene menos de 1 año de experiencia en el rubro ferretería.

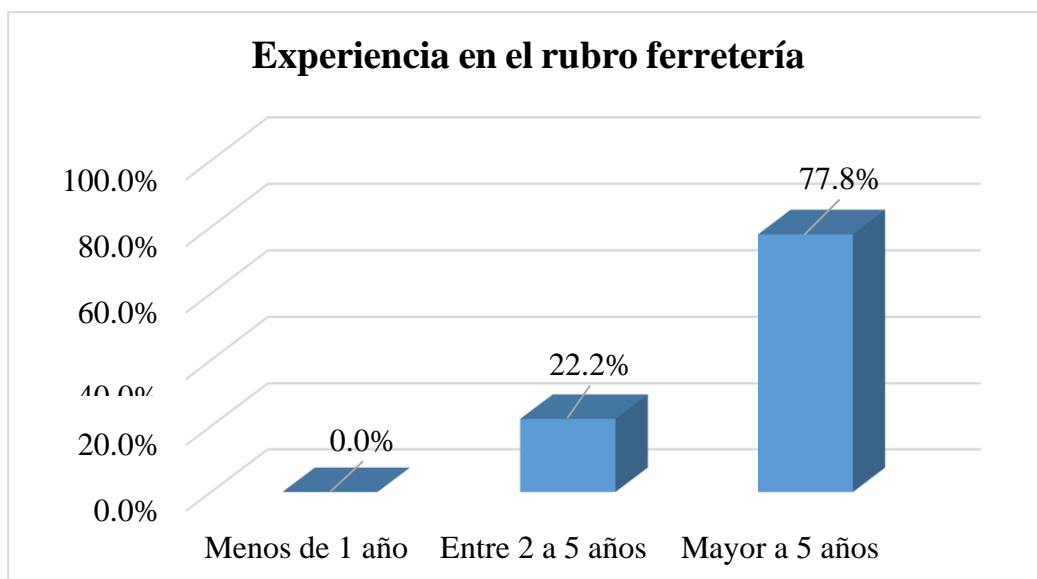
Tabla 14

Experiencia en el rubro ferretería

| Experiencia en el rubro ferretería | F | % |
|------------------------------------|----|--------|
| Menos de 1 año | 0 | 0.0% |
| Entre 2 a 5 años | 10 | 22.2% |
| Mayor a 5 años | 35 | 77.8% |
| Total | 45 | 100.0% |



Figura 10
Experiencia en el rubro de la ferretería



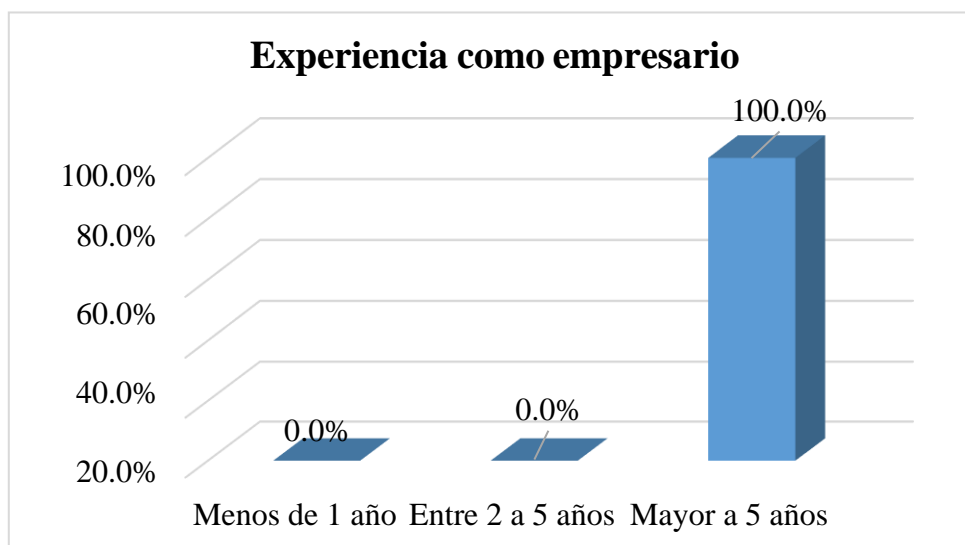
En la tabla y figura se observa que el 100% de los microempresarios tiene más de 5 años de experiencia como empresario por lo que ninguno de ellos tiene menor experiencia a esta.

Tabla 15
Experiencia como empresario

| Experiencia como empresario | F | % |
|-----------------------------|----|--------|
| Menos de 1 año | 0 | 0.0% |
| Entre 2 a 5 años | 0 | 0.0% |
| Mayor a 5 años | 45 | 100.0% |
| Total | 45 | 100.0% |



Figura 11
Experiencia como empresario



En la tabla y figura se observa que el 64,4% de los empresarios de la microempresaha culminado educación secundaria, mientras que el 17,8% solo ha culminado educación primaria y solo el 8,9% de empresarios ha culminado educación universitaria, así como el 8,9% que ha culminado educación técnica.

Tabla 16
Nivel de educación

| Nivel de educación | F | % |
|--------------------|----|--------|
| Primaria | 8 | 17.8% |
| Secundaria | 29 | 64.4% |
| Técnica | 4 | 8.9% |
| Universitario | 4 | 8.9% |
| Total | 45 | 100.0% |

5.3. Discusión

Tras describir y analizar los diferentes resultados obtenidos de las investigaciones, se procede ahora describir el análisis de las discusiones y conclusiones que sirvan para consolidar los resultados obtenidos en el presente estudio, al tiempo que suponga una



futura línea para nuevas investigaciones.

A partir de los hallazgos encontrados, se puede concluir que las empresas dedicadas al rubro de las ferreterías en la ciudad de Abancay, se ha encontrado que el 60% de las empresas encuestadas alcanzan un alto nivel de competitividad empresarial, mientras que el 40% de ellos tiene nivel de competitividad empresarial medio y ninguna empresa ha demostrado tener un bajo nivel de competitividad.

Los resultados hallados en el presente estudio guardan relación con lo hallado por Torres Marín, Yudy Alejandra (2020) en su trabajo de investigación intitulada “Factores De Competitividad Sistémica Del Sector Textil En El Centro De La Ciudad De Ibagué-Tolima”. Las conclusiones a los que ha llegado en la investigación han demostrado que la competitividad empresarial del sector textil, en el nivel meso ha sido desarrollado en un nivel más alto, en el nivel macro las empresas son menos desarrolladas, las características de cada uno muestran que las empresas que pertenecen al sector textil cuentan con formación educativa, tecnología, desarrollo político y apoyo institucional, pero a pesar de ello existe incertidumbre política y normativa el cual requiere mayores esfuerzos en consolidar redes políticas que involucren la participación de empresas del clúster textil.

Pero, en lo que no concuerda el presente estudio ha sido con los resultados obtenidos presentado por Valdez Reto, Fabio Martin (2019) en su trabajo de investigación intitulada “Factores Condicionantes del Sector Textil en la Competitividad Empresarial de las Mypes del Clúster De Gamarra – 2018. Los resultados obtenidos a partir de la investigación refieren los factores condicionantes del sector textil se requirieron herramientas relacionadas a las TICS, por otra parte, las estrategias relacionadas a la competitividad empresarial como los precios y la falta de estudios de mercado, por lo que estos factores influyen significativamente en los factores condicionantes de la competitividad empresarial de las mypes del clúster de Gamarra durante el año 2018

Por lo que se puede concluir que debido a que el mayor nivel de competitividad se encuentra en las propias organizaciones, pero sin embargo, los factores que influyen en el entorno empresarial, influyen de manera determinante el comportamiento de las empresas en el corto, mediano y largo plazo, la influencia de parte del entorno empresarial se puede presentar de manera positiva o negativa, por lo cual se puede determinar que, para alcanzar un mayor nivel de competitividad empresarial se debe conocer el entorno interno y externo de las empresas para ser mas competitivos en el sector empresarial.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Por lo tanto, se arribó a las siguientes conclusiones:

Primera: De acuerdo al planteamiento del objetivo general propuesto en el presente estudio, Conocer el nivel de competitividad de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la Ciudad de Abancay. Año 2018. Se determinó que existe un 60% de las empresas que han participado en las encuestas tiene nivel alto de competitividad empresarial, mientras que el 40% de ellos tiene nivel de competitividad empresarial medio y ningún microempresario tiene nivel de competitividad bajo. En consecuencia, se puede afirmar que las empresas del rubro de las ferreterías tienen un mejor desenvolvimiento a nivel empresarial y esto les permite ser competitivos.

Segunda: De acuerdo a lo planteado en primer objetivo específico, Estimar el nivel de gestión empresarial de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018. Se determinó que existe un 60% de las empresas que ha participado en el estudio, alcanzan un nivel alto de gestión empresarial, mientras que el 40% tiene nivel de gestión empresarial medio y ningún microempresario tiene nivel de gestión empresarial bajo. En consecuencia, se puede afirmar que las empresas del rubro de las ferreterías tienen un mejor desenvolvimiento a nivel empresarial mediante la gestión empresarial y esto les permite ser competitivos

Tercera: Respecto al segundo objetivo específico planteado en el presente estudio, estimar el nivel de gestión de procesos de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018. Se determinó que existe un 77,8% de las empresas que ha participado en el presente estudio que alcanzaron un nivel alto de competitividad de gestión de procesos medio, mientras que el 22,2% de ellos tiene nivel de gestión de procesos alto y ningún microempresario tiene nivel de gestión de procesos bajo. En consecuencia, se puede afirmar que las empresas del rubro de las ferreterías



tienen un mejor desenvolvimiento a nivel empresarial de la gestión de procesos y esto les permite ser competitivos.

Cuarta: Respecto al segundo objetivo específico planteado en el presente estudio, estimar el nivel de gestión de innovación de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la ciudad de Abancay. Año 2018. Se determinó que existe un 73,3% de las empresas que han participado en el presente estudio, tiene nivel de gestión de innovación alto, mientras que el 26,7% de ellos tiene nivel de gestión de innovación de procesos medio y ningún microempresario tiene nivel de gestión de innovación bajo. En consecuencia, se puede afirmar que las empresas del rubro de las ferreterías tienen un mejor desenvolvimiento a nivel empresarial de la gestión de la innovación y esto les permite ser competitivos.

6.2. Recomendaciones

Primera: En relación al objetivo principal que es conocer el nivel de competitividad de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la Ciudad de Abancay. Año 2018. Al confirmar que existe un alto nivel de competitividad empresarial. Por lo tanto, se recomienda a los empresarios del rubro de ferreterías realizar con frecuencia un análisis del entorno empresarial con el propósito de lograr una sostenibilidad empresarial a largo plazo, también se recomienda a la comunidad académica e investigadores que a partir de los resultados hallados en el presente estudio puedan profundizar sobre las variables de estudio en un nivel que permita conocer a mayor profundidad sobre el tema de estudio.

Segunda: Con respecto al primer objetivo específico que es conocer Estimar el nivel de gestión empresarial de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la Ciudad de Abancay. Año 2018.

Al confirmar que existe un alto nivel de gestión empresarial. Por lo tanto, se recomienda a los empresarios del rubro de ferreterías realizar con frecuencia un análisis del entorno empresarial con el propósito de lograr una sostenibilidad empresarial a largo plazo, también se recomienda a la comunidad académica e investigadores que a partir de los resultados hallados en el presente estudio puedan profundizar sobre las variables de estudio en un nivel que permita conocer a mayor profundidad sobre el tema de estudio.

Tercera: Con respecto al segundo objetivo específico que es conocer el nivel de gestión de procesos de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la Ciudad de Abancay. Año 2018.

Al confirmar que existe un alto nivel de gestión de procesos. Por lo tanto, se recomienda a los empresarios del rubro de ferreterías realizar con frecuencia un análisis del entorno



empresarial con el propósito de lograr una sostenibilidad empresarial a largo plazo, también se recomienda a la comunidad académica e investigadores que a partir de los resultados hallados en el presente estudio puedan profundizar sobre las variables de estudio en un nivel que permita conocer a mayor profundidad sobre el tema de estudio.

Cuarta: con respecto al tercer objetivo específico que es conocer el nivel de gestión de la innovación de la micro y pequeña empresa del rubro de ferretería en la Ciudad de Abancay. Año 2018.

Al confirmar que existe un alto nivel de gestión de la innovación. Por lo tanto, se recomiendo a los empresarios del rubro de ferreterías realizar con frecuencia un análisis del entorno empresarial con el propósito de lograr una sostenibilidad empresarial a largo plazo, también se recomienda a la comunidad académica e investigadores que a partir de los resultados hallados en el presente estudio puedan profundizar sobre las variables de estudio en un nivel que permita conocer a mayor profundidad sobre el tema de estudio.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almanza Jimenez, R., Calderón Campos, P., & Vargas-Hernandez, J. (2018). Los factores internos de las pymes y su influencia en la competitividad. *Horizontes empresariales*, 4-20. Obtenido de <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/HHEE/article/view/3907/3654>
- Ander-Egg, E. (2011). *Aprender a investigar nociones basicas de la investigacion social*. Córdoba - Argentina: Brujas.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.
- Arriagada, K., & Gonzales, T. (2012). Diseño y validación de instrumento para medir el nivel de competitividad en Pequeñas Empresas del sector TIC de la Región Metropolitana. *Gestion de las personas y tecnologia* , 179-189.
- Balza-Franco, B., & Cordona-Arbelaez, D. (2020). La relación entre logistica, cadena de suministros y competitividad: una revisión de literatura. *Espacios*, 179-196. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n19/a20v41n19p13.pdf>
- Bernal Torres, C. (2016). *Metodología de la Investigacion* (Novena ed.). Bogota: Pearson.
- Bernal, C. (2010). *"Metodología de la Investigación para Ciencias Sociales"*. Colombia: Pearson.
- Blum, M., & Naylor, J. (1990). *Psicologia Industrial (sus fundamentos teoricos y sociales)*. Mexico: Trillas.
- Camara de Comercio de Lima. (2019). La competitividad en el Perú. *Revista empresarial*, 6-11. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://apps.camaralima.org.pe/RepositorioAPS/0/0/par/EDICION907/EDICION%20DIGITAL%20907.pdf](https://apps.camaralima.org.pe/RepositorioAPS/0/0/par/EDICION907/EDICION%20DIGITAL%20907.pdf)
- Carrasco Diaz, S. (2009). *Metodología de la investigacion cientifica*. Lima - Perú: San Marcos.
- Carrasco, Diaz, S. (2009). *Metodologia de la Investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Castaño Montes, L. Y., & Gutierrez Castro, A. M. (2011). *Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del area Metropolitana del Centro*



de Occidente Amco. Colombia. Obtenido de
e <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/bbc6a09c-e31c-43d2-a4b8-d8da8fac6f3b/content>

Chiavenato, I. (2001). *Administración de los Recursos Humanos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Davis, K., & Newstrom, J. (2001). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: Mc Graw Hill.

De León, S., Perez Villalba, E., & Palacio Muñoz, V. H. (1997). Analisis cualitativo de la competitividad de las empresas frutícolas del Soconusco, Chiapas. *Centro de investigación económicas*, 1-21.

Estrada Bárcenas, R., Garcia Pérez de Lema, D., & Sánchez Trejo, V. G. (2017). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: estudio empírico en México. *Instituto*

de ciencias económico administrativas, 1-24. Obtenido de

https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SistOrgSocMedEfec/estrada_barcelona_s_roberto/factores_exito_competitivo_estrada_garcia_y_sanchez_2009.pdf

Fajnzylber, F. (2006). Una visión renovadora del desarrollo de América Latina. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*, 96. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2458/S0600410.pdf?sequence=1>

Ferre Trenzano, J. (1995). *Marketing y Competitividad*. Madrid España: Ediciones Diaz Santos S.A.

Franco Concha, P. (2013). *Planes de negocio una metodología alternativa*. Lima - Perú: Universidad del Pacífico.

Gomez Bastar, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Estado de Mexico: Red del Tercer Milenio. Obtenido de <https://docplayer.es/15472163-Metodologia-de-la-investigacion.html>

Guillén Guzmán, G. (2011). *LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN*. Tesis para optar el Grado de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Nacional Micaela

Bastidas, Apurímac. Obtenido de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/275>



- Hellriegel, D., & Woodman, J. (2003). *Comportamiento Organizacional* (Doceava ed.). Mexico: Internacional Thomson Editores.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a.ed. ed.). Mexico: McGraw Hill Education.
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2007). *Administración Estratégica*. D.F. Mexico: Cengage Learning Editores S.A.
- Ibarra Cisneros, M. A., Gonzales Torres, L. A., & Demuner Flores, M. D. (2016). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 107-130. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Ciudad de Mexico: Pearson Educacion.
- Linarez, C. (2009). *Investigacion de Mercados*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Mendez Álvarez, C. E. (1995). *Metodología, guía para elaborar diseño de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Bogotá - Colombia: McGraw Hill.
- Morales Gonzales, M. A., & Pech Vázquez, J. L. (2000). El enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y Administración*, 47-63. Obtenido de <http://www.ejournal.unam.mx/rca/197/RCA19705.pdf>
- Naresh, M. (2016). *Investigacion de mercados*. Ciudad de Mexico: Pearson.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Rmero, H. (2018). *Metodología de la investigación*. Bogotá - Colombia: Ediciones de la U.
- Parella Stracuzzi, S., & Martino Pestana, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas - Venezuela: FEDUPEL. Obtenido de <https://issuu.com/originaledy/docs/metodologc3ada-de-la-investigac3b>
- Porter, M. (1996). *Ventaja Competitiva*. Mexico: Continental S.A. de C.V. Mexico.
- Porter, M. (2008). *Estrategia Competitiva*. México: Grupo editorial Patria S.A. Obtenido de https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA_COMPETITIVA_T%C3%A9cnicas_para_el_an%C3%A1lisis_de_los_sector_y_de_la_competencia
- Porter, M. E. (1985). *Ventaja Competitiva*. New York: Simon & Schuster Inc.



- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional* (Décima ed.). Mexico: Person Pretince Hall.
- Rubio Bañon, A., & Aragón Sánchez, A. (2007). Recursos estratégicos en las Pymes. *Recursos estrategicos en las pymes*, 103-126. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/40885790_Recursos_estrategicos_en_las_P_YMEs
- Soto Escobedo, E. (2019). *Factores determinantes de la competitividad empresarial en Mypese establecimientos de hospedaje en la Ciudad del Cusco periodo 2017*. Cusco Perú. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3104/RESUMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. D.F. Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Stringer, R. (2001). *Liderazgo y Clima Organizacional*. New Yersey: Pretince-Hall.
- Suñol, S. (2006). Aspectos teoricos de la Competitividad. *Ciencia y Sociedad*, 179-198. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Torres Marin, Y. A. (2020). *Factores de competitividad sistematica del sector textil en el centro de la ciudad de Ibague-Tolima*. Obtenido de https://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/1050/1/Factores_competitividad_sist%3%a9mica_sector_textil_centro_ciudad_Ibagu%3%a9_Tolima.pdf
- Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: PEARSON. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%3%b3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>



Ubfal, D. (2004). El concepto de competitividad medición y aplicación al caso Argentino. *Instituto de investigaciones económicas*, 1-74. Obtenido de <http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2016/03/CENES15.pdf>

Urrea Romero, O., & Chica Vélez, S. (2008). Gerencia de Recursos Físicos y Financieros.

Escuela superior de administración pública, 1-162. Obtenido de

https://www.academia.edu/31016160/RECURSOS_F%C3%80SICOS_Y_FINANCIEROS_PROGRAMA_ADMINISTRACION_PUBLICA_TERRITORIAL_OMAR_URREA_ROMERO_SERGIO_CHICA_V%3%89LEZ_ESCUELA_SUPERIOR_DE_ADMINISTRACION_PUBLICA

ROS_PROGRAMA_ADMINISTRACION_PUBLICA_TERRITORIAL_OMAR_URREA_ROMERO_SERGIO_CHICA_V%3%89LEZ_ESCUELA_SUPERIOR_DE_ADMINISTRACION_PUBLICA

AL_OMAR_URREA_ROMERO_SERGIO_CHICA_V%3%89LEZ_ESCUELA_SUPERIOR_DE_ADMINISTRACION_PUBLICA

Valdez Reto, F. M. (2019). *FACTORES CONDICIONANTES DEL SECTOR TEXTIL EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL CLUSTER DE GAMARRA*. PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES, UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ

CARRIÓN, Huacho-

Perú. Obtenido de

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3138/TESIS%20FABIO%20VALDEZ%20RETO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

