



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“COMPETITIVIDAD EN BOTICA CADENAS FARMA, EN LA CIUDAD DE LIMA EN EL AÑO 2020”.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autor:

Luis Antonio Carrasco Palomino

Asesor:

Mg. Héctor Manuel Torres Oporto

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

A mis padres Margarita Palomino Zanabria y Augusto Darío Carrasco Vásquez por su apoyo total, a mis hermanos por alentarme a continuar, a mi cuñado Fortunato Ramírez quien me motivó a retomar mis estudios universitarios, a mi hija Abril Yarhé Carrasco Gutiérrez quien es mi inspiración principal de salir adelante, a mis estimados profesores por compartir conocimientos y experiencias. Gracias a todos ellos soy la persona optimista y muchos de mis logros se los debo a ellos.

Luis Antonio Carrasco Palomino

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Privada del Norte, a mi asesor Mg. Héctor Manuel Torres Oporto, quien me brindó todo su apoyo y conocimientos en el desarrollo de esta investigación.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE CUADROS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1. Realidad problemática	8
1.2. Formulación del problema.....	30
1.2.1. Problema general.....	30
1.2.2. Problemas específicos.....	31
1.3. Objetivos.....	31
1.3.1. Objetivo general	31
1.3.2. Objetivos específicos.....	31
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	33
2.1. Tipo de investigación.....	33
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	34
2.2.1. Población.....	34
2.2.2. Muestra	35
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	35
2.4. Procedimiento	38
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	39
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	60
4.1. Discusión	60
4.2. Conclusiones.....	65
REFERENCIAS	67
ANEXOS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable: Competitividad	34
Tabla 2 ¿La calidad de la materia prima se basa en los estándares del mercado?.....	39
Tabla 3 ¿Se cuenta con proveedores locales con certificación ISO 9001?	40
Tabla 4 ¿Se siguen procesos de calidad en el trabajo?.....	41
Tabla 5 ¿Se realiza el control de calidad de los productos?	42
Tabla 6 ¿Se apuesta por el desarrollo sostenible?.....	43
Tabla 7 ¿Se logra la atención personalizada al cliente?	44
Tabla 8 ¿Existen proyectos de innovación en el desarrollo de la producción?	45
Tabla 9 ¿Se acepta la innovación y el desarrollo tecnológico en la empresa?	46
Tabla 10 ¿La empresa brinda capacitación para la innovación?	47
Tabla 11 ¿Se fomenta la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias?	48
Tabla 12 ¿Se cuenta con colaboradores profesionales especializados?	49
Tabla 13 ¿Se cuenta con un proceso de producción estandarizado?.....	50
Tabla 14 ¿Existe una Integración vertical entre el personal?	51
Tabla 15 ¿Se cuenta con infraestructura logística y administrativa adecuada?.....	52
Tabla 16 ¿El personal cuenta con autonomía para realizar su trabajo?	53
Tabla 17 ¿Se mantiene el control de la cadena de suministro?	54
Tabla 18 ¿Considera que con la productividad es posible ser eficiente en la asignación de labores que se otorgan?	55
Tabla 19 ¿Considera que sus funciones están en sintonía con lo que se necesita para lograr el nivel óptimo de productividad?	56
Tabla 20 ¿Considera que aprender a trabajar bajo presión es importante para mejorar la productividad?	57
Tabla 21 ¿Considera que con sus logros aportan a mejorar la productividad de la empresa?	58
Tabla 22 Matriz de Consistencia	72

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Porcentaje de calidad de materia prima.	39
Cuadro 2. Porcentaje de proveedores locales con certificación ISO 9001.....	40
Cuadro 3. Porcentaje de procesos de calidad en el trabajo	41
Cuadro 4. Porcentaje de control de calidad de los productos.....	42
Cuadro 5. Porcentaje de respaldo al desarrollo sostenible	43
Cuadro 6. Porcentaje de logro de satisfacción de clientes.	44
Cuadro 7. Porcentaje de proyectos de innovación en el desarrollo de la producción.....	45
Cuadro 8. Porcentaje de aceptación de innovación y el desarrollo tecnológico en la empresa.....	46
Cuadro 9. Porcentaje de capacitación para la innovación	47
Cuadro 10. Porcentaje de fomento de la creatividad	48
Cuadro 11. Porcentaje de colaboradores profesionales especializados	49
Cuadro 12. Porcentaje de proceso de producción estandarizado.....	50
Cuadro 13. Porcentaje de Integración vertical entre el personal	51
Cuadro 14. Porcentaje de infraestructura logística y administrativa adecuada	52
Cuadro 15. Porcentaje de autonomía para realizar su trabajo	53
Cuadro 16. Porcentaje de control de la cadena de suministro.....	54
Cuadro 17. Porcentaje de eficiencia en la asignación de labores que se otorgan con la productividad	55
Cuadro 18. Porcentaje de vinculación de funciones lo que se necesita para lograr el nivel óptimo de productividad.....	56
Cuadro 19. Porcentaje de aceptación del trabajo bajo presión para mejorar la productividad	57
Cuadro 20. Porcentaje de logros que aportan a mejorar la productividad de la empresa	58

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal: Determinar la competitividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.

Se empleó un diseño de investigación descriptivo, transversal no experimental orientado al análisis de la variable competitividad. Se trabajó con una muestra de 28 trabajadores que laboran en Botica Cadenas Farma.

La técnica para la recolección de datos fue la encuesta, y el instrumento el cuestionario diseñada en formato virtual, validada por 3 especialistas de la Universidad Privada del Norte. Los resultados se muestran en tablas y gráficos.

En las conclusiones se determinó que las dimensiones que generan competitividad en una mayor incidencia en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020 son: la dimensión eficiencia, en su indicador: incorporación de colaboradores profesionales; y la dimensión productividad, en su indicador: aporte de colaboradores para la mejora de la productividad; y en una menor incidencia: la dimensión calidad, en su indicador: control de la calidad de los productos; y la dimensión innovación, en su indicador: fomento de la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias.

Palabras clave: Competitividad, Calidad, Eficiencia, Innovación, Producción, Botica, Farmacias.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La globalización demanda que las empresas incrementen sus niveles de competitividad, la cual es definida como la capacidad empresarial de generar productos o servicios con calidad y eficiencia en el mercado, permitiendo a una empresa posicionarse en mercados nacionales e internacionales. Bernal y Rodríguez. (2019).

La competitividad es considerada un aspecto muy importante en la actividad empresarial a nivel internacional ya que logra medir el crecimiento corporativo en base al entorno económico y social. En las últimas décadas los principales países del mundo se han interesado por acaparar los mercados, siendo la competitividad la clave para lograrlo, convirtiéndose en un factor determinante para el crecimiento de las economías nacionales, según Villalta. (2016).

Las organizaciones que no han invertido en actividades de actualización en lo que se relaciona a la implementación de maquinaria, tecnología, personal e infraestructura en general pueden dejar de ser competitivas, lo que la pondría en riesgo su actividad. Para que una Pyme sea considerada altamente competitiva debe innovar en sus productos, procesos y gestión, así lo afirman Leyva, Cavazos y Espejel. (2018).

Actualmente los mercados exigen un desarrollo de los sectores productivos, donde las competencias gerenciales se convierten en fuente de estrategia competitiva, impulsando la toma de decisiones y potenciando la diferenciación en el mercado. El reto para las empresas

es hacer bien las cosas y trabajar de manera proactiva. A través de estrategias competitivas, la gerencia de una organización puede desarrollar alternativas con la finalidad de aprovechar sus fortalezas y oportunidades para generar ventajas competitivas, así lo sostiene Leiva, (2017).

En el Perú a inicios de los 90s se realizaron reformas que impactaron en la economía, la cual registró un crecimiento notable a nivel de América Latina en los últimos 25 años. Actualmente se ha reducido la proyección del crecimiento del PBI de 6 % a 4 %, el crecimiento con respecto a otros países también ha sufrido una baja considerable. El índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial señala que en el 2018 el Perú retrocedió 3 posiciones en el ranking de un total de 140 países y sextos en América Latina, según las cifras del Consejo privado de la competitividad. (2020).

Botica Cadenas Farma, es una cadena de cinco boticas ubicadas en la ciudad de Lima, si bien se registró un incremento en las ventas debido a la coyuntura de la pandemia del COVID-19 que estamos viviendo según (Diario gestión 2020), los estándares de calidad tuvieron que optimizarse debido a la elevada demanda de medicamentos que surgió en esa fecha y que fue necesario mantener por parte de los directivos con ese trato en atención personalizado, quienes buscaron hacer más competitiva a la empresa y cumplir con su compromiso de responsabilidad social con la comunidad. Sin embargo, en el caso de la innovación tecnológica ha reflejado ciertas limitaciones considerando que es un componente importante. Cabe recalcar que toda empresa que considere la innovación llegará al camino del éxito.

Antecedentes.

Antecedentes nacionales.

Con respecto a los antecedentes nacionales se considera lo siguiente:

Vargas, K. (2019) en la ciudad de Trujillo, en una tesis para optar el título profesional de: Licenciada en Administración y Negocios Internacionales por la Universidad Privada del Norte, Carrera de Administración y Negocios Internacionales, disertó acerca del tema: “Nivel de competitividad de la empresa agro negocios SICÁN S.A.C. - Trujillo 2019” en la cual se propuso describir el nivel de la competitividad de la empresa Agro negocios SICAN S.A.C. con las empresas sus competidoras. La investigación cuenta con un enfoque cuantitativo con un diseño transversal – comparativa; el alcance de la investigación es descriptivo y corresponde a un estudio de nivel aplicado. La población estará constituida por los trabajadores del área administrativa, llegando a ser un total de 48 empleados. Se diseñó un instrumento mediante el uso de la escala Likert, de tipo ordinal. Se concluye que al evaluar la competitividad de la empresa Agronegocios SICAN S.A.C. respecto a las empresas competidoras tales como la empresa Food Export Norte SAC, Agrosur SSamy SAC y la empresa Agrobeans SRL, en la que la empresa SICAN SAC se encuentra al 99% en el promedio y un 1% menos que al promedio en comparación con las demás empresas que se hallan superior al promedio en un 100% como la empresa Food Export Norte SAC, Agrobeans SRL, y la empresa Agrosur SSamy SAC., que se encuentra al 80% superior al promedio y con el 20% en el promedio.

Las empresas que puedan innovar en el aspecto tecnológico y también saber aplicar esta tecnología les permitirá ser más competitivas en el mercado asegurando su participación.

Gonzales (2019) en la ciudad de Lima, en una tesis para optar el Título Profesional de Químico Farmacéutico por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, disertó acerca de “Propuesta de estrategias de competitividad para las boticas y farmacias independientes en el distrito de los Olivos” en la cual se propuso realizar una propuesta estratégica que permita incrementar la competitividad de las boticas y farmacias independientes del distrito de Los Olivos. El tipo de estudio es un enfoque mixto, de tipo recurrente; dado que los procesos cualitativos y cuantitativos se desarrollaron en paralelo, el diseño fue anidado o incrustado concurrente de modelo dominante, siendo el método cuantitativo el dominante y el método cualitativo el anidado. Contó con una fase cuantitativa. Teniendo en cuenta que existen 400 farmacias o boticas en el distrito de Los Olivos (INEI), y hay un aproximado de 38 a 40 clientes que acuden por día; se estima que la población para esta totalidad de farmacia y boticas independientes es de 15200 clientes. En la Fase cualitativa son 400 administradores (Dueños o técnico en farmacia o químicos farmacéuticos) de las farmacias o boticas independientes del distrito de los Olivos. En las conclusiones la autora determinó que las boticas y farmacias independientes del distrito de Los Olivos no cuentan con estrategias adecuadas que les permitan competir en el mercado farmacéutico por lo que se plantea una estrategia genérica de diferenciación apoyándose en la clasificación de Porter, de la cual se derivan estrategias para lograr mejorar su posicionamiento, servicio de atención farmacéutica e implementar servicios adicionales complementarios, tomando como eje de diferenciación la presencia del Químico farmacéutico en las actividades de soporte y consejería farmacéutica.

Las boticas y farmacias para ser competitivos son necesarias que cuenten con estrategias para poder consolidarse en un mercado tan cambiante, esto implica la urgencia de brindar servicios adicionales complementarios.

Herrera (2019) en la ciudad de Lima, en una Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios de la Universidad Ricardo Palma sustentó el tema: “Rediseño de un plan estratégico para mejorar la competitividad de una farmacia ubicada en el distrito de Santiago de Surco en Lima” en la cual se propuso rediseñar un plan estratégico para una farmacia en el distrito de Santiago de Surco, que le permita mejorar la competitividad empresarial. El tipo de investigación es aplicada, ya que se busca implementar los conocimientos de planeamiento estratégico en la empresa con el fin de mejorar su competitividad. El método de la investigación es explicativo, ya que se analizan y determinan factores del entorno y sus incidencias sobre la empresa, para luego establecer los objetivos estratégicos. El diseño de la investigación es cuasi experimental, determinará la realidad y planteará objetivos y soluciones estratégicas. El autor determinó que el rediseño de un plan estratégico para la farmacia permite obtener una mayor competitividad en la industria. El plan estratégico permite analizar la situación empresarial y del entorno, y luego poder establecer estrategias adecuadas según la contingencia y ha permitido que las ventas y las utilidades netas antes de impuestos se incrementen.

Las empresas que rediseñan su plan estratégico son las que siempre van estar a la vanguardia de la competitividad, ya que esta destreza permite estar preparados para los diferentes cambios y así poder adaptarse al nuevo entorno.

Tello (2017) en la ciudad de Lima, en una Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración por la Universidad San Ignacio de Loyola, sustentó el tema: “La fuerza de ventas como factor determinante de la competitividad en un laboratorio farmacéutico en Lima metropolitana” en la cual se propuso identificar que la fuerza de ventas es un factor determinante de competitividad en un laboratorio farmacéutico en Lima Metropolitana. El tipo de estudio para esta investigación será descriptivo, se han seleccionado variables y se busca medir cada una de ellas de forma independiente, con un diseño no experimental. La población seleccionada para la presente investigación son 864 clientes. Se usaron las técnicas de la encuesta, la observación y la revisión documentaria. La autora concluyó que Lima Metropolitana presenta un mercado bastante variado, donde los clientes o consumidores tienen mucho de donde elegir. La elección de un determinado producto o servicio, depende del posicionamiento de dicho producto en la mente del consumidor. En el caso de la industria farmacéutica, la fuerza de ventas tiene un papel importante en la competitividad, ya que son ellos quienes se encargan de hacer que un laboratorio sea más o menos competitivo en comparación con sus pares.

La fuerza de ventas en una empresa de laboratorio farmacéutico es tan importante que va depender de ellas para el sostenimiento y creación de nuevos productos y servicios que llevará un paso delante de sus competidores.

Castillo (2016) en la ciudad de Piura, en una tesis para optar el título profesional de licenciado en administración por la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote sustentó acerca de: “Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro boticas,

ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016” en la cual se propuso determinar las características de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas – MYPE, rubro boticas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016. Esta investigación fue de naturaleza cuantitativa, no experimental de corte transversal y descriptiva. Para la recopilación de datos se escogió en forma dirigida una muestra de 43 microempresas dedicadas al rubro de las boticas y 59 de sus trabajadores así mismo se incluyó también a 76 clientes; a los que se aplicó un cuestionario conformado de 22 preguntas de formato cerrado en escala nominal y ordinal. Se llegó a la conclusión de que Totalmente las MYPE consideran importante la capacitación porque mejora su competitividad, por lo que es necesario que siempre mantengan actualizado al personal implementando programas de capacitación que podrían ser motivadores. Del mismo modo la capacitación que realizan las MYPE es de frecuencia mensual. Esto ayuda a la actualización y conocimientos de los grandes cambios que suceden constantemente. La mayoría de las MYPE consideran que el principal elemento de la competitividad es el precio, luego las promociones de venta, innovación de producto y amabilidad en la atención al cliente.

Las empresas que tienen programa de capacitación siempre tendrá personal calificado para ofrecer solución ante cualquier consulta por parte de los clientes, esto marcará diferencia a otros.

Antecedentes internacionales.

Con respecto a los antecedentes internacionales se considera lo siguiente:

Valero, G. (2019), en la ciudad de Valencia, España, en una tesis doctoral para optar al grado de Doctor en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Politécnica de Valencia, sustentó el tema: “Influencia de la competitividad y el capital tecnológico, en la internacionalización de las empresas exportadoras de Bucaramanga y su Área Metropolitana-Colombia”. La autora planteó como objetivo general: analizar la influencia de la Competitividad y el Capital Tecnológico en la Internacionalización de las Empresas Exportadoras de Bucaramanga y su Área Metropolitana (Colombia). Se presenta el diseño metodológico del trabajo empírico y la caracterización de la muestra con 63 empresas exportadoras ubicadas en Bucaramanga y su Área Metropolitana, las cuales participaron a través de un instrumento aplicado personalmente y en formato online. La autora concluyó que la competitividad en su dimensión innovación en productos y servicios, procesos, organizacional, marketing en diseño o presentación, marketing internacional en ferias y eventos; en su dimensión productividad en ventas internacionales anuales, y finalmente en su dimensión estructura empresarial en normas, reglamentación y control en el trabajo y estructura física, se relacionan directamente de forma positiva y significativa en las exportaciones de las empresas.

La competitividad es un componente que estimula los procesos de innovación, no solo a nivel tecnológico, también promueve la mejora en los procesos logísticos que son necesarios revisar continuamente.

Osorio, B. & Sibrián, K. (2019), en la ciudad de San Salvador, El Salvador, en un trabajo de investigación para optar al grado de: licenciado/a en economía de la Universidad de El

Salvador, conferenciaron acerca del tema: “Inversión en investigación y desarrollo (I+D) y competitividad: una aplicación del modelo de Michael Porter al sector farmacéutico en El Salvador. Periodo 2005 – 2017”. Los autores trazaron como objetivo principal: determinar la incidencia de la inversión en I+D con la competitividad del sector farmacéutico de El Salvador para el período 2005 – 2017. El tipo de investigación, por su nivel de profundidad, es del tipo descriptivo. El enfoque de la investigación es mixto, ya que considera aspectos cuantitativos frente al requerimiento de datos (información de producción, comercio nacional e internacional, inversión en I+D, etc.); así como de aspectos cualitativos (recopilado mediante entrevistas), producto de la profundidad descriptiva del mismo. Los autores concluyeron que el sector farmacéutico ha presentado una marcada de inestabilidad en su crecimiento económico y su baja participación dentro de la actividad económica del país, en contraposición al comportamiento que ha presentado la actividad industrial para el periodo de investigación. La actividad comercial del sector farmacéutico presenta un déficit en su balanza comercial, pese a la fuerte volatilidad de las importaciones realizadas por el sector respecto al comportamiento de las exportaciones (producto de la saturación de la demanda interna), existe una fuerte dependencia del extranjero para la satisfacción de la demanda interna del mercado de medicamentos.

Según lo manifestado por Porter, Michael. (2015), es necesario contar con la suficiente inversión económica para estimular el desarrollo tecnológico en las actividades empresariales, además es preciso considerar la inversión en ideas y propuestas por parte de los equipos de trabajo.

Salguero, B. (2018), en la ciudad de Zacapa, Guatemala, en un trabajo presentado al consejo de la facultad de ciencias económicas y empresariales previo a conferírsele el título de administradora de empresas en el grado académico de licenciada otorgado por la Universidad Rafael Landívar, presento el tema: "Análisis competitivo del mercado de micro farmacias de medicina ética del Municipio de Zacapa." Para fines de llevar a cabo la investigación la autora planteó como objetivo general: investigar como intervienen las fuerzas competitivas en el mercado de micro farmacias de medicina ética, en el municipio de Zacapa, a través del modelo de las fuerzas competitivas del mercado desarrolladas por Michael Porter. Esta es una investigación de tipo descriptiva. La información fue recopilada a través de un cuestionario dirigido a los propietarios y/o administradores de farmacias locales de venta de medicina ética objeto de estudio, se recopiló la información de los clientes, se realizaron entrevistas con los gerentes y/o administradores de las sucursales de cadenas de farmacias y con 5 proveedores quienes surten la mayor parte de medicamentos a las farmacias en el municipio.

La autora concluyó que las fuerzas competitivas planteadas por Porter intervienen de forma significativa en el sector farmacéutico en el municipio de Zacapa, ya que cada una tiene una actuación destacada en la competitividad de las mismas, a pesar de que las cadenas tienen ventajas entre las farmacias locales estas logran mantener su posición compitiendo en el mercado porque los clientes no tienen preferencia y compran en la farmacia más cercana. En el sector farmacéutico se percibió que existen algunos clientes que se auto medican y acuden a la farmacia por asesoría del dependiente en el uso de algún medicamento para su enfermedad.

Es necesario adoptar una estrategia de promoción asociada a la competitividad como parte de una política de desarrollo que debe ser impulsada por los encargados de las farmacias.

Castañeda, E.; & Naranjo, L. (2017), en la ciudad de Santiago de Cali, Colombia, en un trabajo de grado para optar por el título de Administradores de Empresas de la Universidad Libre Seccional Cali, sustentó el tema: “Competitividad de las PYME sector comercio”. Ambos autores esbozaron como objetivo general: definir los factores clave y oportunidades de las Pymes del sector comercio para ser competitivas en el Valle del Cauca. Por la finalidad en la investigación y por su método, este trabajo es de diseño cualitativo, utilizando como instrumento la recopilación documental de la literatura sobre competitividad y el análisis estadístico de los datos encontrados referente al desempeño de las pymes. Los autores concluyeron que la competitividad en el ámbito nacional, regional y local en el año 2015, es relativamente baja, lo anterior, es el resultado de la devaluación del peso frente al dólar, que afectó el sector del comercio en el año 2016, lo cual, se refleja en la disminución de las ventas y en las utilidades de los propietarios de las Pyme de este sector.

La competitividad marca la pauta dentro de las PYMES para tratar de determinar los factores de éxito en estas organizaciones, de tal manera que se puedan revalorizar su infraestructura y su modelo de negocio tratando de aprovechar las oportunidades que le brinda el mercado.

García, A. (2016), en la ciudad de México D.F. en una tesis para obtener el grado de doctor en ciencias administrativas del Instituto Politécnico Nacional, sustentó el tema: “Las

capacidades tecnológicas para la competitividad empresarial del sector metalmeccánico del estado de México”, planteando como objetivo general: determinar la relación que existe entre las capacidades tecnológicas y la competitividad de las Pymes de fabricación metálica básica, fabricación de productos metálicos, fabricación de maquinaria y equipo del sector metalmeccánico del Estado de México. En la metodología el instrumento se diseñó a partir del instrumento final y después de aplicarse a las empresas bajo estudio se realizó la estadística descriptiva y la correlación entre variables. Se analizaron los datos y se hizo una descripción de los resultados. Esta investigación concluye que la tarea de buscar líneas de acción en capacidades tecnológicas le permita a las Pymes del sector metalmeccánico competir en el sector en cuestión.

El fortalecimiento de las actividades de producción en base a la tecnología es un aspecto de la competitividad en una empresa que le permite asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

Bases teóricas

– Competitividad

Seclen y Barrutia (2019), la competitividad es la capacidad que tienen las empresas para generar ventajas competitivas sostenibles (VCS) en el tiempo. La ventaja competitiva es la propiedad que tiene una empresa de ciertos recursos fundamentales (personas altamente calificadas, tecnología propia, recursos comerciales, recursos financieros, etcétera) y así como de algunas capacidades (absorción del conocimiento, generación de innovaciones, creación o participación en redes, entre otros), en una medida en la cual escasean sus competidores.

Por consiguiente, la competitividad es inherente a las características de cada organización siempre y cuando sea convertida en una ventaja competitiva.

Para el autor Robben (2018), la superioridad de una empresa procede de su control de las fuerzas competitivas. Estas últimas, llamadas comúnmente “las cinco fuerzas de Porter”, forman parte de las claves esenciales de la gestión moderna.

En la medida en que una organización pueda tener un predominio de su entorno y aproveche sus capacidades podrá generar competitividad.

Según Pérez y Pizarro (2016), la competitividad de una empresa es la capacidad de ésta para crear, sostener e incrementar su presencia y participación en los mercados locales e internacionales, entregando un mayor un valor agregado para el cliente del que la competencia ofrece.

El valor agregado de un producto o servicio es la característica esencial de las organizaciones que han podido desarrollar sus ventajas competitivas.

Para Larios (2016), la competitividad implica elementos de productividad, eficiencia y rentabilidad, pero no constituye un fin ni un objetivo en sí misma. Es un medio eficaz para alcanzar mejores niveles de vida y un mayor bienestar social, una herramienta para el logro de objetivos. Al aumentar la productividad y la eficiencia en el contexto de la especialización internacional, la competitividad brinda a nivel mundial la base para incrementar los ingresos

de las personas sin generar inflación. Debe considerarse la competitividad como un medio básico de mejorar el nivel de vida, crear empleos para los desempleados y erradicar la pobreza.

La competitividad es un proceso que debe estar debidamente construido sobre las características que posee una empresa y que le pueden asegurar su sostenibilidad y con una proyección social.

Según Porter (2015), la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto.

Como concepto la competitividad puede llevarse a un nivel macroeconómico en donde se involucren las actividades de producción de un país y puedan ser aprovechadas en beneficio de su población.

Para los autores Rozas, Corredor, Silva, Castellanos y Gonzáles (2016), entre las empresas con menores posibilidades de acceso dentro del comercio y la inversión internacional podrán crear nuevos espacios de competencia que suponen un mejoramiento en la calidad de los bienes y servicios ofrecidos; aquellas empresas que no estén preparadas saldrán del mercado o, en el mejor de los casos, serán absorbidas por empresas que sí cumplen con los estándares internacionales que exige la competitividad. Si no existen políticas de equidad, las beneficiadas serán las grandes corporaciones.

El comercio internacional, los tratados de libre comercio, las alianzas económicas regionales son espacios que generan competitividad en los países que comparten una visión a futuro de desarrollo económico.

Para el autor Oster (2000), la competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, manejando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas similares de otras partes del mundo en un cierto periodo de tiempo.

La competitividad cuando es comprendida y aplicada correctamente genera patrones de calidad permitiendo de esta forma ofrecer un servicio o producto con atributos favorables.

– **Dimensiones de la Competitividad**

Para (Porter, 2015), la competitividad comprende cuatro dimensiones las cuales son: calidad, innovación, eficiencia y productividad.

– **Calidad**

Es beneficioso evitar situaciones como una excesiva reducción de costos a corto plazo porque en general sacrifican calidad como atributo esencial con el fin de bajar los precios. Es importante seleccionar proveedores que ofrezcan precios bajos, siempre y cuando no se pongan en riesgo los beneficios a largo plazo. Porter, M. 2015. p. 19).

Si una compañía mantiene una posición consistente en un sector industrial donde los posibles participantes no constituyen un peligro, alcanzará bajos rendimientos si enfrenta un sustituto de mayor calidad y menor costo. Porter, M. (2015. p. 54).

Hernández, Barrios y Martínez (2018) tomando como referencia a Deming (1986), precisa que la calidad consiste en transformar las necesidades y expectativas futuras del cliente de manera cuantificable y medible, convirtiéndose en la única vía para diseñar y desarrollar productos por los cuales el cliente estará dispuesto a pagar, logrando así su plena satisfacción.

Es necesario conocer las necesidades y expectativas de los clientes para plasmarlas en el ofrecimiento del producto o servicio.

Para Hernández, Barrios y Martínez (2018), la gestión de calidad resulta hoy en día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es lograr la satisfacción del cliente.

Empresas en productos y servicios sin calidad es muy difícil que en un mercado tan competitivo y variante pueda sostenerse ya que los clientes cada vez más son exigentes.

Para el autor Santamaría (2017), la calidad es un factor que genera una ventaja competitiva ya que se puede definir como el grado en que un conjunto de características

inherentes cumple con las expectativas, pudiéndose establecer en términos de cumplimiento de requisitos, por lo que es necesario realizar mediciones a los atributos críticos para determinar la conformidad de estos; de detectarse una no conformidad, se habla de ausencia de la calidad. El concepto de calidad ha ido cambiando en el tiempo, existen diferentes orientaciones e interpretaciones del término en torno a la forma de abordar su la calidad como conformidad, el aseguramiento diferentes empresas u organizaciones, de la calidad como búsqueda de la satisfacción de las expectativas del cliente, y la calidad total como excelencia. La calidad total, es en realidad una filosofía, una cultura y una estrategia permanente, que cambia en función del aseguramiento de la calidad incide en la definición y control de los diferentes procesos, y el cuidado de todos los detalles, todo ello encaminado a conseguir la satisfacción del cliente. La calidad no es una moda, es mucho más que una tendencia, en una filosofía de trabajo corporativa.

Para Arribasplata y Rebaza (2019), la calidad de servicio de una empresa está relacionada con un nivel de competitividad que esta tenga. Así como el producto o servicio que esto ofrezcan tendrán que superar las expectativas del público objetivo.

Una vez reconocido el mercado meta y haber reconocido las necesidades de ese nicho se podrá ofrecer un producto de calidad que debe ser mucho más elaborado para superar las expectativas del público consumidor.

– Innovación

La innovación, los adelantos tecnológicos y las identidades (y recursos) de las empresas que ya se encuentran en actividad o planean entrar en ella son fundamentales para la innovación en sí; de ahí que no solo sea difícil pronosticar con certeza la evolución, sino que una industria cambia en distintas formas y con una rapidez enorme, es decir, la innovación mejora las circunstancias frente al desarrollo y eleva la tasa de crecimiento. Porter, M. (2015. p. 337).

La importancia del proceso de innovación se acrecienta en la madurez, lo mismo que el beneficio de diseñar el producto y los sistemas de entrega para suministrar una manufactura y control más baratos. Porter, M. (2015. p. 484).

Murcia (2016), la innovación se refiere a la capacidad organizativa para convertir una buena idea en un producto, servicio, proceso, etc., valorado con éxito. La innovación se observa cuando se pasa del pensamiento a la ejecución, transformando esas ideas creativas en realizaciones materiales que se pueden ver frente al mercado y mercadeo.

En la medida que un nuevo producto o servicio sea aceptado por el mercado será considerado innovador.

Seclen y Barrutia (2019) precisan que para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos-OCDE, la innovación es la introducción de un nuevo o significativamente renovado producto (bien o servicio), proceso productivo, forma de

comercialización o método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o en las relaciones exteriores. Dentro del comercio internacional la innovación juega un papel importante que influye la contribución y cooperación dentro de las relaciones bilaterales.

La innovación se da bajo la forma de cambios fundamentales que siempre tiene que existir en una organización como un nuevo o renovado producto como también puede ser procesos, forma de comercialización etc.

Para Ochoa (2017), la innovación es mucho más que nuevos productos o servicios, es el resultado de actividades que precisan de más tiempo y suponen más riesgo que otros enfoques de producción. Para que haya innovación, el producto, proceso, método comercial u organizativo ha de ser nuevo o mejorado de forma significativa y ha de ser introducido con éxito en el mercado o ser usado por los agentes sociales. Se trata por tanto de un concepto amplio. Es a la vez un proceso y su resultado, y tiene un componente tecnológico y otro sociocultural.

La innovación no solo se centra en la creación de nueva tecnología, es también la incorporación de un nuevo proceso de gestión que agilice las actividades.

– **Eficiencia**

La eficiencia en un proceso garantiza un sistema de inteligencia de la competencia con la finalidad de recopilar datos necesarios y llevar a cabo un análisis exhaustivo, labor que de

por si es ardua, sin embargo, asegura un mecanismo organizado. Porter, M. (2015. p. 184).

Para los autores Rojas, Jaimes y Valencia (2018), la eficiencia es un criterio que revela la capacidad administrativa de producir el máximo resultado con el mínimo de recurso, energía y tiempo, por lo que es la óptima utilización de los recursos disponibles para la obtención de resultados deseados. Es la racionalización efectiva de los recursos.

Para los investigadores Carreón, Molina, Chavarría y López (2016), la eficiencia se refiere al grado en que se cumplen los objetivos de una iniciativa al menor costo posible. El no cumplir cabalmente los objetivos y/o el desperdicio de recursos o insumos hacen que la iniciativa resulte ineficiente. Para lograr este cometido, se ven involucradas metodologías, herramientas, teorías o ideologías que deben de llevar el seguimiento adecuado por parte del personal administrativo y operativo para que sean efectivas en su desarrollo.

La eficiencia debe estar incorporada dentro del modelo organizacional de una empresa de tal manera que se pueda ofrecer un mejor servicio o producto dentro de las mejores condiciones del mercado.

Según Pérez (2020), una mayor competitividad unida a una mayor escasez en los recursos, hace imprescindible una óptima gestión de éstos. Debido a esta cuestión son necesarios los términos eficiencia y eficacia: eficiencia a la hora de consumir los mínimos recursos posibles obteniendo los mejores resultados; y eficacia en cuanto a asegurar la consecución de estos últimos.

Las empresas deben estar conformadas estructuralmente de acuerdo a esquemas organizacionales competitivos para dar respuesta a las necesidades internas y externas generando valor.

– **Productividad**

La salida de personal conlleva costos ocultos. Tras conocer la decisión de desinvertir, la productividad de los empleados tiende a decaer y los resultados financieros, a deteriorarse. Los clientes institucionales se apresuran a retirar los pedidos y a los proveedores ya no les interesa cumplir sus promesas. Porter, M. (2015. p. 184).

Jaimes, Luzardo y Rojas (2018) la productividad es el resultado de la articulación armónica entre la tecnología, la organización y el talento humano, combinando en forma óptima o equilibrada los recursos para la obtención de los objetivos. Por esto, los gobiernos y empresas propenden por la mejora de la productividad en las organizaciones.

En la medida en que mayor sea la productividad de una empresa y de un país, más ventajoso será para su población porque logra expandir sus posibilidades de crecimiento generando empleos e impuestos.

Fernández y Ramírez (2017) la productividad se define como la relación de entre las entradas y salidas de un sistema productivo. Esta productividad se debe medir en relación

con una razón de la salida dividida entre la entrada. Si se produce más salida con las mismas entradas se mejora la productividad.

De la misma forma, al utilizar menos entradas para producir la misma salida también se mejora la productividad.

Hofman, Mas, Aravena y Guevara (2017) la productividad es la relación entre lo que produce una compañía y los recursos que destina a su producción. Asimismo, la productividad es la consecuencia de las decisiones que se toman con respecto a la cantidad y calidad de los inputs productivos, el tipo, la cantidad y calidad de la producción, la tecnología manejada, el proceso de cambio al que están sujetos estos elementos.

Es necesario ser muy cuidadoso y creativo en esta fase tan esencial para lograr metas en común.

Teoría de la competitividad: Estrategia de la Competitividad de Michael Porter.

Porter (2015) la estrategia competitiva explora la forma en que una empresa compite con mayor eficacia y fortifica su posición en el mercado. Toda estrategia se da dentro del contenido de las reglas del juego que rigen el comportamiento competitivo conveniente para la sociedad y que provienen de las normas éticas y de la política gubernamental. Tales estrategias no lograrán su efecto si no prevé de manera correcta la respuesta estratégica de las empresas ante las amenazas y oportunidades competitivas. Michael Porter, expone tres estrategias competitivas básicas: diferenciación, liderazgo de costos y de enfoque:

- 1) Estrategia de Diferenciación: consiste en intentar proyectar una sólida identidad propia para el servicio o producto, que lo distinga con claridad de los competidores. Eso significa hacer énfasis en una o más ventajas competitivas, como la calidad, el servicio, prestigio para el consumidor, estilo del producto o aspecto de las instalaciones.
- 2) Estrategia de Liderazgo de costos: tiene el propósito de ofrecer un producto o servicio más económico.
- 3) Estrategia de Enfoque: es la concentración o nicho y consiste en elegir un nicho o segmento del mercado y enfocarse en él. Cuando se adopta esta estrategia, la empresa intenta dominar los recursos para explotar el nicho elegido de la mejor forma posible, en lugar de enfrentar a todos los competidores en el mercado. Por consiguiente, la estrategia competitiva consiste en ser mejor organización y la elección depende de: (1) los productos o servicios que ofrece; (2) el público objetivo o (3) los mercados donde compite.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cómo es el nivel de competitividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo es el nivel de calidad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?
- ¿Cómo es el nivel de innovación en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?
- ¿Cómo es el nivel de eficiencia en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?
- ¿Cómo es el nivel de productividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar el nivel de competitividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar el nivel de calidad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.
- Determinar el nivel de innovación en Botica en Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.
- Determinar el nivel de eficiencia en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.

- Determinar el nivel de productividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Para el investigador (Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, T. C. P, 2018), es necesario un plan estructurado, predeterminado e implementado bajo la forma de un diseño de investigación que ayude a poner en contexto las preguntas que se han formulado inicialmente.

El diseño de la investigación según (Alonso D, 2019), es de gran importancia ya que es un plan para el investigador en el proceso de seleccionar, examinar, e interpretar las observaciones que ha logrado y se determina por el tipo de investigación que va a realizarse y por la hipótesis que se va a comprobar durante el transcurso de la indagación.

En el presente trabajo de investigación se buscó determinar la “Competitividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020”, por lo que se empleó el tipo de investigación descriptiva recogiendo información dentro del grupo seleccionado.

Esta investigación será de tipo no experimental, ya que no se manipularán variables, y se observará el fenómeno en su contexto natural. De la misma forma el estudio será transversal, porque la medición en las personas involucradas se hará una sola vez durante el estudio.

Tabla 1
Operacionalización de la variable: Competitividad

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Competitividad	Porter, M. La Competitividad depende de la capacidad de una industria para innovar y mejorar; las compañías ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto.	Calidad	Conciencia de los empleados de la calidad. Certificación de procesos de calidad.	1,2,3,4,5,6
		Innovación	Análisis comparativo con la competencia Proyectos de innovación en desarrollo Personal calificado Procesos estandarizados.	7,8,9,10
		Eficiencia	Porcentaje de clientes satisfechos. Número de quejas de clientes resueltas.	11,12,13,14,15,16
		Productividad	Número de consultas atención atendidas Optimización de la cadena de producción. Calidad de abastecimiento. Valor agregado.	17,18,19,20

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población

Para (Gómez, J. & Villasis, M, 2016), la población de estudio es un conjunto de casos, específicos, establecido y asequible, que forma el referente para la elección de la muestra, y en el cual se verifica que cumple con una serie de criterios predeterminados.

La población y muestra para la presente investigación será la misma, ya que se tomó a todos los 28 colaboradores que trabajan en Botica Cadenas Farma.

2.2.2. Muestra

Es un sub grupo de la población que ha sido definida con anterioridad Es un subconjunto de elementos característicos que corresponden al conjunto principal denominado población. La muestra es una metódica y reconocida elección de cuestiones con ciertas características que han sido especificadas dentro del planteamiento del problema tratando de que exista correspondencia con los objetivos.

Muestra no probabilística por conveniencia: La elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación.

Se ha determinado una muestra no probabilística por conveniencia, la misma que está conformada por los 28 trabajadores que constituyen la fuerza laboral de boticas Cadenas Farma en la ciudad de Lima, en las áreas de: área de ventas, área administrativa, área de distribución y área de contabilidad. Las edades de los individuos que conforman la muestra oscilan entre los 20 y 45 años. Asimismo, es necesario precisar que el 10.7% de la muestra son de sexo masculino y un 89.3 son de sexo femenino.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Encuesta: Para (Baena, G., 2014), la encuesta es la aplicación de un cuestionario a un grupo representativo del universo que se va a estudiar.

Para la presente investigación se empleará como técnica la encuesta denominada Encuesta acerca de la Competitividad en Botica Cadenas Farma.

Cuestionario: Para (Baena, G., 2014), el cuestionario es el instrumento fundamental de las técnicas de interrogación en la cual es importante considerar ciertos elementos para la elaboración de las preguntas, tanto su clase como la manera de redactarlas y de colocarlas en el cuestionario.

El instrumento escogido para esta investigación ha sido el cuestionario que constó de 20 ítems adecuado a una escala de Likert la cual está compuesta por un grupo de preguntas vinculadas a la variable y cuya utilidad es la de obtener una medición. Los ítems que componen el cuestionario han sido perfilados tomando en cuenta los objetivos de este trabajo, por lo tanto, se consideraron las alternativas; Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo, para posteriormente analizar los datos obtenidos y así emitir resultados a través de datos estadísticos

Encuesta acerca de la Competitividad en Botica Cadenas Farma

DIMENSIÓN: CALIDAD

1. ¿La calidad de la materia prima se basa en los estándares del mercado?
2. ¿Se cuenta con proveedores locales con certificación ISO 9001?
3. ¿Se siguen procesos de calidad en el trabajo?
4. ¿Se realiza control de calidad de los productos?
5. ¿Se apuesta por el desarrollo sostenible?
6. ¿Se logra una atención personalizada al cliente?

DIMENSIÓN: INNOVACIÓN

7. ¿Existen proyectos de Innovación en el desarrollo de la producción?
8. ¿Se acepta la innovación y el desarrollo tecnológico en la empresa?
9. ¿La empresa brinda capacitación para la innovación?
10. ¿Se fomenta la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias?

DIMENSIÓN: EFICIENCIA

11. ¿Se cuenta con colaboradores profesionales especializados?
12. ¿Se cuenta con un proceso de producción estandarizado?
13. ¿Existe Integración vertical entre el personal?
14. ¿Se cuenta con infraestructura logística y administrativa adecuada?
15. ¿El personal cuenta con autonomía para realizar su trabajo?
16. ¿Se mantiene el control de la cadena de suministro?

DIMENSIÓN: PRODUCTIVIDAD

17. ¿Considera que con la productividad es posible ser eficiente en la asignación de labores que se otorgan?
18. ¿Considera que sus funciones están en sintonía con lo que se necesita para lograr el nivel óptimo de productividad?
19. ¿Considera que aprender a trabajar bajo presión es importante para mejorar la productividad?
20. ¿Considera que sus logros aporta a mejorar la productividad de la empresa?

2.4. Procedimiento

Por la pandemia del COVID-19 que se ha dado a nivel mundial y que ha afectado a nuestro país y dentro de las medidas del gobierno para contenerla como es el caso del aislamiento social se decidió salvaguardar la salud de los participantes en el cuestionario por lo que se optó por realizar la recopilación de datos utilizando el diseño del servidor Google Forms creando un formato que genere un link, mecanismo por el cual fue reenviado a todos los individuos considerados en la muestra vía Smartphone en la fecha del día lunes 12 al día viernes 16 de octubre del 2020. Se realizó un monitoreo del llenado de la encuesta y se descargó la base de datos que proporciona el programa al culminar la actividad.

Para el análisis de la información obtenida de los resultados de la encuesta se utilizó el programa SPSS versión 25, con el correspondiente análisis estadístico descriptivo, también se empleó el programa Excel. Se analizaron las encuestas realizadas a los 28 colaboradores que trabajan en Botica Cadenas Farma. Los hallazgos de esta encuesta se muestran en tablas y figuras, a continuación, en el capítulo de resultados.

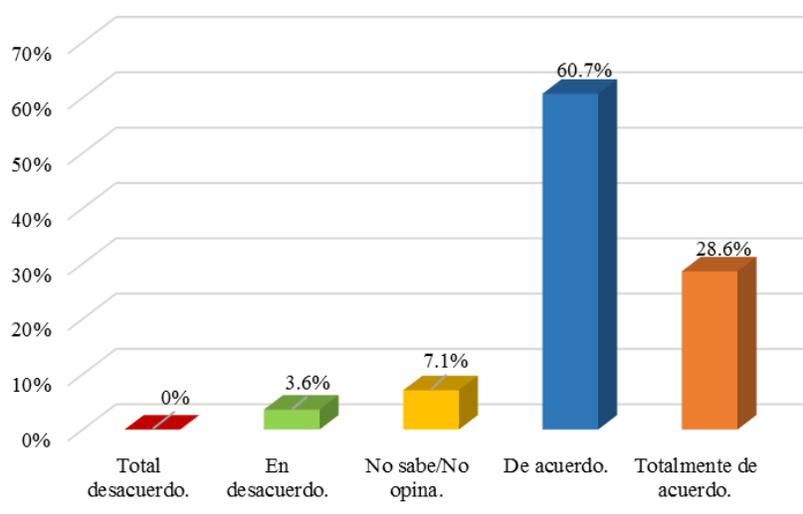
CAPÍTULO III. RESULTADOS

DIMENSIÓN: CALIDAD

Tabla 2

¿La calidad de la materia prima se basa en los estándares del mercado?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	1	3.6%
No sabe/No opina.	2	7.1%
De acuerdo.	17	60.7%
Totalmente de acuerdo.	8	28.6%
Total	28	100%



Cuadro 1. Porcentaje de calidad de materia prima.

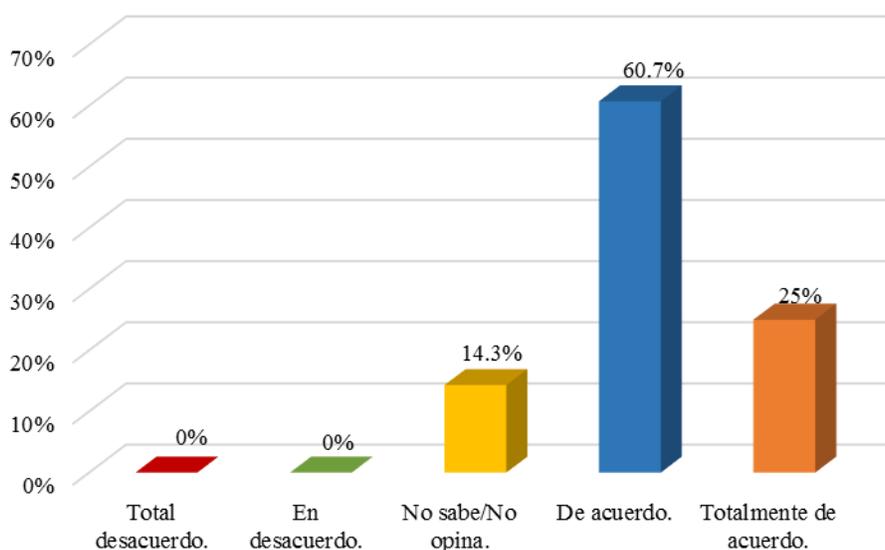
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 2 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 60.7 % manifiestan estar de acuerdo en que la calidad de la materia prima se basa en los estándares del mercado, el 28.6% contestó estar totalmente de acuerdo, el 7.1% no sabe, no opina y un 3.6% mencionan estar en desacuerdo. Se estima una tendencia favorable en la percepción de que la calidad de la materia prima se basa en los estándares del mercado.

Tabla 3

¿Se cuenta con proveedores locales con certificación ISO 9001?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	4	14.3%
De acuerdo.	17	60.7%
Totalmente de acuerdo.	7	25%
Total	28	100%



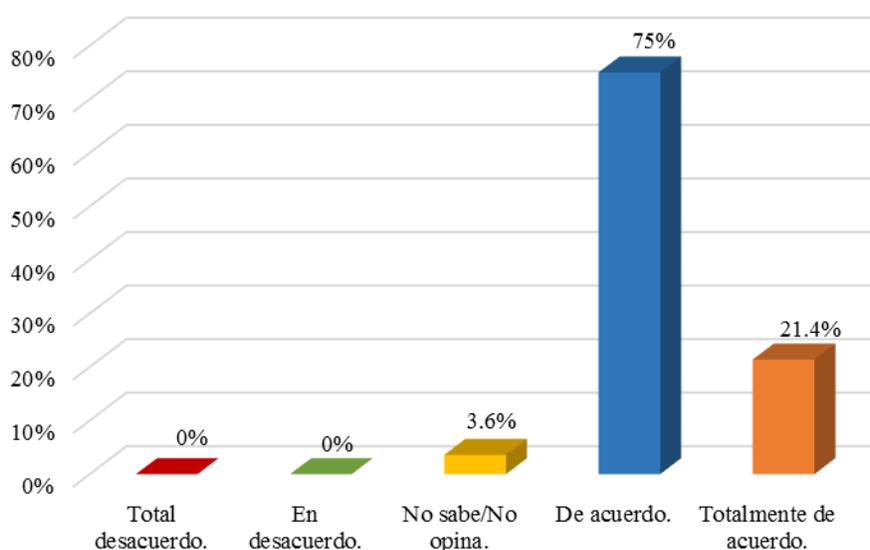
Cuadro 2. Porcentaje de proveedores locales con certificación ISO 9001

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 3 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos muestran que el 60.7 % manifiestan estar de acuerdo en que Botica Cadenas Farma cuenta con proveedores locales con certificación ISO 9001, el 25% contestó estar totalmente de acuerdo, el 14.3% no sabe, no opina. Se estima una tendencia favorable en la precepción de que se cuenta con proveedores locales con certificación ISO 9001.

Tabla 4
¿Se siguen procesos de calidad en el trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	1	3.6%
De acuerdo.	21	75%
Totalmente de acuerdo.	6	21.4%
Total	28	100%

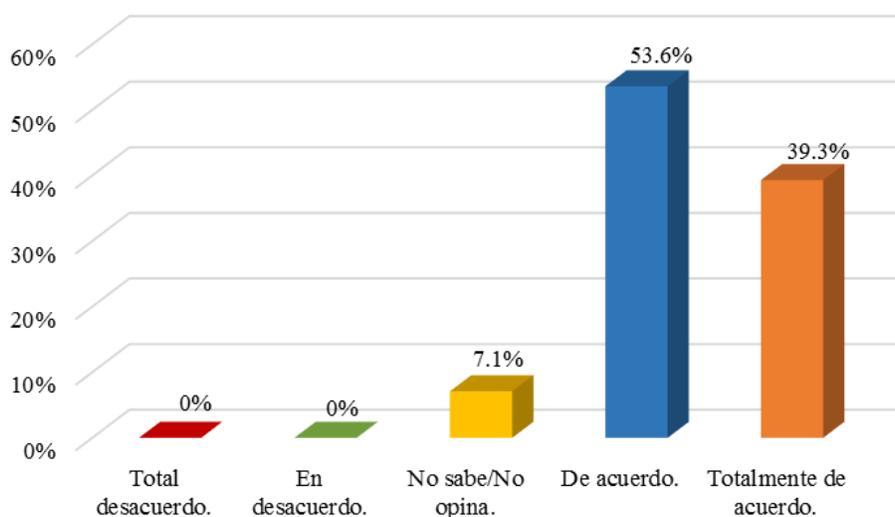


Cuadro 3. Porcentaje de procesos de calidad en el trabajo
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 4 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos muestran que el 75 % manifiestan estar de acuerdo en que se siguen procesos de calidad en Botica Cadenas Farma, el 21.4% respondió estar totalmente de acuerdo, el 3.6% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la opinión acerca de los procesos de calidad en el trabajo.

Tabla 5
¿Se realiza el control de calidad de los productos?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	2	7.1%
De acuerdo.	15	53.6%
Totalmente de acuerdo.	11	39.3%
Total	28	100%

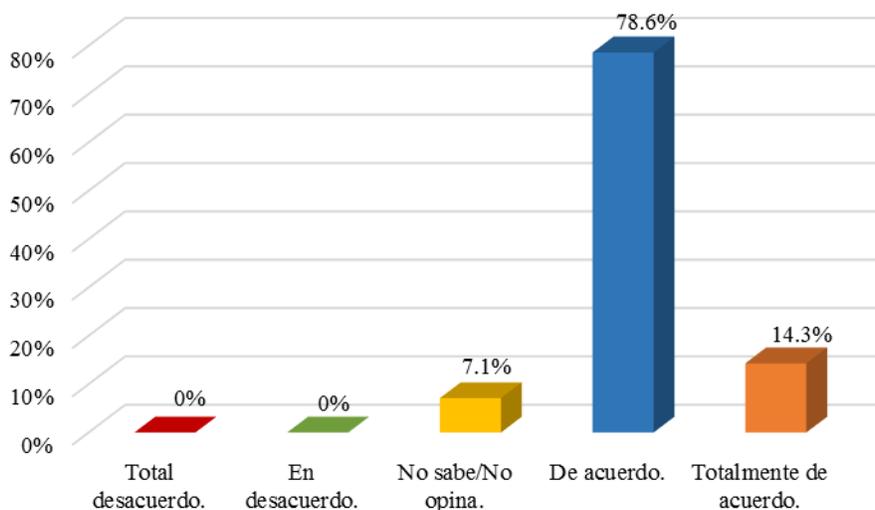


Cuadro 4. Porcentaje de control de calidad de los productos
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 5 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos muestran que el 53.6% manifiestan estar de acuerdo en que se realiza el control de calidad de los productos en Botica Cadenas Farma, el 39.3% respondió estar totalmente de acuerdo, el 7.1% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la opinión acerca del control de calidad de los productos.

Tabla 6
¿Se apuesta por el desarrollo sostenible?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	2	7.1%
De acuerdo.	22	78.6%
Totalmente de acuerdo.	4	14.3%
Total	28	100%



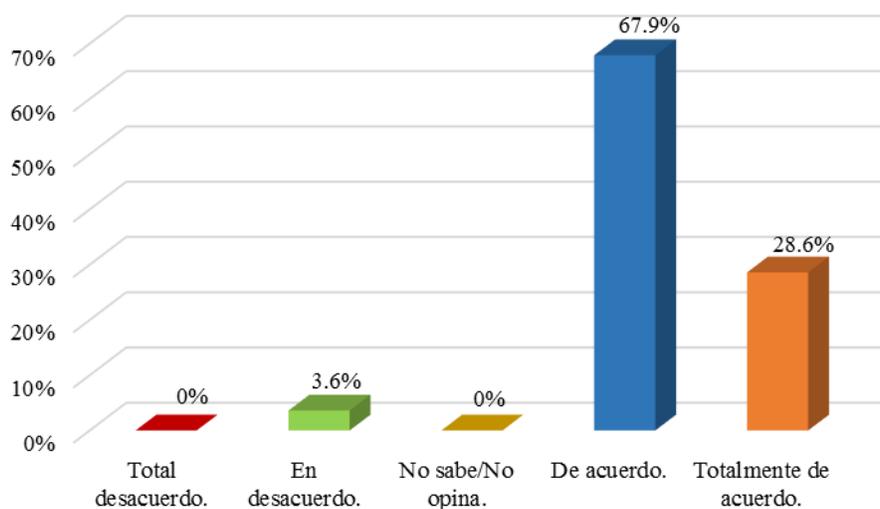
Cuadro 5. Porcentaje de respaldo al desarrollo sostenible

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 6 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 78.6% manifiestan estar de acuerdo en que en Cadenas Farma se apuesta por el desarrollo sostenible, el 14.3% respondió estar totalmente de acuerdo, el 7.1% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la apuesta por el desarrollo sostenible.

Tabla 7
¿Se logra una atención personalizada al cliente?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	1	3.6%
No sabe/No opina.	0	0%
De acuerdo.	19	67.9%
Totalmente de acuerdo.	8	28.6%
Total	28	100%



Cuadro 6. Porcentaje de logro de satisfacción de clientes.

Fuente: Elaboración propia.

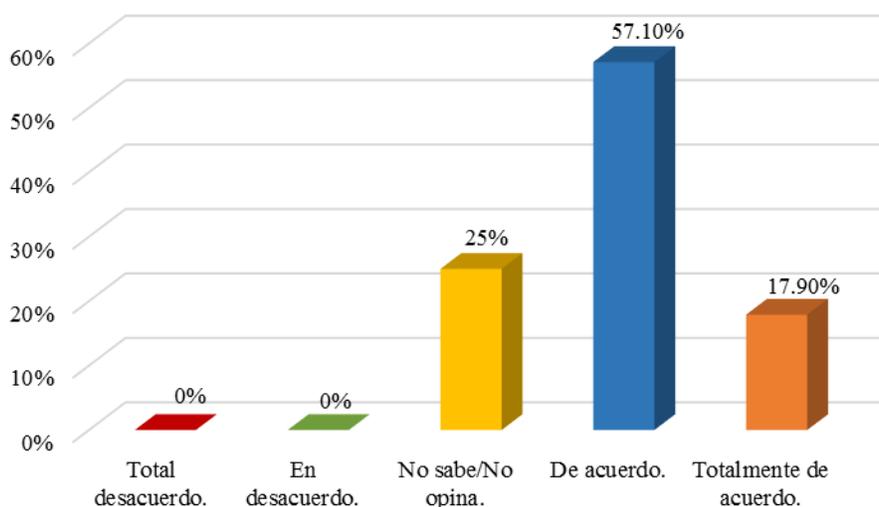
Interpretación: De los resultados de la tabla 7 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 67.9% manifiestan estar de acuerdo en que se logra la satisfacción del cliente, el 28.6% respondió estar totalmente de acuerdo, un 3.6% contestó no estar de acuerdo. Se proyecta una tendencia favorable en el logro de la satisfacción del cliente.

DIMENSIÓN: INNOVACIÓN

Tabla 8

¿Existen proyectos de innovación en el desarrollo de la producción?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	7	25%
De acuerdo.	16	57.10%
Totalmente de acuerdo.	5	17.90%
Total	28	100%



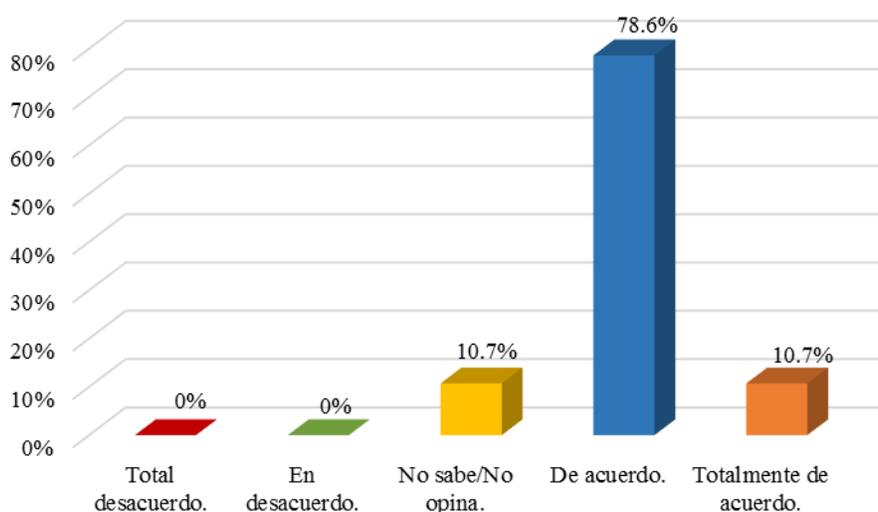
Cuadro 7. Porcentaje de proyectos de innovación en el desarrollo de la producción
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 8 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 57.1% manifiestan estar de acuerdo en que en Botica Cadenas Farma existen proyectos de innovación en el desarrollo de la producción, el 17.9% respondió estar totalmente de acuerdo, el 25% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la implementación de los proyectos de innovación en el desarrollo de la producción.

Tabla 9

¿Se acepta la innovación y el desarrollo tecnológico en la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	3	10.7%
De acuerdo.	22	78.6%
Totalmente de acuerdo.	3	10.7%
Total	28	100%



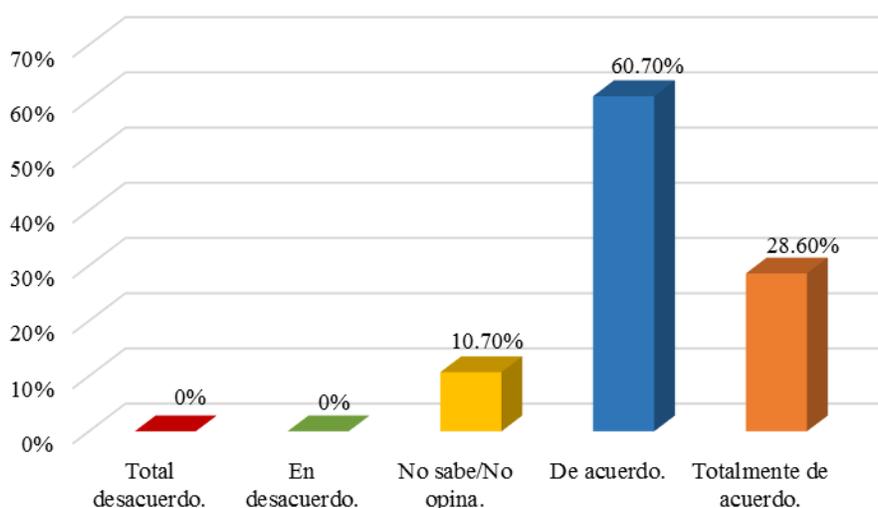
Cuadro 8. Porcentaje de aceptación de innovación y el desarrollo tecnológico en la empresa

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 9 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 78.6% manifiestan estar de acuerdo en que se acepta la innovación y el desarrollo tecnológico en la empresa, el 10.7% respondió estar totalmente de acuerdo, el 10.7% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la aceptación de la innovación y el desarrollo tecnológico en la empresa.

Tabla 10
¿La empresa brinda capacitación para la innovación?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	3	10.70%
De acuerdo.	17	60.70%
Totalmente de acuerdo.	8	28.60%
Total	28	100%



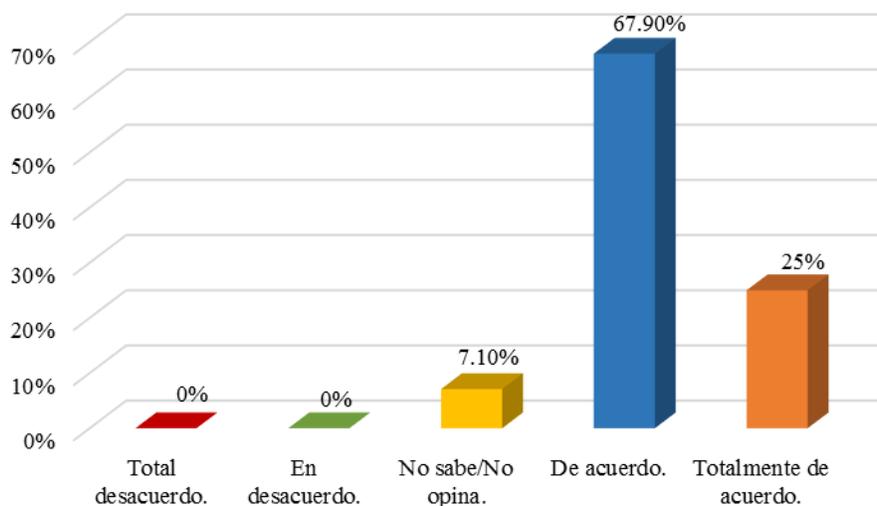
Cuadro 9. Porcentaje de capacitación para la innovación
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 10 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 60.7% manifiestan estar de acuerdo en que la empresa brinda capacitación para la innovación, el 28.6% respondió estar totalmente de acuerdo, el 10.7% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la aceptación de que la empresa brinda capacitación para la innovación.

Tabla 11

¿Se fomenta la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	2	7.1%
De acuerdo.	19	67.9%
Totalmente de acuerdo.	7	25%
Total	28	100%



Cuadro 10. Porcentaje de fomento de la creatividad

Fuente: Elaboración propia.

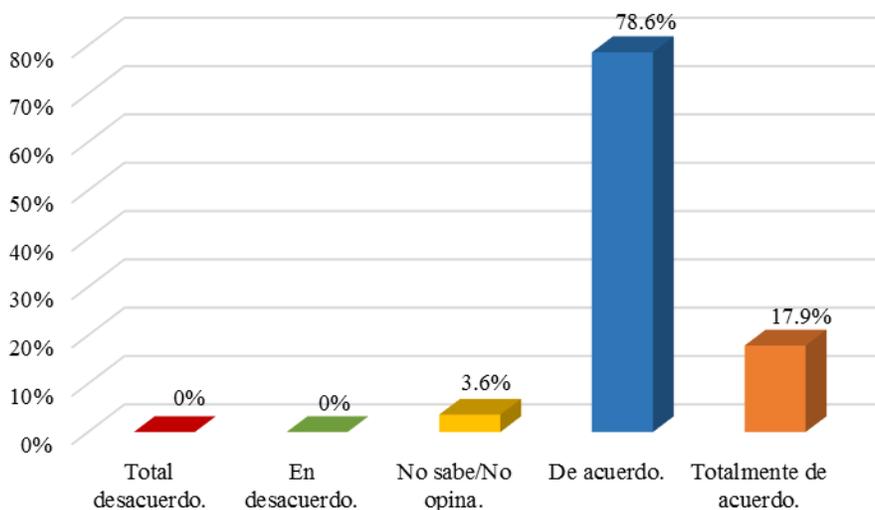
Interpretación: De los resultados de la tabla 11 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 67.9% manifiestan estar de acuerdo en que la empresa brinda capacitación para la innovación, el 25% respondió estar totalmente de acuerdo, el 7.1% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en el fomento de la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias.

DIMENSIÓN: EFICIENCIA

Tabla 12

¿Se cuenta con colaboradores profesionales especializados?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	1	3.6%
De acuerdo.	22	78.6%
Totalmente de acuerdo.	5	17.9%
Total	28	100%



Cuadro 11. Porcentaje de colaboradores profesionales especializados

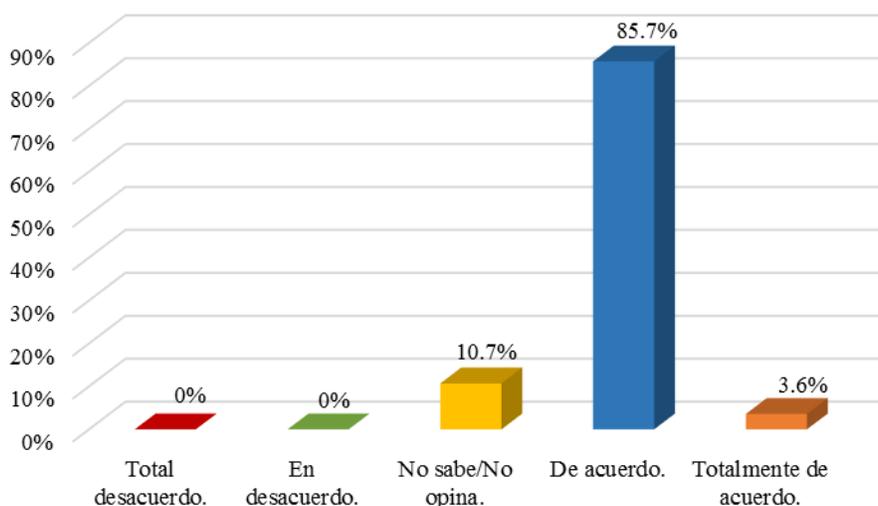
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 12 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 78.6% manifiestan estar de acuerdo en que se cuenta con colaboradores profesionales especializados, el 17.9% respondió estar totalmente de acuerdo, el 3.6% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la percepción de que se cuenta con colaboradores profesionales especializados.

Tabla 13

¿Se cuenta con un proceso de producción estandarizado?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	3	10.7%
De acuerdo.	24	85.7%
Totalmente de acuerdo.	1	3.6%
Total	28	100%

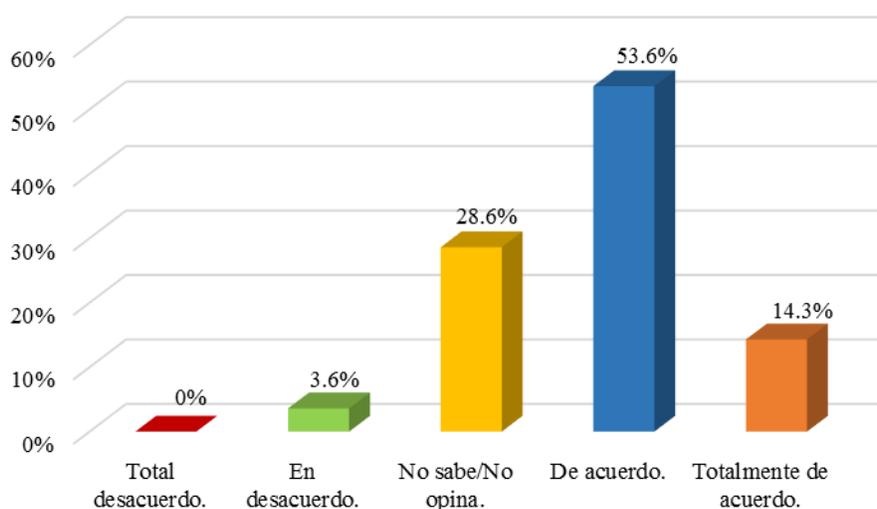


Cuadro 12. Porcentaje de proceso de producción estandarizado
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 13 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 85.7% manifiestan estar de acuerdo en que en Botica Cadenas Farma se cuenta con un proceso de producción estandarizado, el 3.6% respondió estar totalmente de acuerdo, el 10.7% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la opinión de que se cuenta con un proceso de producción estandarizado.

Tabla 14
¿Existe una Integración vertical entre el personal?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	1	3.6%
No sabe/No opina.	8	28.6%
De acuerdo.	15	53.6%
Totalmente de acuerdo.	4	14.3%
Total	28	100%



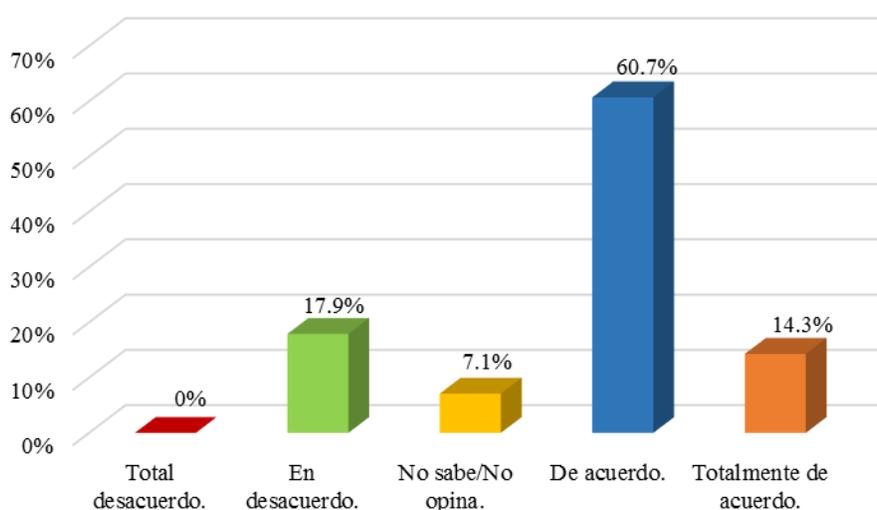
Cuadro 13. Porcentaje de Integración vertical entre el personal
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 14 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 53.6% manifiestan estar de acuerdo en que en Botica Cadenas Farma existe una Integración vertical entre el personal, el 14.3% respondió estar totalmente de acuerdo, el 28.6% no sabe, no opina y un 3.6% contestó estar en desacuerdo. Se proyecta una tendencia favorable en la existencia de una integración vertical entre el personal.

Tabla 15

¿Se cuenta con infraestructura logística y administrativa adecuada?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	5	17.9%
No sabe/No opina.	2	7.1%
De acuerdo.	17	60.7%
Totalmente de acuerdo.	4	14.3%
Total	28	100%



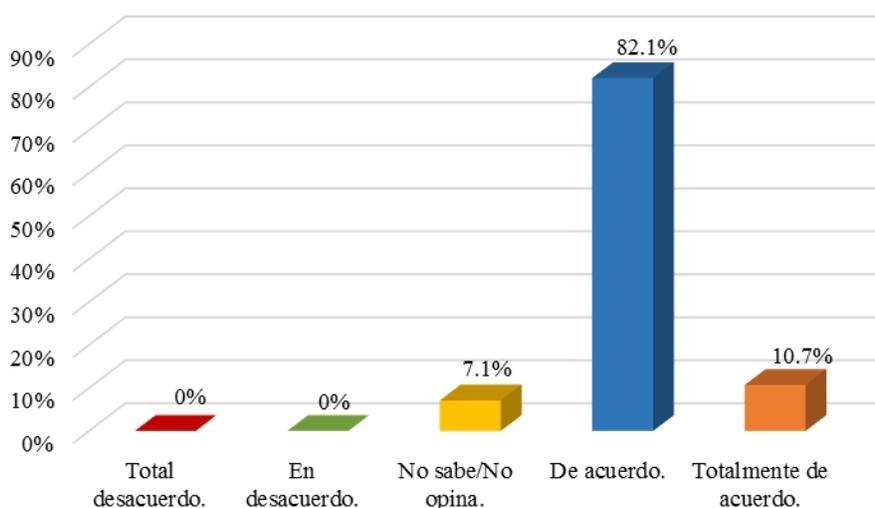
Cuadro 14. Porcentaje de infraestructura logística y administrativa adecuada
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 15 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 60.7% manifiestan estar de acuerdo en que en Botica Cadenas Farma se cuenta con infraestructura logística y administrativa adecuada, el 14.3% respondió estar totalmente de acuerdo, el 7.1% no sabe, no opina y un 17.9% contestó estar en desacuerdo. Se proyecta una tendencia favorable en la existencia de una infraestructura logística y administrativa adecuada, como también tener en cuenta en poder mejorar la infraestructura logística y administrativa.

Tabla 16

¿El personal cuenta con autonomía para realizar su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	2	7.1%
De acuerdo.	23	82.1%
Totalmente de acuerdo.	3	10.7%
Total	28	100%



Cuadro 15. Porcentaje de autonomía para realizar su trabajo

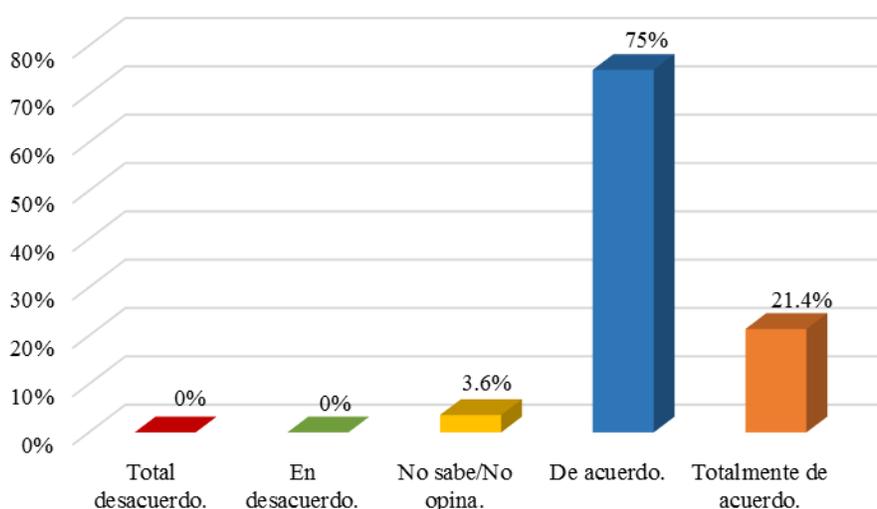
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 16 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos muestran que el 82.1% manifiestan estar de acuerdo en que el personal cuenta con autonomía para realizar su trabajo, el 10.7% respondió estar totalmente de acuerdo, el 7.1% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la opinión acerca de que el personal cuenta con autonomía para realizar su trabajo.

Tabla 17

¿Se mantiene el control de la cadena de suministro?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	1	3.6%
De acuerdo.	21	75%
Totalmente de acuerdo.	6	21.4%
Total	28	100%



Cuadro 16. Porcentaje de control de la cadena de suministro

Fuente: Elaboración propia.

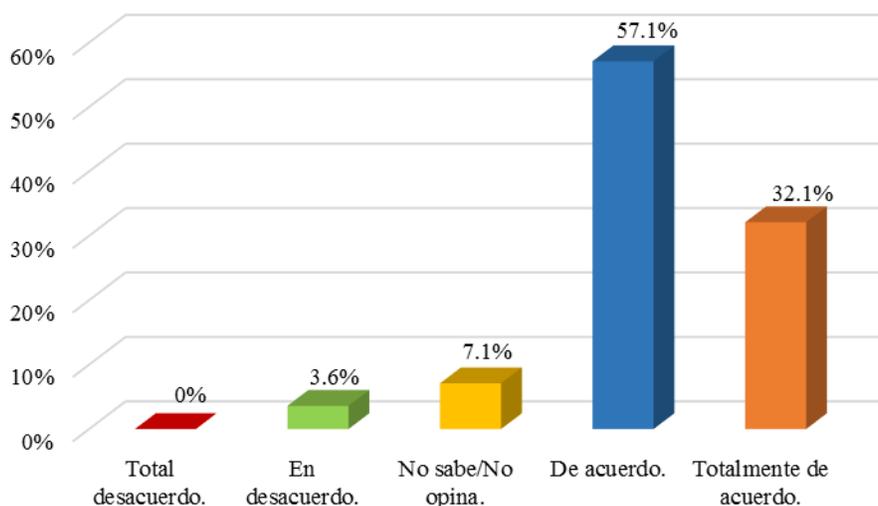
Interpretación: De los resultados de la tabla 17 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos muestran que el 75% manifiestan estar de acuerdo en que se mantiene el control de la cadena de suministro, el 21.4% respondió estar totalmente de acuerdo, el 3.6% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en la opinión de que se mantiene el control de la cadena de suministro.

DIMENSIÓN: EFICIENCIA

Tabla 18

¿Considera que con la productividad es posible ser eficiente en la asignación de labores que se otorgan?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	1	3.6%
No sabe/No opina.	2	7.1%
De acuerdo.	16	57.1%
Totalmente de acuerdo.	9	32.1%
Total	28	100%



Cuadro 17. Porcentaje de eficiencia en la asignación de labores que se otorgan con la productividad

Fuente: Elaboración propia.

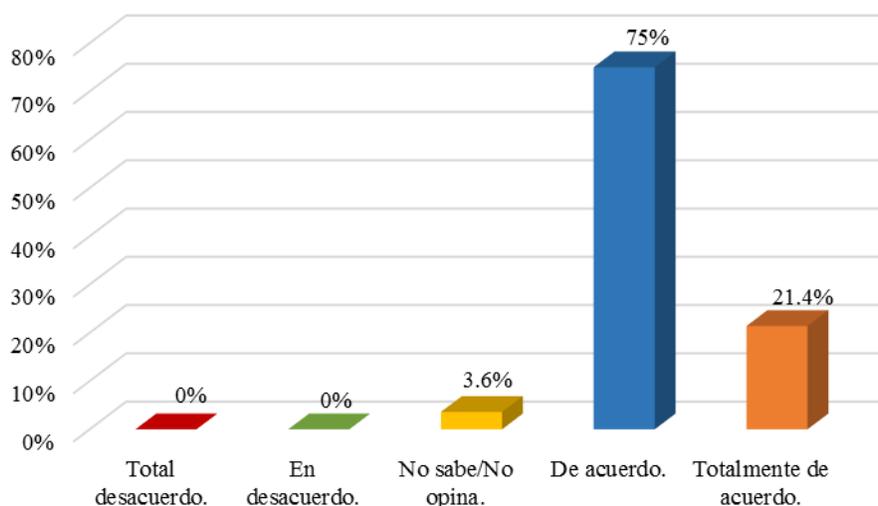
Interpretación: De los resultados de la tabla 18 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 57.1% manifiestan estar de acuerdo en que con la productividad es posible ser eficiente en la asignación de labores que se otorgan, el 32.1% respondió estar totalmente de acuerdo, el 7.1% no sabe, no opina y un 3.6% contestó estar en

desacuerdo. Se proyecta una tendencia favorable en la opinión de que con la productividad es posible ser eficiente en la asignación de labores que se otorgan.

Tabla 19

¿Considera que sus funciones están en sintonía con lo que se necesita para lograr el nivel óptimo de productividad?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	1	3.6%
De acuerdo.	21	75%
Totalmente de acuerdo.	6	21.4%
Total	28	100%



Cuadro 18. Porcentaje de vinculación de funciones lo que se necesita para lograr el nivel óptimo de productividad

Fuente: Elaboración propia.

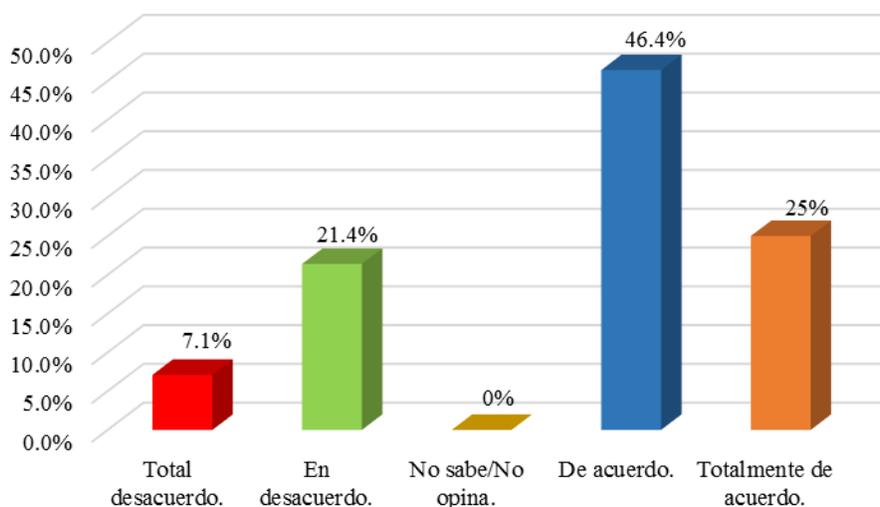
Interpretación: De los resultados de la tabla 19 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos muestran que el 75% manifiestan estar de acuerdo en creer que con sus funciones están en sintonía con lo que se necesita para lograr el nivel óptimo de productividad, el 21.4% respondió estar totalmente de acuerdo, el 3.6% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia

favorable en la creencia de que, con sus funciones, los colaboradores están en sintonía con lo que se necesita para lograr el nivel óptimo de productividad.

Tabla 20

¿Considera que aprender a trabajar bajo presión es importante para mejorar la productividad?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	2	7.1%
En desacuerdo.	6	21.4%
No sabe/No opina.	0	0%
De acuerdo.	13	46.4%
Totalmente de acuerdo.	7	25%
Total	28	100%



Cuadro 19. Porcentaje de aceptación del trabajo bajo presión para mejorar la productividad

Fuente: Elaboración propia.

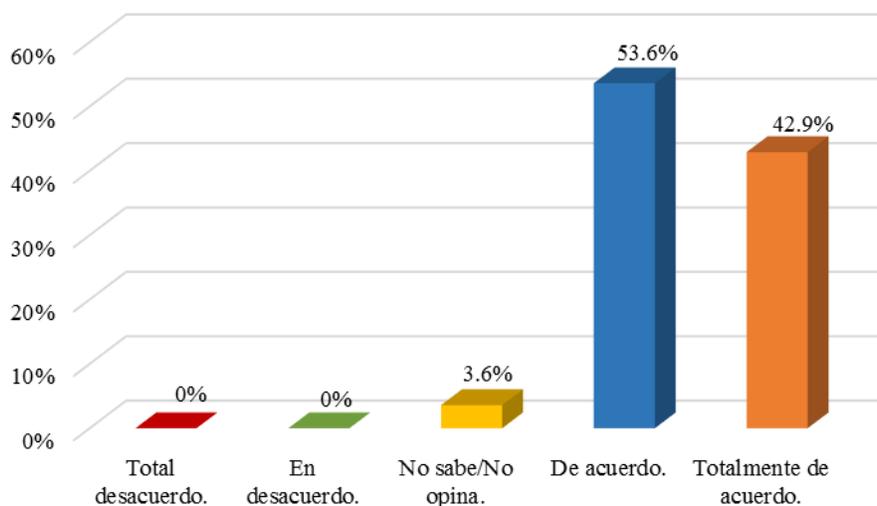
Interpretación: De los resultados de la tabla 20 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos evidencian que el 48.4% manifiestan estar de acuerdo en considerar que aprender a trabajar bajo presión es importante para mejorar la productividad, el 25% respondió estar totalmente de acuerdo, el 21.4% contestó estar en desacuerdo y un 7.1% está totalmente en

desacuerdo. Se proyecta una tendencia favorable en la opinión de que aprender a trabajar bajo presión es importante para mejorar la productividad.

Tabla 21

¿Considera que con sus logros aportan a mejorar la productividad de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo.	0	0%
En desacuerdo.	0	0%
No sabe/No opina.	1	3.6%
De acuerdo.	15	53.6%
Totalmente de acuerdo.	12	42.9%
Total	28	100%



Cuadro 20. Porcentaje de logros que aportan a mejorar la productividad de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: De los resultados de la tabla 21 y con un total de 28 colaboradores encuestados, los resultados obtenidos muestran que el 53.6% manifiestan estar de acuerdo en sentir que con sus logros aportan a mejorar la productividad de la empresa, el 42.9% respondió estar totalmente de

acuerdo, el 3.6% no sabe, no opina. Se proyecta una tendencia favorable en considerar que, con sus logros, los colaboradores aportan a mejorar la productividad de la empresa.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de Competitividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020. Las dimensiones que se discutieron con los antecedentes de esta investigación fueron: calidad, innovación, eficiencia y productividad.

En relación a la calidad y la variable competitividad, al momento de comparar los resultados de las investigaciones que han sido consideradas para este trabajo, se han encontrado discrepancias con los resultados del trabajo (Salguero, B, 2018) en cuanto a los factores que hacen la diferencia en los medicamentos que venden en las farmacias de la localidad de Zacapa, halló que el 34% de los encuestados considera que la calidad es indispensable, el 53% de los sujetos sigue manifestando que el precio es el factor principal que hace la diferencia entre un medicamento y otro en las farmacias y el 13% consideran que las promociones son otro factor que hace la diferencia; por otro lado (Vargas, K, 2019) en la evaluación realizada a la competitividad de la empresa Agronegocios SICAN S.A.C. en su dimensión calidad con las empresas competidoras la empresa en mención se encuentra al 100% en el promedio respecto a las demás empresas. En los resultados hallados en la presente investigación, en la tabla 5, en la dimensión calidad, se encontró que un 53.6% de colaboradores respondió estar de acuerdo y un 39.3% contestó estar totalmente de acuerdo en que se realiza el control de calidad en Botica Cadenas Farma.

Estos resultados generan una implicancia con lo mencionado por (Pérez, C. & Pizarro, A, 2016), en el sentido de que la competitividad de una empresa es la capacidad de ésta para establecer, mantener e aumentar su representación y participación en los mercados tanto locales como internacionales consolidando sus procesos de gestión, de esta forma se podrá ofrecer un mayor valor agregado para sus clientes.

En lo que respecta a la innovación y la variable competitividad, en los resultados de investigaciones revisadas se han encontrado coincidencias en los resultados examinados, como es el caso de (Castillo, L, 2016), quien encontró que la mayoría de micro y pequeñas empresas – MYPE, rubro boticas en el distrito de Sullana – Piura, si informa de los cambios en los productos, representando el 85.48% del estudio permitiendo lograr la competitividad de la mano de la innovación y la actualización tecnológica en los equipos de manufactura y del manejo de la información; de igual forma (Valero, G, 2019) en su investigación evidenció que existe una relación alta del Capital Tecnológico- Dotación tecnológica respecto a maquinaria y equipo especializado para la internacionalización (0.677^{**}) con la Competitividad-Innovación en Productos y servicios ($R^2=0.450$); Relación del Capital Tecnológico - Dotación Tecnológica respecto a Insumos y Cambios Tecnológicos Organizacional (0.376^{**}) con la Competitividad - innovación Organizacional ($R^2=0.484$). En los resultados de la presente investigación, en la tabla 11, se ha encontrado que un 67.9% de los encuestados está de acuerdo y un 25% respondió estar totalmente de acuerdo en que en Botica Cadenas Farma se fomenta la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias de innovación.

Estos resultados encuentran respaldo con lo expresado por (Seclen, J. & Barrutia, J, 2019), quien sostiene que la implementación de un nuevo proceso productivo efectivo en su aplicación será innovador, de igual forma, (Ochoa, J, 2017), manifiesta que para que se dé la innovación, el producto, proceso, método comercial u organizativo debe estar renovado de forma característica para que tenga éxito en el mercado o ser usado por los clientes.

En relación a la eficiencia y la variable competitividad, se han encontrado discrepancias en la comparación de resultados, (Gonzales, F, 2019), en su análisis de las boticas y farmacias del distrito del distrito de Los Olivos, en la ciudad de Lima encontró que la falta de capacitación y personal calificado, con una ponderación de 22 y 10 respectivamente, son considerados como parte de las causas raíces de la falta de competitividad en las boticas de la zona, siendo la principal causa la falta de posicionamiento de la Botica o Farmacia; de igual forma, (García, A, 2016), en una investigación acerca de la competitividad empresarial del sector metalmeccánico del estado de México halló que el 43.3% de los encuestados respondió estar de acuerdo en que aumenta la eficiencia de las operaciones de producción con la tecnología adquirida para reducir el costo de los productos. En los resultados de la presente investigación, en la tabla 12 se halló que el 78.6% de los encuestados respondió estar de acuerdo y un 17.9% manifestó estar totalmente de acuerdo en que en Botica Cadenas Farma se cuenta con colaboradores profesionales especializados, lo que permite brindar servicios altamente especializados.

Estos resultados revelan una implicancia con lo afirmado por Rojas, M.; Jaimes, L., & Valencia, M. (2018), quienes sostienen que la eficiencia es un razonamiento que conduce al

optimo empleo de los recursos utilizables para la obtención de los efectos esperados y también hacen referencia a lo expresado por (Carreón, J.; Molina, J.; Chavarría, M. & López, F, 2016), quienes advierten que de no cumplir adecuadamente los objetivos o se malgasten recursos o insumos la iniciativa de lograr una eficiencia en las labores harán que cualquier decisión resulte inútil. Las organizaciones tienen las capacidades para revisar bajo criterios de eficiencia competitiva sus recursos internos y aprovecharlos al máximo.

En relación a la productividad y la variable competitividad, se encontró discrepancias en la comparación de resultados, tal es el hallazgo de (Castillo, L, 2016) quien en su investigación encontró que el 88.70% de los encuestados manifestó que la capacitación es importante porque mejora la productividad; por otro lado, en el trabajo de (Valero, G, 2019), la nueva innovación mejorada en servicios durante los últimos tres años es baja (0.37) lo que muestra un proceso de diferenciación en las empresas poco dinámico afectando el desarrollo de los procesos de productividad con respecto a la baja. En los resultados de la presente investigación, específicamente en la tabla 21, se encontró que un 53.6% de los encuestados están de acuerdo y un 42.9% contestó estar totalmente de acuerdo en que con sus logros y desempeño aportan a mejorar la productividad de la empresa.

Estos resultados generan una implicancia en lo mencionado por los autores (Jaimes, L.; Luzardo, M. & Rojas, M. 2018), la productividad es la consecuencia del manejo racional entre la tecnología, la organización y el talento humano para lograr una prosperidad económica sostenible; y (Fernández, A. & Ramírez, L. 2017), quienes consideran que la productividad se debe medir en relación con una razón de la salida dividida entre la entrada.

Si se produce más salida con las mismas entradas se mejora la productividad. Asimismo, al recurrir a menos entradas para producir la misma salida también se mejora la productividad, siendo esto posible con un mejor control de las operaciones, tener los elementos y la programación adecuada que permita una mejor gestión de los recursos y optimizar las condiciones de trabajo de los trabajadores.

Limitaciones

Se presentaron limitaciones en la etapa inicial de la investigación y estas coincidieron con el inicio de la pandemia del COVID-19 en nuestro país y con el aislamiento social decretado por el gobierno para frenarla. Las operaciones en Botica Cadenas Farma se vieron aumentadas ante la necesidad de proveer medicamentos al público en general, siendo necesario redoblar las medidas de protección en bioseguridad a todos los empleados por lo que el autor se sumó a esta actividad. Una vez habiendo disminuido las cifras de mortalidad y en acatamiento con las disposiciones de seguridad dispuestas por el MINSA para todas las entidades se decidió continuar con la investigación utilizando las plataformas virtuales para la recolección de datos y finalizar el trabajo.

Implicancias

En la implicancia teórica, este trabajo se hizo con la intención de aportar conocimiento a la comprensión del tema de la competitividad en las empresas tratando de que los resultados obtenidos puedan regularse en una propuesta de análisis y estudio para ser agregados como fuente de consulta que genere juicio de valor para la toma de decisiones y la ejecución de estrategias que logren mejorar el ámbito organizacional.

Dentro de la implicancia práctica, este trabajo se llevó a cabo ante la necesidad de reconocer por parte de la gerencia de Botica Cadenas Farma los indicadores más predominantes de la competitividad tratando de potenciarlas de tal forma que repercuta favorablemente en el desempeño de los colaboradores y en la calidad del servicio que se les debe ofrecer a los clientes.

En la implicancia metodológica, el instrumento que se ha utilizado, el cuestionario acerca de la competitividad podrá ser aplicado en toda actividad empresarial, de esta forma se podrá tener una visión clara acerca de aquellos indicadores en los cuales se haga necesario trabajar para favorecer la competitividad, no solo en Boticas Cadenas Farma, también podrá servir para otras empresas del rubro de boticas y farmacias.

4.2. Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos en la presente investigación se han determinado que las dimensiones que generan competitividad en una mayor incidencia en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020 son: la dimensión eficiencia, en su indicador: incorporación de colaboradores profesionales; y la dimensión productividad, en su indicador: aporte de colaboradores para la mejora de la productividad; y en una menor incidencia: la dimensión calidad, en su indicador: control de la calidad de los productos; y la dimensión innovación, en su indicador: fomento de la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias. Por consiguiente, se da respuesta a la pregunta general de investigación.

En relación a la dimensión calidad: en su indicador procesos de calidad en el trabajo se ha determinado que está en un nivel alto, con un acumulado de 98.2% dentro de una tendencia favorable. Por consiguiente, se da respuesta a la pregunta de investigación.

En relación a la dimensión innovación: en su indicador fomento de la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias, se ha determinado que está en un nivel alto, con un acumulado de 96.45% dentro de una tendencia favorable. Por consiguiente, se da respuesta a la pregunta de investigación.

En relación a la dimensión eficiencia: en su indicador la incorporación de colaboradores profesionales especializados, se ha determinado que está en un nivel alto, con un acumulado de 98.3% dentro de una tendencia favorable. Por consiguiente, se da respuesta a la pregunta de investigación.

En relación a la dimensión productividad, en su indicador aporte de colaboradores para la mejora de la productividad, se ha determinado que está en un nivel alto, con un acumulado de 98.3% dentro de una tendencia favorable. Por consiguiente, se da respuesta a la pregunta de investigación.

REFERENCIAS

- Alegría, J.; Alvarez, C.; Camones, C. & Paucar, E. (2016). *Calidad en las Empresas del Sector Laboratorios Farmacéuticos en Lima - Perú*. Surco Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú Escuela de posgrado.
- Alejos, L. & Ríos, A. (2019). *Competitividad y los factores que influyen en las exportaciones de cacao de Perú*. Lima Perú: Universidad Privada de Ciencias Aplicadas Facultad de Negocios.
- Alonso D. (2019). Diseño de la investigación. *Con-Ciencia Serrana Boletín Científico de la Escuela Ixtlahuaco*, 19-20.
- Arribasplata, L. & Rebaza, L. (2019). “*Factores de la competitividad de la empresa piscifactoria PEÑA S.A.C orientado a la propuesta de innovación en el proceso de comercialización en Cajamarca, 2019*”. Cajamarca Perú: Universidad Privada del Norte Facultad de Negocios.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: México: Grupo Editorial PATRIA.
- Bernal, M. & Rodríguez, D. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia et Technica Año XXIV, Vol. 24, Vol. 24*, 86-94.
- Borda, J. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid España: Editorial UNED.
- Caro, G. & Gonzales, F. (2016). “*Nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016*”. Trujillo Perú: Universidad Privada del Norte Facultad de Negocios.
- Carreón, J.; Molina, J.; Chavarría, M. & López, F. (2016). Incremento de la eficiencia de una línea productiva basada en herramientas de Manufactura Esbelta. *Cultura Científica y Tecnológica*, (58).
- Castañeda, E.; & Naranjo, L. (2017). *Competitividad de las PYME sector comercio*. Santiago de Cali Colombia: Universidad libre seccional Cali Facultad de Ciencias Economicas y Administrativas.
- Castillo, L. (2016). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE rubro boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016*. Piura Perú: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.

- Consejo Privado de la Competitividad. (2020). *Informe de Competitividad 2019*. Lima Perú: Punto Aparte.
- Deming, E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz De Santos S.A.
- Dominguez, A. & Gutiérrez, J. (2017). *La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna*. Lima Peru: Universidad San Ignacio de Loyola Facultad de Ciencias Empresariales.
- Fernández, A. & Ramírez, L. (2017). *Universidad Señor de Sipán Propuestas de un plan de mejoras basado en gestion por procesos, para incrementar la productividad en la empresa Distribuciones A&B*. Pimentel Perú: Universidad Señor de SIPán .
- García, A. (2016). *Las capacidades tecnologicas para la competitividad empresarial del sector metalmecánico del estado de México*. México D.F. México: Instituto Politécnico Nacional Escuela Superior de Comercio y Administración.
- Gómez, J. & Villasis, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Rev Alerg Méx*, 201-206.
- Gonzales, F. (2019). *Propuesta de estrategias de competitividad para las boticas y farmacias independientes en el distrito de los Olivos*. Lima Perú : Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Hernández, H.; Barrios, I. & Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre • Vol. 16 • No. 28*, 179-195.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, T. C. P. (2018). *Metodología de la investigación : Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico D.F. México: McGraw Hill.
- Herrera, R. (2019). *Rediseño de un plan estratégico para mejorar la competitividad de una farmacia ubicada en el distrito de Santiago de Surco en Lima*. Lima Perú: Universidad Ricardo Palma Escuela de posgrado.
- Hofman, A., Mas, M., Aravena, C. y Guevara, J. (2017). Crecimiento económico y productividad en Latinoamérica. *El Trimestre Economico*. Vol. 84, Num. 334, 259-306.
- Ishikawa, K. (1994). *Introducción al control de calidad*. Madrid España: Ediciones Díaz de Santos.

- Jaimés, L.; Luzardo, M. & Rojas, M. (2018). Factores Determinantes de la Productividad Laboral en Pequeñas y Medianas Empresas de Confecciones del Área Metropolitana de Bucaramanga, Colombia. *Información tecnológica vol.29 no.5* .
- Jiménez, A. (2016). Gestión de los 't-talents'. *Business & Technology (Núm. 22) · Recursos humanoS*.
- Larios-Gomez, E. (2016). La Gestión de la Competitividad en la MIPYME Mexicana: Diagnóstico Empírico desde la Gestión del Conocimiento. *Revista de Administração da UNIMEP.*, 177-209.
- Lesmes-Silva, A. K., Barrientos-Monsalve, E. J., & Cordero-Díaz, M. C. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? *Aibi Revista De investigación, administración E ingeniería*, 147-153.
- Leyva, A. (2017). Habilidades gerenciales como estrategia de competitividad empresarial en las pequeñas y medianas empresas (Pymes). *Perspectiva Empresarial*, 4(1), 7-22.
- Leyva, A.; Cavazos, J. & Espejel, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Contad. Adm vol.63 no.3*.
- Machuca, L. (2018). *"El ciclo Deming y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018"* . Lima Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Murcia, H. (2016). *Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial*. Bogotá Colombia: Ediciones de la U.
- Niño de Guzman, J. (2018). *Influencia de herramientas de gestión en la competitividad de organizaciones de base Productivas en el distrito de Cajamarca 2017*. Cajamarca Perú: Universidad Privada del Norte Escuela de Posgrado.
- Ochoa, J. (2017). *Creatividad e Innovación* . Quito Ecuador: COEDU.
- Osorio, B. & Sibrián, K. (2019). *Inversión en investigación y desarrollo (I+D) y competitividad: una aplicación del modelo de Michael Porter al sector farmacéutico en El Salvador. Periodo 2005 – 2017*. San Salvador, El Salvador: Universidad de El Salvador Facultad de Ciencias Economicas.
- Oster, Sharon. (2000). *Análisis moderno de la competitividad*. México D.F. México: Oxford University Press.

- Pérez, C. & Pizarro, A. (2016). Competitividad en las organizaciones: las MIPYMES del sector manufacturero en Sincelejo, Sucre - Colombia. *TEACS, AÑO 8,*, 101 – 116.
- Pérez, G. (2020). *DEA Multiperiodo Usando Potencial de Eficiencia*. Sevilla España: Universidad de Sevilla Escuela Técnica Superior de Ingeniería.
- Porter, Michael. (2015). *Estrategia competitiva : Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia (2a. ed.)*. México D.F. México: Grupo Editorial PATRIA.
- Quispe, R. (2018). *Evaluación de la competitividad de una empresa privada para la exportación de mango fresco a Los Ángeles - California en el año 2017*. Lima Perú: Universidad Privada del Norte .
- Ramírez, R. & Ampudia, D. (2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. *Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología* .
- Robben, Xavier. (2018). *La cadena de valor de michael porter : Identifique y optimice su ventaja competitiva*. 50 minutos es.
- Rojas, M.; Jaimes, L., & Valencia, M. (2018). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Revista Espacios*.
- Rozas, S.; Corredor, C.; Silva, H.; Castellanos, A. & Gonzáles, J. (2016). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.)*. Barranquilla Colombia: Editorial Universidad del Norte.
- Santamaría, R. (2017). Factores críticos de la gestión de la calidad determinantes del éxito sostenido empresarial en las PYMES. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias Año 10, Vol. V, N° 19*, 105-118.
- Seclen, J. & Barrutia, J. (2019). *Gestión de la innovación empresarial: Conceptos, modelos y sistemas*. Lima Perú: Pontificia Universidad Católica el Perú Fondo editorial.
- Tello, L. (2017). *La fuerza de ventas como factor determinante de la competitividad en un laboratorio farmacéutico en Lima metropolitana*. Lima Perú: Universidad San Ignacio de Loyola Facultad de Ciencias Empresariales.
- Terán, E. (2019). *Diagnóstico de los factores de competitividad para la implementación de un emprendimiento de turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla-Cajamarca*. Lima Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú Facultad de gestión y alta dirección.

- Valero, G. (2019). *Influencia de la competitividad y el capital tecnológico, en la internacionalización de las empresas exportadoras de Bucaramanga y su Área Metropolitana-Colombia*. Valencia España: Universitat Politecnica de Valencia.
- Vargas, K. (2019). “*Nivel de competitividad de la empresa agro negocios SICÁN S.A.C. - Trujillo 2019*”. Trujillo Perú: Universidad Privada del Norte Carrera de Administración y Negocios Internacionales.
- Vilcacundo, A. (2014). *La innovación tecnológica como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del Cantón Ambato*. Ambato Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1

Tabla 22
Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>General. ¿Cómo es el nivel de competitividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?</p>	<p>General: Determinar el nivel de competitividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.</p>	<p>En la presente investigación se tiene como variable independiente: la Competitividad.</p>			<p>Tipo de investigación Es una investigación cuantitativa, descriptiva, de corte transversal</p>
<p>Específicos. ¿Cómo es el nivel de calidad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?</p>	<p>Específicos: Determinar el nivel de calidad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.</p>	<p>Definición Conceptual. . Porter, M. La Competitividad depende de la capacidad de una industria para innovar y mejorar; las compañías ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto.</p>	<p>Calidad: características inherentes que cumple con la necesidad o expectativa,</p>	<p>Conciencia de los empleados de la calidad: conocimiento uso adecuado productos. Certificación de procesos de calidad en el trabajo : protocolos de productos fármacos Análisis comparativo con la competencia: análisis de precios con compras incógnitas:</p>	<p>Diseño. La investigación fue de tipo transversal (se hizo en un solo instante de tiempo) y observacional (En tanto no hay manipulación de variables). El alcance de la investigación fue descriptivo.</p>
<p>¿Cómo es el nivel de innovación en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?</p>	<p>Determinar el nivel de innovación en Botica en Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.</p>		<p>Innovación: capacidad para convertir una idea en un buen producto, servicio, proceso, etc., valorado con éxito</p>	<p>Proyectos de fomento de la creatividad para nuevas estrategias: Innovación y desarrollo tecnológico. Personal calificado: experiencia laboral mínimo 2 años y capacitación constante. Procesos estandarizados: Poes y manual de funciones.</p>	<p>Población La población está conformada por el número de colaboradores que suman en total 28</p>

¿Cómo es el nivel de eficiencia en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?

Determinar el nivel de eficiencia en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.

Eficiencia: grado en que se cumplen los objetivos de una iniciativa al menor costo posible

Porcentaje de clientes satisfechos. Atención personalizada.

Número de quejas de clientes resueltas: Cuaderno de reclamaciones o vía telefónica.

Consultas de atención con la incorporación de colaboradores profesionales especializados: Virtual y presencial.

Muestra

La muestra está conformada por la misma cantidad de la población 28 personas de Botica Cadenas Farma

¿Cómo es el nivel de productividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020?

Determinar el nivel de productividad en Botica Cadenas Farma, en la ciudad de Lima en el año 2020.

Productividad: es la relación entre lo que produce una compañía y los recursos que destina a su producción.

Optimización de la cadena de producción con el aporte de colaboradores para mejorar productividad.: Cantidad de ventas realizadas.

Calidad de abastecimiento: Compras realizadas.

Valor agregado: Inyectable a domicilio y medida de presión gratuita.

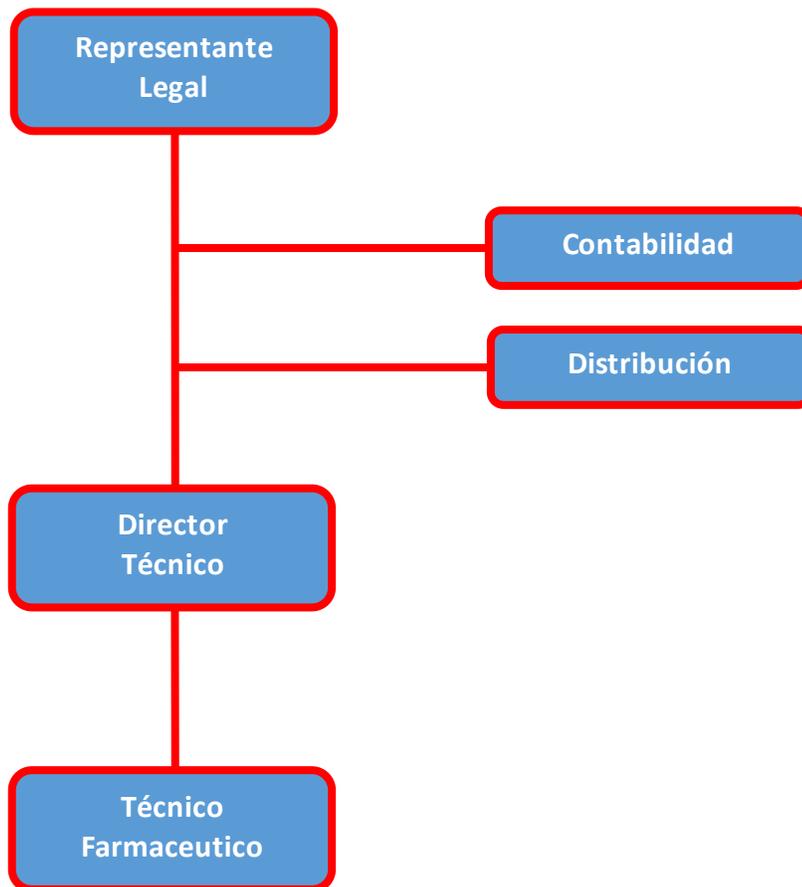
Técnica
Encuesta

Instrumento
Cuestionario

Anexo N° 2: Encuesta acerca de la Competitividad en Botica Cadenas Farma

		1	2	3	4	5
N°	ÍTEMS	Total desacuerdo	En desacuerdo	No sabe, No opina	De Acuerdo	Total Acuerdo
	DIMENSIÓN: CALIDAD					
1	¿La calidad de la materia prima se basa en los estándares del mercado?					
2	¿Se cuenta con proveedores locales con certificación ISO 9001?					
3	¿Se siguen procesos de calidad en el trabajo?					
4	¿Se realiza control de calidad de los productos?					
5	¿Se apuesta por el desarrollo sostenible?					
6	¿Se logra la atención personalizada al cliente?					
	DIMENSIÓN: INNOVACIÓN					
7	¿Existen proyectos de Innovación en el desarrollo de la producción?					
8	¿Se acepta la innovación y el desarrollo tecnológico en la empresa?					
9	¿La empresa brinda capacitación para la innovación?					
10	¿Se fomenta la creatividad y la puesta en práctica de nuevas estrategias?					
	DIMENSIÓN: EFICIENCIA					
11	¿Se cuenta con colaboradores profesionales especializados?					
12	¿Se cuenta con un proceso de producción estandarizado?					
13	¿Existe Integración vertical entre el personal?					
14	¿Se cuenta con infraestructura logística y administrativa adecuada?					
15	¿El personal cuenta con autonomía para realizar su trabajo?					
16	¿Se mantiene el control de la cadena de suministro?					
	DIMENSIÓN: PRODUCTIVIDAD.					
17	¿Considera que con la productividad es posible ser eficiente en la asignación de labores que se otorgan?					
18	¿Consideras que sus funciones están en sintonía con lo que se necesita para lograr el nivel óptimo de productividad?					
19	¿Consideras que aprender a trabajar bajo presión es importante para mejorar la productividad?					
20	¿Consideras que con tus logros aportan a mejorar la productividad de la empresa?					

Anexo N° 3: Organigrama Botica Cadenas Farma



Anexo N° 4: Botica Cadenas Farma



Anexo N° 5 Marca Registrada de Botica Cadenas Farma



Registro de la Propiedad Industrial Dirección de Signos Distintivos

CERTIFICADO N° 00117014

La Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 017182-2019/DSD - INDECOPI de fecha 06 de Agosto de 2019, ha quedado inscrito en el Registro de Marcas de Servicio, el siguiente signo:

Signo : La denominación BOTICA CADENAS FARMA AL SERVICIO Y CUIDADO DE TU SALUD. y logotipo (se reivindica colores) conforme al modelo

Distingue : Botica en el cual se va realizar la venta de medicamentos a clientes finales

Clase : 35 de la Clasificación Internacional.

Solicitud : 0800631-2019

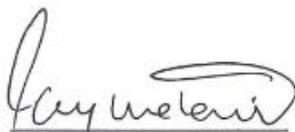
Titular : CARRASCO PALOMINO LUIS ANTONIO

País : Perú

Vigencia : 06 de Agosto de 2029

Tomo : 586

Folio : 028



RAY MELONI GARCIA
Director
Dirección de Signos Distintivos
INDECOPI



Anexo N° 6 Validación del instrumento.

Mg. Gustavo Isaac Barrantes Morales

Docente

Universidad Privada del Norte

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magister (X) Licenciado () Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA:

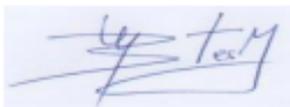
FECHA:

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “COMPETITIVIDAD EN BOTICAS CADENAS FARMA EN LA CUIDAD DE LIMA EN EL AÑO 2020”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias:



Firma del Experto

Mg. Giovanna Mendiolaza Castillo

Docente

Universidad Privada del Norte

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magister (X) Licenciado () Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA:

FECHA:

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “COMPETITIVIDAD EN BOTICAS CADENAS FARMA EN LA CUIDAD DE LIMA EN EL AÑO 2020”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias:Puse dos comentarios en las preguntas, para que los consideres



Firma del Jurado

Mg. Héctor Torres Oporto
Docente
Universidad Privada del Norte

TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO:

TITULO Y GRADO

Ph D () Doctor () Magister (X) Licenciado () Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA:

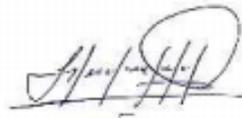
FECHA:

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “COMPETITIVIDAD EN BOTICAS CADENAS FARMA EN LA CUIDAD DE LIMA EN EL AÑO 2020”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		Siempre hay que fijarse en que pierda la dirección
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias:



Firma del Experto

Anexo 7 Carta de autorización de uso de información de la empresa

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA	
---	---

Yo Luis Antonio Carrasco Palomino.....
(Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)

Identificado con DNI...41348589, en mi calidad de ...Representante legal.....
(Nombre del puesto del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)

..... del área de ...Logística.....
(Nombre del área de la empresa)

..... de la empresa/institución...Botica Cadenas Farma.....
(Nombre de la empresa)

.....

con R.U.C N° ...10413485890....., ubicada en la ciudad de ...Lima.....

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor...Luis Antonio Carrasco Palomino.....
(Nombre completo del Egresado/Bachiller)

Identificado con DNI N°...41348589... egresado de la ()Carrera profesional o ()Programa de
Postgrado de Working Adult - Administración..... para
(Nombre de la carrera o programa).

que utilice la siguiente información de la empresa:

...La empresa proporcionó información en forma general para su diagnóstico e investigación para el
desarrollo de la tesis.

(Detallar la información a entregar)

con la finalidad de que pueda desarrollar su ()Trabajo de Investigación, ()Tesis o ()Trabajo de
suficiencia profesional para optar al grado de ()Bachiller, ()Maestro, ()Doctor o ()Título
Profesional.

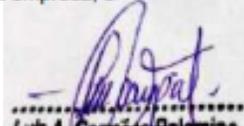
Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

- () Ficha RUC
- () Vigencia de Poder (Para informes de suficiencia profesional)
- () Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis,
Trabajo de Investigación o Trabajo de Suficiencia Profesional).

* Nota: En el caso este formato se use como regularización o continuidad del trámite durante la coyuntura de emergencia –
Covid19, se debe de omitir la "Vigencia de Poder" requerido para los informes de Suficiencia Profesional.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o
cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- () Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
- () Mencionar el nombre de la empresa.


.....
Firma y sello del Representante Legal
DNI: 41348589

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis
son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del
procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones
legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Anexo 8 Ficha RUC

CONSULTA RUC: 10413485890 - CARRASCO PALOMINO LUIS ANTONIO			
Número de RUC:	10413485890 - CARRASCO PALOMINO LUIS ANTONIO		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 41348589 - CARRASCO PALOMINO, LUIS ANTONIO		
Nombre Comercial:	BOTICA CADENAS FARMA		
Fecha de Inscripción:	10/12/2004	Fecha Inicio de Actividades:	10/12/2004
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO	Profesión u Oficio:	99 - PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4772 - VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y MÉDICOS, COSMÉTICOS Y ARTÍCULOS DE TOCADOR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA RECIBO POR HONORARIOS BOLETA DE VENTA GUIA DE REMISION - REMITENTE		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Imprimir