



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“ESTRATEGIA Y COMPETITIVIDAD EN LAS
MYPES”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración

Autora:

Rocio Velasquez Sanchez

Asesor:

Dr. Mauricio Acevedo Carrillo

<https://orcid.org/0000-0001-8699-6176>

Lima - Perú

2018

DEDICATORIA

A Dios.

Por guiarnos, por brindarnos salud y bienestar para poder lograr nuestras metas.

A Mis Profesores.

Por ser nuestros guías en la elaboración de la investigación y por otorgarnos sus conocimientos y experiencia.

A Mis Familiares

Por ser nuestro apoyo incondicional a lo largo de la carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

La presente investigación nos gustaría agradecer a Dios por guiarnos y permitirnos gozar de salud y bienestar para realizar dicha investigación

A la UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE por otorgarnos la oportunidad de desarrollarnos como profesionales y crecer como persona para poder otorgar un bien a la sociedad.

A mis profesores de la Universidad por sus enseñanzas y lecciones que alimentaron nuestra inteligencia intelectual, además de formarnos como profesionales

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
TABLA DE CONTENIDO	4
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
RESUMEN.....	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	11
CAPÍTULO III. RESULTADOS	14
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES.....	18
BIBLIOGRAFIA.....	19

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estructura

Tipo de información	No. de Preguntas	Información relacionada con
Información general	14	NIT, Nombre de la empresa, dirección, segmento del sector, ubicación, responsable general, productos, número de empleados.
Investigación y desarrollo	3	Indaga sobre proyectos de investigación y desarrollo, el grado de participación de la empresa en ellos y el personal involucrado.
Gastos en actividades científicas y tecnológicas	2	Recursos propios y financiamiento involucrados.
Actividades en innovación tecnológica	6	Tipos de innovación tecnológica, factores que dificultan la innovación tecnológica, servicios tecnológicos solicitados, infraestructura computacional.
Gestión de la innovación	9	Posición competitiva respecto a las demás empresas, factores que limitan la innovación, alianzas para la innovación.
Actividad exportadora	3	Tipos de productos, países a los que se exporta, conocimientos de acuerdos internacionales.
Capacitación	12	Políticas sobre información del personal, presupuesto para capacitación, tipo, participación de trabajadores en selección de programas, impacto, resultados.
Capital social	14	Pertenencia a grupos del sector, participación, cualidades del grupo, beneficios, actividades, liderazgo, interacción grupal, financiación del grupo.
Confianza y solidaridad	3	Nivel de confianza, interacción de grupo, solidaridad grupal.
Acción colectiva y cooperación.	3	Trabajo en equipo, participación grupal.

Fuente: Scielo (20015)

Tabla 2. Tipo de innovación reportada por las empresas

Empresa	Producto	Proceso
2	x	
4	x	x
5	x	x
7		x
8	x	x
9	x	x
10	x	x

Fuente: Scielo (20015)

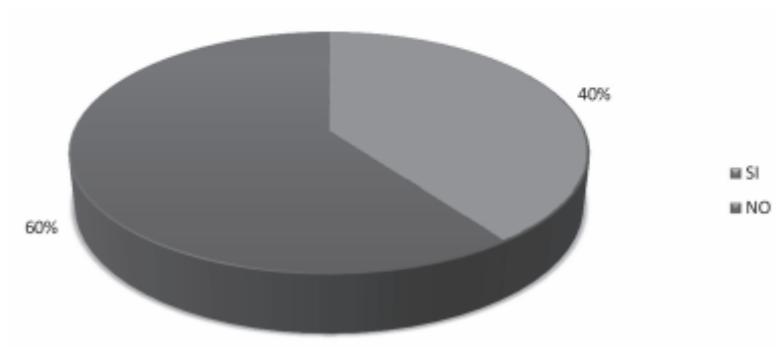
Tabla 3. Intencionalidad de las actividades de capacitación

Tipo	Total	Porcentaje
Transmisión de información	7	32 %
Desarrollo de habilidades	5	22 %
Desarrollo o modificación de actitudes	5	23 %
Desarrollo de conceptos	5	23 %
Otros	0	0 %

Fuente: Scielo (20015)

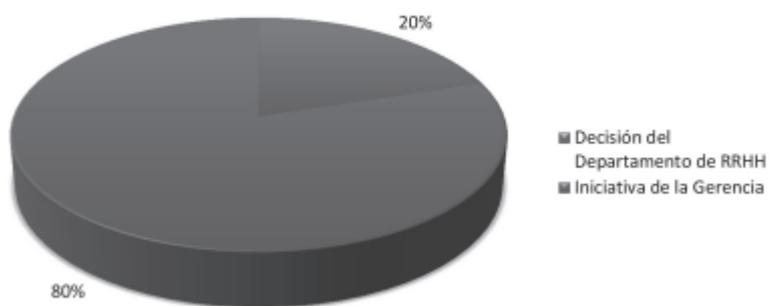
ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1
Política de responsabilidad social



Fuente: Scielo (20016)

Figura 2
Iniciativa para trabajar en responsabilidad social



Fuente: Scielo (20016)

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar aspectos importantes del tema “ESTRATEGIA Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES” Está basado en el mejoramiento de técnicas, en cada proceso que conlleva al buenos resultados para una mejora en la organización, también hemos realizado el análisis de la metodología, es donde se utiliza de 1 a 2 variable, vimos también el análisis resultado, donde se desarrolla aspectos importantes como la administración y gerencia, marketing y ventas ,operaciones y logísticas, finanzas y contabilidad ,recursos humanos ,sistemas de información y comunicaciones. Nuestro trabajo también cuenta con la MATRIZ el cual se ubicó en el cuarto cuadrante de la matriz. Lo que significa que podemos crecer y edificar. También realizamos cuatro estrategias con sus respectivas actividades y meta, llegamos a la conclusión que la “ESTRATEGIA Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES” hay buenos procesos he ideas, estrategias, competitividad, en el manejo de lo mencionado, ya que permite un buen desarrollo y buenos resultados en las estrategias y competitividad.

PALABRAS CLAVES: Estrategia, Competitividad, Metas y Mypes.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La competitividad en la empresa es muy favorable, ya que permite el crecimiento, generando estrategias, soluciones, creatividad, habilidades en dar buenos resultados a la organización, ya tanto para la empresa misma y para los trabajadores.

se investiga, busca una variedad de estrategias para competitividad, como por ejemplo productos sustitutos, calidad de servicio, rapidez, productos de calidad.

El planeamiento estratégico es un esfuerzo organizacional que busca que las empresas definan con la mayor claridad posible su misión y la visión que tienen de esta en el mediano y largo plazo, así constituyéndose en una herramienta poderosa que posibilita la adaptación de la organización a medios exigentes, cambiantes y dinámicos logrando el máximo de eficiencia, eficacia y calidad en la prestación de sus servicios.

Nuestra investigación

La competitividad en la empresa es muy favorable, ya que permite el crecimiento, generando estrategias, soluciones, creatividad, habilidades en dar buenos resultados a la organización, ya tanto para la empresa misma y para los trabajadores.

se investiga, busca una variedad de estrategias para competitividad, como por ejemplo, calidad de servicio, rapidez, productos de calidad.

Aplicaremos la metodología, porque este instrumento nos va permitir analizar el entorno o facilitar analizar el entorno de la empresa, el cual nos va permitir observar y analizar varios factores como políticos, económicos, sociales, tecnológicos y hasta en algunos casos

ecológicos ,es por eso que esta herramienta es importante porque lo podemos aplicar en varios casos pues nos va a facilitar una descripción muy detallada del contexto en el que opera en la “ESTRATEGIA Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES”

También utilizaremos la herramienta PORTER, porque nos va a proporcionar maximizar los recursos y así superar la competencia, nos va a permitir analizar también obtener una mayor rentabilidad para nuestra empresa. También se hizo a la herramienta MEFE Y MEFI porque nos va a permitir formular estrategias ya que evalúa las principales fortalezas, debilidades de nuestra empresa.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

- Las estrategias de las Mypes, podrían realizar acciones en poder disminuir los errores y permitir subir los niveles de eficiencia, en productividad y competitiva. La competitividad es sistemática. Ibarra Manuel (2017)

- En los últimos años, las empresas han mejorado en todo el ámbito, gracias a la competitividad que se tiene en el mercado dándoles el aprendizaje, permitiendo hacer frente a las necesidades del cliente y al ambiente de globalización. La invocación es importante en que accede a un mayor número de clientes, con productos de calidad y mejores precios. Jiménez J. C. Pág. 172 (2009)

- En satisfacer las necesidades que se detecte, en los diferentes procesos como, adquisición de información, organización y almacenamiento, desarrollo de productos y servicios de la información, distribución y uso, ya que permite tener unas buenas estrategias. Guarrochena M. (2013)

- la competitividad, se requiere ciertos elementos, la productividad, el conocimiento, las habilidades, la inteligencia económica y de mercadeo, la calidad del producto, la producción, gerencia. El núcleo de los competidores se inicia en las empresas, dirige sus objetivos a la generación de riquezas en términos d beneficios. Narváez M., Pág. 237 (2009)

- La mercadotecnia define las estrategias de esa firma genera buenos resultado para la organización, permitiendo a la organización mejorar la calidad del producto, Giménez J.C- pág. 170 (2009)

- Las organizaciones en los últimos 20 años se han enfocado en los logros de desempeño superior, tales como la liberalización generalizada de los mercados, así como la de los mercados de capitales, se ha ampliado el ámbito de operación y de rivalidad de la organización. Montoya L. A. Pag. 60 (2011).

- para la una buena toma de decisiones, se buscar analiza a los grupos económicos familiares y sus efectos para generar una fortaleza de marca, un conjunto de empresas que son controladas por un pequeño grupo de accionistas mayoritarios, usualmente miembros de una familia o de un grupo de asociados con nexos sociales o étnicos. Sánchez J. pag. 399 (2016)

- el objetivo es maximizar la rentabilidad de las operaciones en curso; abarca precio, establecimiento de estrategias de marketing, programa de producción y niveles de inventarios, así como decidir sobre los gastos relativos a favor de la investigación y desarrollo, marketing y operaciones. Las decisiones estratégicas de la empresa y los mercados estén bien escogidas, que exista la demanda suficiente, y que la empresa sea capaz de generar una porción de la demanda.
CENTRUM católica pág. 72 (2005)

- Las empresas deben dar a la gestión estratégica como nueva visión del negocio, dejando de lado un único enfoque operacional para involucrar herramientas de la gestión estratégica, tales como, liderazgo, procesos, planeación, seguimiento y

control, bajo las perspectivas del aprendizaje organizacional, procesos internos, cliente y las finanzas, y cómo finalmente, estas herramientas se convierten en el soporte para la toma de decisiones y preparan los retos del mercado. Patricia C. pag. 6 (2012)

- La competitividad se desarrolla entres faces, consulta de fuentes, análisis de los diferentes conceptos, una tercera fase la generación de un nuevo concepto. existen técnicas que se utilizan dentro de este aspecto como son las de la comercialización y la distribución, ya sea de un producto o un servicio que se le ofertan a los diferentes consumidores o demandantes.

Barroso L. F. pág. 19 (2013)

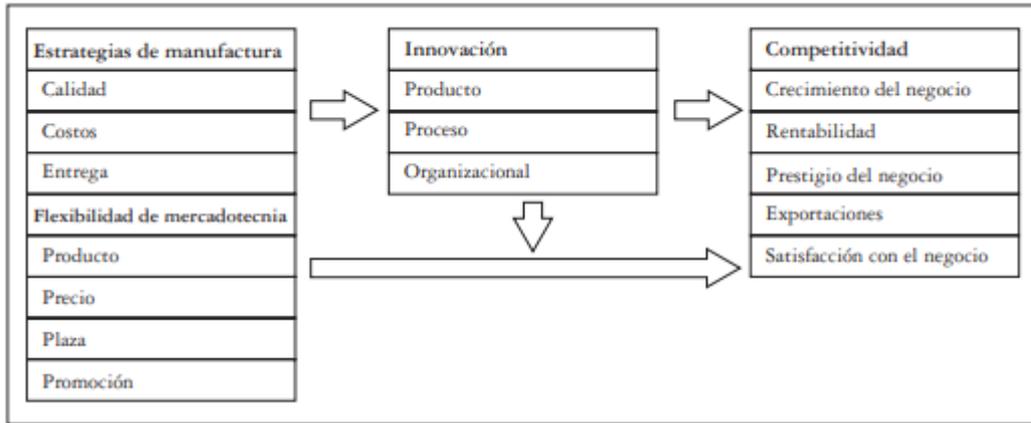
CAPÍTULO III. RESULTADOS

Población	1 004 unidades
Muestra	245 unidades
Nivel de confianza	95%
Error	5%
Proporción	70%
Encuestas aplicadas	195

Fuente: Scielo (20017)

Dimensión	Confiabilidad
Planeación estratégica	.863
Producción y operaciones	.938
Aseguramiento de la calidad	.905
Comercialización	.899
Contabilidad y finanzas	.844
Recursos humanos	.891
Gestión ambiental	.833
Sistemas de información	.841

Fuente: Scielo (20017)



Fuente: Scielo (2009)

	Competitividad	Innovación
Estrategias de Manufactura	,318**	,551**
Estrategias de Mercadotecnia	,404**	,547**
Innovación	,265**	
Estrategias	,428**	,647**

Fuente: Scielo (2009)

Variable de control		Competitividad
Innovación	Estrategias de manufactura	,197
	Estrategias de mercadotecnia	,305
	Estrategias	,330

Fuente: Scielo (2009)

	Supranacional	Nacional	Regional	Local
Meta	Competencia de sistemas de diferentes modelos de economías de mercado	Modelo Nacional de desarrollo Sistema nacional de Innovación	Identidad regional Capacidad de estrategias de agentes regionales	Capacidad de cooperación de agentes locales Confianza Convenios de creatividad
Macro	Flujos internacionales de capital	Marcos macroeconómicos	Política fiscal Capacidad de inversión pública	Política fiscal Capacidad de inversión pública Calidad de vida
Meso	Política industrial de la unión europea. Protocolo de Kyoto	Fomento de nuevas tecnologías Fomento a las exportaciones Instituciones de financiación Políticas de medio ambiente específicas	Política fiscal sólida Centros de tecnología y de demostración Instituciones educativas Política de medio ambiente	Fomento económico local y política de mercado de trabajo
Micro	Encadenamiento mercantiles globales Empresas Internacionales	Empresas grandes y medianas Redes dispersas	Micro, pequeña y mediana empresa Clusters regionales	Cluster y distritos industriales Proveedores

Fuente: Redalyc (2011)

Países en desarrollo de América Latina	Pequeña	Mediana	Grande
Argentina	A	a	a
Bolivia	B	b	B
Chile	10-49	50-99	Mas de 100
Colombia	10-199		Mas de 200
Brasil (industria)	20-99	10-499	Mas de 500
México - c	31-100	101-500	Mas de 500
Perú - d	5-19	20-199	Mas de 200
Venezuela	5-20	(21-50) (51-100)	Mas de 100
Países desarrollados			
Canadá	Menos de 200	Menos de 200	Mas de 200
Francia	10-499		Mas de 500
Alemania	De 1 a 9	De 10 a 499	Mas de 500
Italia	101-300	301-500	Mas de 500
Japón	Menos de 300	Menos de 300	Mas de 300
España	Menos de 200	Menos de 500	Mas de 500
Reino Unido	10-49	50-499	Mas de 500
Estados unidos	20-99	100-499	Mas de 500
Republica de Corea	Menos de 300	Menos de 300	Más de 300

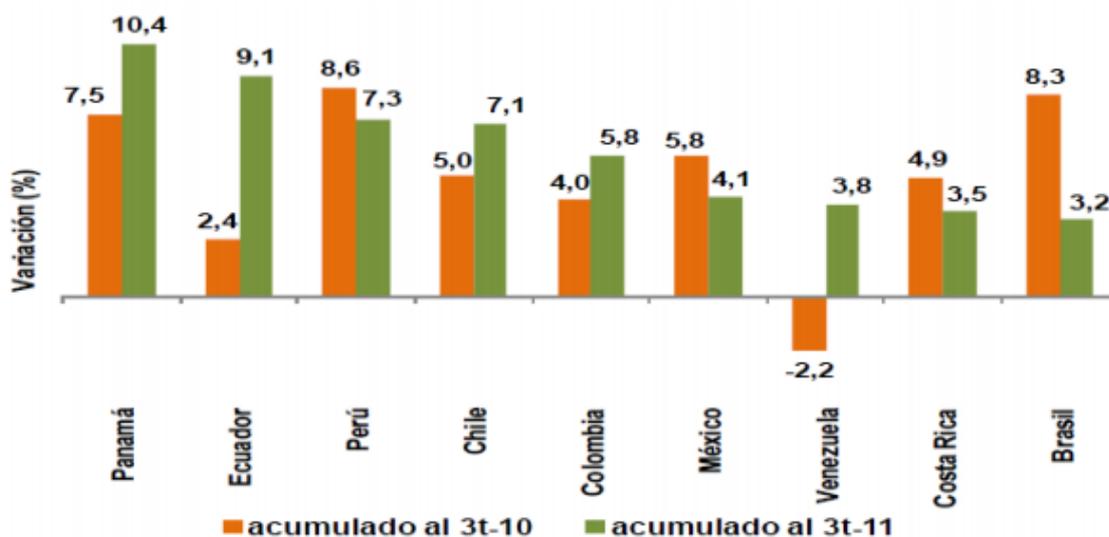
Fuente: Redalyc (2011)

País	Indicador	Micro %	Pyme %	Grande %
Argentina	Participación en la producción %	24.8	42.7	32.5
Brasil	Salarios millones de US\$	7.840	19.860	102.959
Chile	Ventas (Millones de US\$)	3.370	19.647	89.988
Colombia	Participación en valor agregado %	1.4	30.9	67.7
Costa Rica	Ventas (Millones de US\$)	n.d.	12.6	n.d.
Guatemala	Participación del PIB (Millones de US\$)	7.449	n.d.	n.d.
Honduras	Ventas (Millones de US\$)	n.d.	4.884	n.d.
México	Participación en el valor agregado %	30	32	38
Nicaragua	Participación de la producción %	2.1	36.3	61.6
Panamá	Producción (Millones de US\$)	3.400		n.d.
República Dominicana	Producción (Millones de US\$)	2.328	n.d.	n.d.
Venezuela	Participación en la producción %	n.d.	13.8	n.d.

Fuente: Redalyc (2011)



Fuente: Scielo (2012)



Fuente: Scielo (2012)

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

Podemos concluir que se logró el objetivo de una mayor rapidez en el mejoramiento de la de los procesos.

Se logrando objetivos mejores técnica de estrategias, competitividad, para un mayor alcance en las mejoras de estrategias, de esa forma dando bueno resultado en la organización, con buena producción.

BIBLIOGRAFIA

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612017000100107

<http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a08.pdf>

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082013000200005

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/3771CFD6BC85ED5705257B4F005BD487/\\$FILE/29011557005.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/3771CFD6BC85ED5705257B4F005BD487/$FILE/29011557005.pdf)

<http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a08.pdf>

<http://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/1795.pdf>

<file:///C:/Users/Rocio/Downloads/Competitividadsurelacionconlagestionsegunda.pdf>

<file:///C:/Users/Rocio/Downloads/4126-15740-1-PB.pdf>

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2845/RubioClaudia2012.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

<file:///C:/Users/rvelasquez/Downloads/3212-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5653-1-10-20181011.pdf>