

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Escuela Profesional de Ingeniería Comercial**



**MEJORAMIENTO DEL DESARROLLO COMPETITIVO DE LAS  
CADENAS PRODUCTIVAS DE LOS AGENTES ECONÓMICOS  
ORGANIZADOS DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE  
CARPINTERÍA EN EL DISTRITO DE GREGORIO ALBARRACÍN  
LANCHIPA, TACNA-2014.**

**Tesis para optar el Título Profesional de Ing.Comercial**

**PRESENTADO POR:**

**Bach. Huere Noa, Claudia Ximena**

**TACNA-PERÚ**

**2015**



## **Dedicatoria**

*A mis padres Raquel y Freddy,*

*Que por caminos distintos nos llevo la vida, pero por el lazo que soy yo  
siempre estaremos unidos.*

*Gracias por su amor, apoyo y dedicación por hacerme una persona de  
bien.*

## **Agradecimiento**

*A Dios por permitirme un día más de vida.*

*A mis amigos, que a lo largo de este proceso, me motivaron y me hicieron  
sonreír.*

*A ti Sergio, que me llenas de amor y sacas lo mejor de mi día a día.*

*Y a todas las personas que creen en mí y en mis sueños.*

## RESUMEN

La presente tesis titulada **“MEJORAMIENTO DEL DESARROLLO COMPETITIVO DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS DE LOS AGENTES ECONÓMICOS ORGANIZADOS DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA DE CARPINTERIA EN EL DISTRITO DE GREGORIO ALBARRACIN”** tuvo como objetivo determinar la influencia del desarrollo competitivo de las cadenas productivas, de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería del Distrito Coronel Gregorio Albarracín. Se tomó para ello una muestra de 103 microempresario, para ello se utilizó un diseño no experimental, el tipo de investigación fue descriptivo, transversal, causal explicativo. Para el análisis de datos se empleo las tablas de frecuencias y gráficos de barras; para establecer las relaciones de dependencias entre las variables de empleo la prueba de independencia de Chi Cuadrado al 95% de confiabilidad los resultados evidenciaron que las cadenas productivas están relacionadas significativamente con el desarrollo competitivo con un nivel de confianza del 95%.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>4</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>5</b>
<b>INDICE DE CONTENIDOS.....</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>11</b>
<b>ASPECTOS GENERALES: DESCRIPCION DEL PROBLEMA</b>	<b>13</b>
1.1. Identificación y determinación del problema.....	18
1.2. Formulación del problema.....	19
1.2.1. Problema General.....	19
1.2.2. Problemas Específicos.....	19
1.3. Objetivos generales y específicos.....	19
1.3.1. Objetivo General.....	19
1.3.2. Objetivos Específicos.....	20
1.5. Importancia y alcances de la investigación.....	20
1.5.1. Alcances.....	21
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>22</b>
2.1. Antecedentes de estudio.....	22
2.2. BASES TEÓRICAS DE DESARROLLO COMPETITIVO.....	23
2.2.1. Definición de MYPE.....	23
2.2.2. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas.....	24
2.2.3. Tipos de empresas.....	25
2.2.4. Empresas formales.....	28
2.2.5. Importancia de las Mypes en el Perú.....	29
2.2.6. En el Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa.....	30
2.2.7. APOYO A LA GESTION Y AL DESARROLLO EMPRESARIAL	32
2.2.7.1. Desarrollo local.....	33
2.2.7.2. La Competitividad.....	35
2.2.7.3. La competitividad en el Perú.....	36
2.2.8. LA COMPETITIVIDAD, LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL	37
2.2.8.1. Característica de una empresa competitiva.....	45
2.2.8.2. El modelo PENTA.....	45
2.3. BASE TEORICA DE CADENAS PRODUCTIVAS.....	49
2.3.1. Importancia del enfoque de cadenas productivas.....	50
2.3.2. Componentes.....	52
2.3.3. Estructura de una cadena productiva.....	54
2.3.4. Competitividad de cadenas productivas.....	54
2.3.5. Ventajas de trabajar en cadena.....	54
2.4. Definición de conceptos básicos.....	54
2.4.1. Cadena Productiva.....	54

2.4.2. Desarrollo competitivo.....	56
------------------------------------	----

### **III. METODOLOGÍA**

3.1. Hipótesis.....	57
3.1.1. Hipótesis General.....	57
3.1.2. Hipótesis Específicas.....	57
3.2. Variables de Hipótesis	
3.2.1. Variable Independiente; Desarrollo Competitivo (X).....	58
3.2.2. Variable Dependiente Cadenas Productivas (y).....	58
3.3. Tipo de investigación.....	59
3.4. Diseño de investigación.....	59
3.4.1. Nivel de la investigación.....	60
3.5. Población y Muestra.....	60
3.5.1. Población.....	61
3.5.2. Confiabilidad.....	61
3.6. Instrumentos de Investigación.....	62
3.6.1. Fuente de información primaria.....	63
3.6.2. Fuentes de información secundaria.....	63
3.7. Técnica de Procesamiento de datos.....	64
3.8. Selección y validación de los instrumentos de medición.....	64

### **IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

4.1. Variable Independiente (X) Desarrollo Competitivo.....	67
4.2. Variable Dependiente (y) Cadenas Productivas.....	93
4.3 Comprobación de Hipótesis.....	102

CONCLUSIONES.....	110
-------------------	-----

SUGERENCIAS .....	111
-------------------	-----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	112
----------------------------------	-----

ANEXOS.....	114
-------------	-----

Instrumentos de investigación	
-------------------------------	--

Resultado de Alpha de Cronbach (Dimensiones)	
--	--

## ÍNDICE DE TABLAS

### Variable Independiente (y) Desarrollo Competitivo

<b>Tabla N° 01:</b> Considera que las alianzas estratégicas permiten acceder a nuevas tecnologías.....	67
<b>Tabla N° 02:</b> Con las alianzas estratégicas se reducen los riesgos.....	68
<b>Tabla N°03.</b> : La innovación Influye de manera positiva en el crecimiento de la empresa.....	68
<b>Tabla N°04:</b> La innovación es continua para que se mantenga en el mercado.....	69
<b>Tabla N°05:</b> Creemos en nosotros mismo.....	70
<b>Tabla N°06:</b> Considera que la forma de pensar positiva o negativa influye en el trabajo.....	70
<b>Tabla N° 07:</b> Los valores personales son importantes para medir la confianza que se le asigna a cada integrante dentro de la empresa....	71
<b>Tabla N°08:</b> El Los valores organizacionales permiten determinar el compromiso de cada trabajador con la empresa.....	72
<b>Tabla N°09:</b> El clima organizacional es el adecuado.....	72
<b>Tabla N°10:</b> Las decisiones que se toman en la empresa influyen en el clima organizacional.....	73
<b>Tabla N°11:</b> Se realizan las actividades oportunamente y como se ordeno.....	74
<b>Tabla N°12 :</b> Se cuenta con todas las herramientas necesarias para cumplir con los objetivos planteados.....	74
<b>Tabla N°13:</b> Se necesita el liderazgo de una persona capacitada.....	75
<b>Tabla N°14:</b> La organización es importante para direccionar los objetivos que la empresa se ha trazado.....	76
<b>Tabla N°15:</b> El producto se diferencia de los demás.....	77
<b>Tabla N°16:</b> Los costos bajos generan el aumento en las ventas mensuales.....	77
<b>Tabla N°17:</b> El posicionamiento en el mercado depende de la calidad del producto que se ofrece.....	78
<b>Tabla N°18:</b> Consideran que la percepción de las personas que consumen nuestro producto es buena.....	79
<b>Tabla N°19:</b> La tecnología no es obsoleta para la elaboración de los productos.....	80
<b>Tabla N°20:</b> Considera que la tecnología es importante para el aumento de la producción.....	80
<b>Tabla N°21:</b> La infraestructura es nueva y cuenta con todo lo necesario para la producción.....	81
<b>Tabla N°22:</b> Considera que la infraestructura es importante para mejorar la percepción del consumidor y sea más atrayente.....	82



<b>Tabla N°23:</b> Personas con experiencia aportan ideas nuevas a la empresa.....	82
<b>Tabla N°24:</b> El personal desarrolla un compromiso laboral y social en sus actividades.....	83
<b>RESULTADOS POR INDICADORES VARIABLE INDEPENDIENTE:</b>	
<b>Desarrollo Competitivo</b>	84
<b>Tabla N°25:</b> Alianzas estratégicas.....	84
<b>Tabla N°26:</b> innovación.....	85
<b>Tabla N°27:</b> Creencias.....	86
<b>Tabla N°28:</b> Valores.....	86
<b>Tabla N°28:</b> Eficiencia.....	87
<b>Tabla N°30:</b> Organización.....	88
<b>Tabla N°31:</b> Ventajas competitivas.....	88
<b>Tabla N°32:</b> Posicionamiento.....	89
<b>Tabla N°33:</b> Tecnología.....	90
<b>Tabla N°34:</b> Infraestructura.....	90
<b>Tabla N°35:</b> Capital humano.....	91
<b>Tabla N°36:</b> Clima Organizacional.....	91

### **Variable Dependiente (y) Cadenas Productivas**

<b>Tabla N°37:</b> El financiamiento monetario brinda seguridad.....	93
<b>Tabla N°38:</b> La solidez financiera permite crecer.....	93
<b>Tabla N°39:</b> La asociatividad permite alcanzar objetivos comunes de mediano y largo plazo.....	94
<b>Tabla N°40:</b> Mediante la asociación se pueden alcanzar nuevos mercados.....	95
<b>Tabla N°41:</b> La capacidad de producción es permanente todo el año.....	95
<b>Tabla N°42:</b> Considera que la capacidad de producción es la adecuada para la demanda del mercado.....	96
<b>Tabla N°43:</b> La toma de decisiones la mayoría de veces ha sido acertada.	97
<b>Tabla N°44:</b> El conocimiento y experiencia se refleja en la calidad del producto.....	97

### **RESULTADO POR INDICADORES VARIABLE DEPENDIENTE: Cadenas Productivas**

<b>Tabla N°45:</b> El financiamiento.....	98
<b>Tabla N°46:</b> La asociatividad.....	99
<b>Tabla N°47:</b> La capacidad de producción.....	99
<b>Tabla N°48:</b> El conocimiento.....	100
<b>Tabla N°49:</b> Cadenas Productivas General.....	101
<b>Tabla N° 50:</b> Pruebas de chi-cuadrado.....	104
<b>Tabla N° 51:</b> Medidas de Asociación Coeficiente Phi y Coeficiente V de Cramer Eficiencia-Cadenas Productivas.....	104

<b>Tabla N° 52:</b> Pruebas de chi-cuadrado.....	106
<b>Tabla N°53:</b> Medidas simétricas Solidez Financiera-Cadenas Productivas.	106
<b>Tabla N° 54:</b> Pruebas de chi-cuadrado.....	108
<b>Tabla N°55:</b> Medidas de Asociación según Coeficiente Phi y Coeficiente V de Cramer entre el desarrollo competitivo y las cadenas productivas	108

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 01:</b> Empresas formales según número de Trabajadores.....	28
<b>Gráfico N° 02:</b> Empresas formales, según segmento Empresarial, 2012	29
<b>Gráfico N°03:</b> Tipos de Contribuyentes.....	31
<b>Gráfico N° 04:</b> Modelo Penta.....	45
<b>Gráfico N°05:</b> Eslabones de una Cadena.....	52
<b>Gráfico N°06:</b> Estructura de una Cadena Productiva.....	53
<b>Gráfico N°07:</b> Variable Desarrollo Competitivo General.....	92
<b>Gráfico N°08:</b> Cadenas Productiva General.....	102

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el Perú ha tenido un crecimiento económico importante, pero este crecimiento no es suficiente para generar el desarrollo económico de la población. Por otro lado, en el contexto actual, en el que las políticas de “inclusión social” han cobrado relevancia, es necesario interrogarnos sobre los factores que pueden ser determinantes para generar procesos de inclusión.

En un mundo de alta competitividad como el que se vive hoy en día; la necesidad de implementar adecuados sistemas de organización empresarial, que conlleven al manejo eficiente de todos los procesos y recursos, se vuelve esencial para el desenvolvimiento de empresas en un marco económico globalizado. Siendo imprescindible para tal efecto el significado de cadena productiva, con aplicabilidad tanto en el análisis empresarial así como estrategia de crecimiento para nuestra región.

Es así como los modelos exógenos, que describían la aplicación de fuerzas económicas externas actuando sobre economías regionales son transformados a modelos expansivos de desarrollo endógeno, los cuales consideran las fortalezas productivas, culturales, políticas y de recursos que posee un determinado lugar para su florecimiento económico. Ante tal dinámica, las empresas toman un papel fundamental en el

enfoque de nuevos esquemas que les permitan crecer, mantener y mejorar su capacidad competitiva, en equilibrio con los factores que las rodean.

La cadena productiva surge como respuesta a la búsqueda de estrategias que conduzcan a las empresas a alcanzar mejores condiciones de posicionamiento al interior de los mercados, disminuyendo costos, elevando la productividad, propiciando la libre competencia, proyectando una visión amplia y clara de la empresa, de sus sectores de mercado y la calidad de los procesos, considerando para esta investigación, el aspecto endógeno en el desarrollo de la cadena productiva.

En Aspectos Generales I, se realizó la descripción y formulación del problema y objetivos.

En Capítulo II Marco Teórico, hace referencia a las bases teóricas de las variables independiente la cual es desarrollo competitivo y dependiente, la cual es cadenas productivas.

En el Capítulo III Metodología, desarrolla el planteamiento de las hipótesis, y la metodología de este trabajo de investigación en base a los análisis estadísticos que se realizaron.

En el Capítulo IV Análisis de Resultados, se habla de todos los resultados obtenidos en el trabajo de investigación.

## **I. ASPECTOS GENERALES**

### **1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA -CAUSAS**

Tacna es considerada una zona comercial, por su cercanía con la frontera chilena, que día a día acoge a gran afluencia de turistas, que incrementan el PBI regional, con el consumo de los productos, en diferentes puntos de venta, lo cual hace que el mercado local sea cada vez más competitivo, por la cantidad de emprendedores con negocios, que buscan una fuente de ingresos propia, para su desarrollo económico y social.

El desarrollo económico en las naciones o ciudades se cuantifica con el crecimiento de la riqueza que genera prosperidad que genera en su gente, esta prosperidad en otros países se le conceptualiza con la sociedad de bienestar y hasta se mide con el índice denominado felicidad y el que cuantifica la riqueza con el índice del Producto Bruto Interno (PBI), según la teoría económica para que este índice genere desarrollo tiene que crecer a tasas mayores del 5% anual por un periodo no mayor de 20 años.

Es por eso, que el Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, siendo uno de los más jóvenes de la Ciudad de Tacna, y que se encuentra en continuo crecimiento, no es ajeno al desarrollo económico, ya que cuenta con una fuente de dinero proveniente del canon minero, el

cual es utilizado para la construcción de obras públicas, fortalecer los programas sociales y promover el empleo, mediante el impulso a las MYPES, las cuales entre las más destacadas son el rubro de carpintería, panadería y confección textil.

El Sector de Carpintería cuenta con un total de 43.5% de representación en el sector productivo y ya no solo se centra con el trabajo lineal sino que mucho de ellos trabajo también en el tallado, trabajos dirigidos también a un público chileno; pero que no cuentan con la tecnología, financiamiento y capacitación suficiente para brindar un mejor servicio y de calidad.

Para generar las condiciones para el crecimiento y atraer inversiones el estado le otorga a las Municipalidades un rol central de facilitador y promotor de la inversión privada poniendo énfasis en la micro y pequeña empresa, es decir las Municipalidades tienen que centrar sus actividades en la promoción de la inversión privada, así como diseñar políticas orientar de crear las condiciones para el desarrollo, vale decir crear la infraestructura adecuada, detectar las ventajas comparativas del territorio para hacerlas competitivas, su gestión dentro del desarrollo económico es generar competitividad territorial, hay que sostener que en la economía moderna no compiten territorios geográficos sino sistemas.

Según la ley N° 29337, se establece disposiciones para apoyar la Competitividad Productiva, con el objeto de mejorar la competitividad de

cadena productivas, mediante el desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología, en zonas donde la inversión privada sea insuficiente para desarrollar el desarrollo competitivo y sostenible de la cadena productiva, así como también la Ley Marco de Promoción de la Inversión Descentralizada LEY N° 28059, la creación de la oficina de fomento de la inversión privada, que se encargue de diseñar estrategias y ofrecer proyectos al sector privado que fomente y promueva a nivel nacional e internacional la actividad industrial y comercial en el distrito.

La idea básica del Desarrollo Económico Local es facilitar a los actores principales de una región o zona económica a emprender de manera independiente, iniciativas conjuntas orientadas al desarrollo económico de su región y a su posicionamiento estratégico en el país e incluso en el contexto global a través del desarrollo de ventajas competitivas.

En el país el 99% de empresas son Mypes, y es la media en todas las zonas geográficas del país, inclusive en el Distrito, frente a ello se debe impulsar la competitividad, e intervenir con todas las herramientas legales y subsidiarias que el gobierno a través de programas tiene implementadas, hay que tener en cuenta que las Mypes en el Perú de cada tres empleos que genera la actividad privada genera dos, el reto está que este empleo sea de calidad y sostenible en el tiempo.

Por consiguiente la iniciativa a la competitividad productiva (PROCOMPITE), es el cofinanciamiento no reembolsable otorgado a las Propuestas Productivas de los beneficiarios, mediante procesos concursables, por los Gobiernos Regionales o locales para mejorar la competitividad de las cadenas productivas; pero no se puede considerar la entrega directa en dinero ni gastos de operación y mantenimiento de ninguna clase.

Para la participación en esta convocatoria los agentes económicos organizados (AEO) , deberán ser representados por una junta directiva integrada como mínimo por un presidente, un secretario y un tesorero, los cuales serán acreditados mediante el acta de la asamblea general de constitución , certificada por un notario o en su defecto por el Juez de Paz de la Jurisdicción correspondiente.

Crear las condiciones para el fomento de la competitividad es una de las funciones más importantes poco trabajada, situación que es vital para la satisfacción de empleo de la sociedad y el fortalecimiento económico de las Municipalidades mediante el pago de tributos de las Mypes.

No obstante es una tarea muy especializada y laboriosa, puesto que las Mypes generalmente tienen una economía de subsistencia e informal, reto al que hay que vencer para iniciar el proceso de diseño y ejecución de políticas a su favor. Esto implica sensibilizar y capacitar en



temas de gestión, innovación, control de calidad, tecnología etc. A la población involucrada y facilitarle capital de trabajo.

La competitividad define como la capacidad que tiene una actividad pública o privada, con o sin fines de lucro, de mantener y consolidar ventajas que les permitan consolidar y mejorar las condiciones socioeconómicas en que se desenvuelve. Estas ventajas están definidas por su recursos y habilidad para mantener rendimientos mayores que sus competidores, como señala Michael Porter, el concepto de competitividad conlleva a los conceptos de “excelencia” que implica eficacia y eficiencia en una organización.

En este sentido se considera una empresa competitiva a aquella que es capaz de proveer productos o servicios con atributos que son valorados por sus clientes. Los mercados cambia y las exigencias de los consumidores también cambian, por ello es clave que las empresas se adapten al cambio, esto es la clave de la competitividad.

### **Características del problema**

Se ha determinado en un estudio previo en el Distrito de Gregorio Albarracín, en una de sus mayores actividades generadoras de recursos, el sector de carpintería y analizando a cuatro Asociaciones Participantes del Procompite 2013 del Distrito se observó la informalidad empresarial, deficiente organización, dirección y control lo que origina una baja la

producción que configura problemas en la comercialización de los bienes que produce la cadena, mala producción en cantidad y calidad, desarticulación con el mercado, falta de valor agregado y otros elementos.

Además de problemas de eficiencia, economía y efectividad, es decir en la productividad que deberían disponer para atender el mercado interno y actualmente para competir con el mercado externo.

Las cadenas, además afrontan deficiencias en cuanto a desarrollo competitivo entre cadenas de un mismo sector, y de diversos lugares, esto se configura porque siempre han mirado solamente el local, es decir no se desarrollaron con un sentido regional, nacional y menos internacional. La falta de desarrollo competitivo hace que las cadenas productivas de una provincia, departamento o región no puedan enfrentarse en igualdad de condiciones con poderosas cadenas productivas locales y más aun con países con los cuales el Perú ha firmado tratados de libre comercio.

## **1.2. Formulación del Problema**

Por lo descrito, la presente investigación está orientada a explorar sobre el desarrollo competitivo, en las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa.

### **1.2.1. Problema General**

¿En qué medida desarrollo competitivo influye en las cadenas productivas de los Agentes Económicos Organizados, de la actividad económica de carpintería, en el Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa -Tacna?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

B.1. ¿Cuánto influye la eficiencia, en las cadenas productivas de los agentes económicos organizados, de la actividad económica de carpintería en el Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa - Tacna?

B.2. ¿Cuánto influye la solidez financiera como característica relevante de las cadenas productivas de los agentes económicos organizados la actividad económica de carpintería, en el Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa- Tacna?

## **1.3. Objetivos generales y específicos:**

### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar la influencia del Desarrollo Competitivo de las cadenas productivas, de los Agentes Económicos Organizados de la Actividad Económica de carpintería,

para evaluar el impacto en la economía del distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa - Tacna.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

B.1. Analizar la influencia de la eficiencia, en las cadenas productivas, para evaluar el manejo de sus recursos de los Agentes Económicos Organizados, del distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

B.2. Determinar como característica relevante a la solidez financiera de las cadenas productivas de los Agentes Económicos Organizados de la Actividad Económica de carpintería del distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

### **1.4. Importancia y alcances de la investigación**

El presente estudio es importante porque brindará nuevos conocimientos sobre el campo empresarial, en lo relacionado al significado y relevancia que tiene el desarrollar la competitividad de las cadenas productivas para que alcancen un crecimiento y sean partícipes del mercado con las herramientas necesarias.

Es un tema que trasciende para quienes tienen el interés de crear y promover una cultura empresarial en las personas que están en busca de generar su empleo a través de emprendimiento.

Relevancia científico social; porque nos permite tener conocimiento sobre cómo influye el desarrollo competitivo, en las cadenas productivas de la actividad económica de carpintería en el Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa.

Relevancia Académica; por que los resultados de la investigación pueden servir para construir modelos de gestión empresarial que reduzcan el riesgo del fracaso de los microempresarios de las cadenas productivas.

Relevancia Práctico – social; porque el estudio permitirá valorar la importancia de la capacitación a los microempresarios de las cadenas productivas para su desarrollo económico y social.

#### **1.4.1. Alcances:**

Con el desarrollo de esta investigación, se analiza porque el desarrollo competitivo de las cadenas productivas es importante para el crecimiento de la economía del distrito, por lo que se necesita el apoyo del gobierno además de que contemplaremos posibles soluciones para que el sector de carpintería aumente su nivel de producción y calidad para su público objetivo.

## **CAPITULO II: MARCO TEORICO**

### **2.1. Antecedentes de Estudio**

- Rodríguez M, (2006) desarrolló una investigación titulada: “Cadenas Productivas en el MERCOSUR”. En esta investigación se concluye que el desarrollo de cadenas productivas, se deben impulsar, incorporando la cooperación, para superar dificultades productivas, técnicas y comerciales lo cual no es sencillo; pero sí es necesario para lograr un diferencial desarrollar la competitividad, que posicione mejor a la región a la hora de colocar sus productos en el mundo.
- Pietrobeli, C. & Rabellotti, R., (2005), desarrollaron una investigación denominada: “Mejora de la Competitividad en Clusters y Cadenas Productivas en América Latina”. En esta investigación se concluye que dentro de las concentraciones empresariales, existen muchas cadenas productivas, las cuales deben ser identificadas por sector, para generar un progreso competitivo común, en el cual se debe reforzar a las Mypes para que alcancen la formalización y las normas que se requieren en el ámbito empresarial.

- Marcos D, (2010), desarrollaron una investigación titulada: “Competitividad, Redes de Empresas y Cooperación Empresarial”. En esta investigación se concluye el desarrollo productivo como el concepto que describe un fenómeno que se ha vuelto cada vez más importante y común, en el actual escenario económico y que puede describirse diciendo que actores económicos independientes establecen, de manera espontánea, algún tipo de acuerdo de colaboración para desarrollar acciones que apuntan a resultados que no podrían lograr si actuaran de forma aislada, siendo una parte importante la competitividad ,que se generan al establecer relaciones con el entorno.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Definición de MYPE:**

En Perú, la MYPE se define como aquella unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios.

### **2.2.2. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas:**

Las micro, pequeñas Y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** tienen de 1 a 10 trabajadores y con ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** tienen de 1 hasta 100 trabajadores con ventas- anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años.



### **2.2.3. Tipos de empresas:**

#### **a) Empresa Unipersonal:**

En este tipo de empresa el titular (la persona natural) desarrollará absolutamente toda la actividad comercial y financiera de la empresa en cuestión. Es decir (y esta es la dificultad máxima de este tipo de empresa) que precisamente por no ser una empresa plenamente autónoma, y no de responsabilidad limitada, la persona titular responderá con su patrimonio personal (propiedades, dinero, etc.) por las deudas que pueda tener su empresa. Generalmente se opta por una empresa unipersonal cuando se trata de un proyecto pequeño en el cual se aportará el trabajo y capital. Las micros y pequeñas empresas. Por otro lado, cabe resaltar que, a diferencia del resto de tipos de empresas, el registro y la documentación de las empresas unipersonales son mucho más sencillos.

#### **b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada E.I.R.L.**

Este tipo de empresa es una persona jurídica con derecho privado que está constituida por la voluntad

de un titular. Como la responsabilidad de la empresa es limitada, esta responde con su propio capital en cuando a las deudas, quedando libre de responsabilidad el titular y su patrimonio. Las actividades que competen a esta son únicamente de pequeña empresa. Asimismo, el capital de la empresa puede ser dinero o bienes no monetarios (muebles, maquinaria, etc.).

**c) Sociedad Anónima S.A.**

La Sociedad Anónima es una persona jurídica de derecho privado cuya naturaleza puede ser comercial o mercantil. Se constituye en un solo acto por sus socios fundadores (Sociedad, o bien sucesivamente mediante la oferta a terceros) siendo esta empresa de responsabilidad limitada, por lo cual ninguno de estos socios responde con su patrimonio ante las deudas de la empresa. El capital de una Sociedad Anónima está representado por acciones nominativas, las cuales se constituyen por el aporte de los socios, que pueden ser asimismo bienes monetarios o no monetarios. La Sociedad Anónima puede adoptar cualquiera las nominaciones de abierta o cerrada, pero lo que sí es obligatorio es que figure la indicación de Sociedad Anónima o las siglas S.A.

**d) Sociedad Anónima Abierta S.A.A.**

Una Sociedad Anónima es Abierta cuando sus acciones están abiertas a oferta, es decir, que alguien puede comprar sus acciones y formar parte del grupo de accionistas. Asimismo, una Sociedad Anónima Abierta puede ser declarada como tal, cuando tiene más de 750 accionistas, cuando más del 35% de sus acciones pertenece a 175 o más accionistas, cuando la empresa se constituye como tal y cuando todos los accionistas que tienen derecho a voto deciden por unanimidad tal denominación.

**e) Sociedad Anónima Cerrada S.A.C.**

Esta es uno de los tipos de empresas más comunes en el Perú. Una Sociedad Anónima es Cerrada cuando su número de accionistas no excede los 20 y sus acciones no están inscritas en el Registro Público, de tal modo que nadie salvo sus socios puede adquirir acciones. Asimismo, sus acciones están divididas en participaciones sociales.

**f) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L.**

En este tipo de empresa el capital se divide en participaciones iguales, las cuales no pueden ser incorporadas en títulos valores ni tampoco llamarse 'acciones. Asimismo, los socios de este tipo de empresa no pueden exceder la cantidad de 20, y por el hecho de tratarse de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, no responden con su patrimonio personal ante las deudas de la empresa. El capital de este tipo de empresa está constituido por el aporte de cada socio, y debe estar pagado en no menos del 25% de cada participación.

**2.2.4. Empresas formales:** Las empresas formales son las que están inscritas en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

**Gráfico N° 01: Empresas formales según número de Trabajadores**

Tamaño	2007	2008	2009	2010	2011	2012
De 2 a 10 trabajadores	925 117	1 032 712	1 111 427	1 179 275	1 267 060	1 321 992
De 11 a 100 trabajadores	15 282	16 878	18 373	20 072	22 047	23 398
Total de empresas	940 399	1 049 590	1 129 800	1 199 347	1 289 107	1 345 390

Fuente:PRODUCE-Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria

**Gráfico N° 02: Empresas formales, según segmento Empresarial, 2012**

Tamaño empresarial <sup>1</sup>	Nº de empresas	%
Microempresa	1 270 009	94,2
Pequeña Empresa	68 243	5,1
Mediana empresa	2 451	0,2
<b>Total de mipymes</b>	<b>1 340 703</b>	<b>99,4</b>
Gran Empresa	7 908	0,6
<b>Total de empresas</b>	<b>1 348 611</b>	<b>100,0</b>

1/ El tamaño empresarial es determinado en base a la Ley N° 30056

Fuente: PRODUCE-Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria

El número de empresas peruanas de acuerdo al tamaño, se puede observar que la microempresa es la que tiene el mayor porcentaje de un 94.2%

### 2.2.5. IMPORTANCIA DE LAS MYPES EN EL PERU:

La micro y pequeña empresa (MYPE) es considerada uno de los segmentos empresariales más importantes a nivel nacional por su contribución en la generación de empleo. Según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) del 2012, la PEA ocupada de la MYPE representó el 58,8% de la PEA ocupada a nivel nacional

## **2.2.6 En el Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa:**

<sup>1</sup>El desarrollo motivacional y emprendimiento de la población Albarracina, ha logrado generar a lo largo de estos años su propia vocación y cultura desarrollo empresarial que en su mayoría están dentro del entorno MYPE,(representan en número el 99% de empresas del Distrito), las mismas que han aprovechado el mercado provincial que ofrece la ciudad de Tacna para dinamizar su economía, encontrándose aún en una etapa de expansión, ya que una de sus gran limitantes es el no encontrarse dentro de la Zona comercial de Tacna.

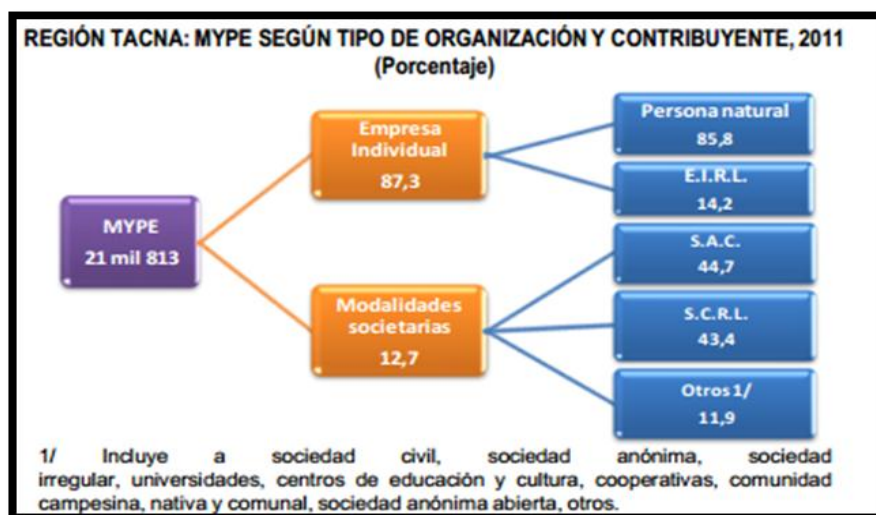
Ley 30056,"Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial", publicada por el diario oficial El Peruano el 2 de julio de 2013, tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando que la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos. Y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y

---

<sup>1</sup> Plan de Desarrollo Concertado (2011-2021)- Municipalidad Distrital del Gregorio Albarracín Lanchipa.

permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

**Gráfico N°03: Tipos de Contribuyentes**



Fuente: DRTPE-Observatorio Socio Económico Laboral (OSEL) Tacna.

Según tipo de organización y contribuyente, el 87,3% de las MYPEs funcionaron como empresas individuales, donde resalta el grupo de las personas naturales (85,8%) y en menor proporción, la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada - EIRL (14,2%).

Las empresas organizadas con modalidades societarias representan solo el 12,7% (2 mil 768 MYPEs), donde las modalidades de organización que predominan son la Sociedad Anónima Cerrada – SAC (44,7%) y la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada - SCRL (43,4%).

## **2.2.7. Apoyo a la Gestión y al Desarrollo Empresarial**

El Estado promueve el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de programas para la adopción de sistemas de calidad. Implementación y certificación en normas asociadas a la gestión de calidad de un producto o servicio, para el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales.

### **2.2.7.1. Desarrollo local:**

Albuquerque (2003), sostiene:

*Es un proceso de transformación de la sociedad local, orientado hacia la resolución de dificultades y desafíos existentes que intenta mejorar las condiciones de vida de la población mediante un procedimiento organizado y concertado entre los diferentes actores locales, en la perspectiva de un uso más eficiente y sostenible de los recursos propios existentes.*



### **2.2.7.2 Base Teórica Variable Independiente - Desarrollo Competitivo**

Capacidad que tiene una empresa en crear valor económico, para incrementar sus recursos tangibles e intangibles.

#### **Competitividad:**

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

El objetivo principal de la competitividad es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios. La competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización. Poder reconocer a tiempo las ventajas

comparativas que posee la empresa, por ejemplo mediante el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) ,permite obtener mejores rendimientos en aquellos aspectos en que la empresa sea más fuerte en comparación con sus competidores y corregir falencias que puedan afectar su estabilidad en el corto o largo plazo dentro del mercado.

Michael Porter (1990) sostiene:

*La competitividad está determinada por la productividad, es esta última la que sustenta realmente la capacidad de crecimiento de la empresa. La productividad hace referencia a la facultad que tienen las empresas de producir más con los recursos que poseen; por ejemplo, dada una cantidad fija de trabajo y de capital, como obtener una mayor producción de la que se obtenía anteriormente con la misma cantidad de ambos factores. Desde el punto de vista microeconómico, la empresa que ofrezca un precio menor al del mercado absorbería toda la demanda del bien, generando que sus competidores se vean obligados a reducir el precio; y es en este momento donde algunas empresas ante la incapacidad de ser más*

*productivas, incurrirían necesariamente en pérdidas si ofrecieran al nuevo precio, por lo que algunas preferirían cerrar. La productividad aumenta la capacidad de respuesta de las empresas ante cambios surgidos en el mercado”*

### **2.2.7.3. La competitividad en el Perú**

En Perú las MyPE representan el 98.3% del total de empresas existentes en el país (94.4% micro y 3.9% pequeña), pero el 74% de ellas opera en la informalidad. El grueso de las MyPE informales se ubica fuera de Lima, generan empleo de mala calidad (trabajadores familiares en muchos casos no remunerados) con ingresos inferiores a los alcanzados en las empresas formales similares. Además, las MyPE aportan aproximadamente el 47% del PBI del país y son las mayores generadoras de empleo en la economía, aunque en la mayoría de los casos se trata de empleo informal. Si concentramos la atención en el desarrollo exportador del país, de las 6,656 empresas exportadoras, el 64% de ellas son MyPE, pero sobre el valor total exportado por el Perú, que para el 2009 se estimó en US\$27,800 millones, las MyPE sólo representan el 3%. Mathews J, (2008) p.17.

### **2.2.8. LA COMPETITIVIDAD, LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL**

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

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

Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de

los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea de que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación.

La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa, deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas y productos y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

#### **2.2.8.1. Característica de una empresa competitiva:**

Una empresa competitiva es aquella que consigue que los clientes prefieran comprarle a ella. Que los proveedores prefieran venderle a ella. Que los bancos prefieran prestarle a ella. Que su gente prefiera trabajar en

ella. Que los competidores prefieran no competir con ella.  
Pero también, que los accionistas prefieran invertir en ella.

**a. Eficiencia:**

La eficiencia es un determinante importante en la competitividad de una empresa, principalmente en el caso en que la competencia se produzca en precios, por ser bajas o nulas las posibilidades de diferenciación del producto y, por ende, de mantenimiento de cierto mercado cautivo.

Ser Eficiente es lograr niveles de producción al menor costo posible para un conjunto de precios de los factores. Es por esto que el análisis de la eficiencia se basa en la tecnología existente, los recursos y los precios de éstos, es decir, en la productividad y los precios de los factores.

**b. Calidad:**

Las empresas deben destinar esfuerzos a mejorar la calidad de su producción si es que quieren alcanzar altos niveles de competitividad. Una elevada calidad de los productos elaborados por la empresa permite que éstos se diferencien en el

mercado, adquiriendo así ventajas competitivas. A su vez, también contribuye al mejoramiento del nivel de vida de la población, lo cual constituye otra vía de fomento de la competitividad.

**c. Flexibilidad:**

Este concepto se refiere a la capacidad de las empresas para adaptarse a cambios o requerimientos tanto internos como del entorno, y abarca diferentes dimensiones: el producto (modificar las características de un producto preexistente o crear nuevos productos, en respuesta al surgimiento de nuevos mercados o nuevas necesidades), el volumen de producción, los procesos productivos (reestructurar las rutas de fabricación en respuesta a fallas en algunas áreas, de manera de no interrumpir la producción o bien producir una familia de productos de formas diferentes, por ejemplo empleando materiales diversos).

#### **d. Rapidez:**

La rapidez puede ser contemplada desde dos ángulos. Por un lado, como la capacidad de generar innovaciones sucesivas a buen ritmo, si se trata de una empresa líder, o bien, de imitar sin demora innovaciones ajenas, en caso de empresas de segunda línea.

Por el otro, como la capacidad de adaptarse ágilmente a situaciones cambiantes del entorno, tales como modificaciones en la demanda, en cuyo caso está muy asociada a la idea de flexibilidad.

#### **e. Calificación y motivación del personal:**

Las formas en las que el recurso humano afecta la competitividad de una firma son más amplias que a través de los costos laborales. Sobre la productividad del trabajador influyen su calificación, su experiencia, su talento, su motivación, sus percepciones, etc.

En consecuencia, cuestiones como el lento progreso en la educación, las fallas en los sistemas de entrenamiento y capacitación, las relaciones



laborales pobres, las malas condiciones en el ambiente de trabajo, la ausencia de mecanismos de compensación o incentivos, etc., que actúan en detrimento de los niveles de calificación y motivación de los empleados generando un factor de mala calidad, son perjudiciales para alcanzar ventajas competitivas, por su impacto negativo sobre la eficiencia, la rapidez, la calidad y la flexibilidad de la empresa.

#### **f. Capacidad de gestión**

La capacidad de gestión se asocia al manejo y administración de la empresa, especialmente a la implementación de aquellas estrategias empresariales capaces de generar los cambios necesarios para la adaptación al ambiente competitivo y dinámico actual. La gestión abarca numerosos ámbitos dentro de la empresa: gestión del capital humano, gestión del conocimiento, gestión de la tecnología, gestión financiera, gestión de innovaciones, gestión logística, etc.

Sin esta herramienta, la cual es función de la capacidad y calificación de los administradores,

una firma puede quedar fuera del mercado porque su estructura, forma de producción, relaciones comerciales, etc. pueden resultar rígidos y obsoletos, sin reaccionar adecuadamente a los requerimientos del mercado.

#### **g. Logística:**

Una logística eficaz es un importante punto de partida para incrementar la eficiencia de una empresa y, por ende, elevar su competitividad. La logística como actividad empresarial es antigua y es lo que antes se conocía como distribución. Desde el punto de vista gerencial, es una estrategia necesaria para manejar de forma integral la cadena de suministros, de tal forma que logre el balance óptimo entre las necesidades del cliente y los recursos disponibles de la empresa. Su desempeño debe ser medido a través del servicio al cliente final.

#### **h. Localización:**

La decisión de localización de las firmas es muy relevante para la competitividad, ya que es un

elemento crucial en la conformación de redes de cooperación. Estas redes consisten en un entramado de relaciones de largo plazo y confianza mutua, de carácter más bien informal, entre proveedores, productores y usuarios o clientes, que brindan a las empresas que las conforman numerosas ventajas de competitividad, ya sean éstas producto de externalidades o de vínculos meramente privados. Dentro de esta clase de relaciones puede desarrollarse un proceso de aprendizaje tecnológico por interacción, dando lugar a la formación de perfiles específicos de especialización. Adicionalmente, la conformación de redes facilita la innovación. Las empresas crean ventajas competitivas respecto de sus competidores al descubrir nuevas y mejores formas de competir en un sector y trasladarlas al mercado. Estos actos innovadores son estimulados por la red de relaciones, ya que las empresas se encuentran mucho más informadas acerca de los acontecimientos de su entorno tales como avances efectuados por sus competidores nuevas

necesidades a satisfacer o nuevos nichos en el mercado.

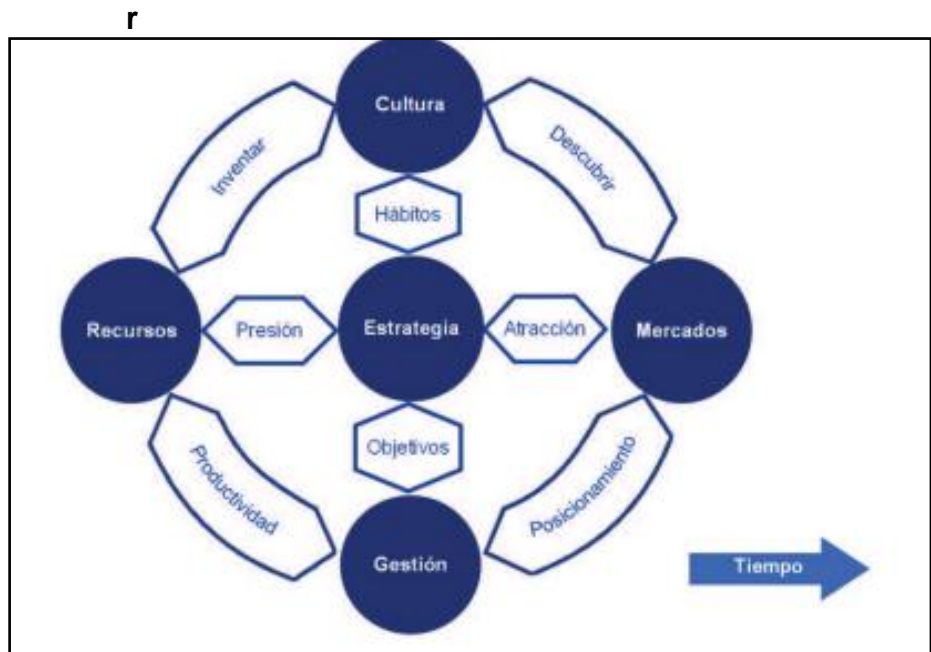
#### **i. Tamaño:**

Esta variable puede influir positiva o negativamente en el logro de la competitividad, ya que todo tamaño tiene ventajas y desventajas y cuáles predominen depende de las características propias del sector o país de que se trate. Por este motivo, no es posible afirmar que el tamaño es una categoría decisiva para la competitividad internacional.

Las ventajas de las empresas más grandes radican en que pueden aprovecharse de mayores economías de escala en la producción, relaciones más estrechas de escala en la producción relaciones más estrechas con demandantes externos, mayor acceso al financiamiento mayor capacidad de inversión en I&D y tecnología, etc. todo lo cual actúa favoreciendo la posición competitiva internacional. En este sentido, las empresas pequeñas necesitan trabajar más arduamente para lograr la competitividad.

### 2.2.8.2. El Modelo PENTA (estrategia, cultura, recursos, gestión y mercado).

G



04: Modelo Penta

Fuente: Fuente: Desarrollo Competitivo-Alberto Levy

<sup>2</sup>El penta es el núcleo central de la metodología de Desarrollo Competitivo y consiste en la articulación de los cinco pilares clave cualquier organización: la Estrategia, la Cultura, los Recursos, la Gestión y los Mercados y sus interrelaciones.

<sup>2</sup> Levy Albert-Desarrollo Competitivo y Dinamica de los sectores Industriales.

El proceso se orienta a que la empresa determine sistemática y sistemáticamente cuáles habrán de ser las iniciativas de innovación, especialmente a nivel estratégico, y los objetivos a alcanzar y cómo pretende lograrlos, a través de una cultura de innovación, también estratégica, pero fuertemente impulsora de las innovaciones tácticas y operacionales.

**a. Pilar de la estrategia:**

La estrategia de la empresa es cómo ésta decide crear valor.

Económico sostenible en el marco de un riesgo aceptable. En Penta se tienen en cuenta las dos decisiones. La primera es la decisión de Portafolio, en qué negocios pretende crear valor sostenible, y la segunda es la decisión de Estrategia Competitiva, por qué pretende ser líder rentable y preferido en cada uno de esos negocios a través de la identificación de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, y las imprescindibles iniciativas de innovación, para hacer lo mejor todavía mejor. Innovación para consolidar fortalezas, innovación para superar debilidades, innovación para neutralizar amenazas,

innovación para aprovechar oportunidades. En definitiva, innovación estratégica para liderar el futuro.

**b. Pilar de la cultura:**

Es la Matriz Relacional-Emocional, la cosmovisión, el “modo de vivir” que surge de las ideas guía, de las creencias, valores, hábitos, estilos y clima de coordinar las diversas áreas de la organización y de tratar de generar una visión comprendida, compartida y comprometida.

**c. Pilar de los recursos:**

Su gente, sus recursos tangibles –financieros, productivos, de infraestructura- y sus recursos intangibles: información, tecnología, mística, imagen, crédito, tiempo, capacidad de maniobra, organicidad y estabilidad. La innovación apunta a que esta constelación de recursos potencie a cada uno de ellos y a los vínculos que los conectan.

**d. Pilar de la gestión:**

Tiene que ver con su diseño organizacional, con sus sistemas de información y con sus procesos. Las innovaciones que se deciden implementar deben ser

consideradas como proyectos, y éstos, gestionados por la metodología de Dirección de Proyectos del Project Management Institute para asegurar su ejecución.

**e. Pilar de Mercados:**

Incluye posicionamiento, marca e imagen, construcción y mantenimiento de ventajas competitivas y detección de nuevos mercados atractivos. Tiene que ver con el impacto del escenario externo, la envergadura y la tasa de crecimiento, las barreras de entrada y de salida, el poder de negociación de los proveedores, de los distribuidores y de los clientes finales, la compatibilidad tecnológica y cultural, la sinergia y el riesgo.

***El Desarrollo Competitivo consiste en ayudar:***

1. Determinar la posición competitiva dónde está ahora, dónde quiere estar, y cómo llegar allí.
2. Determinar cómo las empresas y los clusters por el área geográfica deciden la asignación de sus recursos.
3. Activar la generación de ventajas competitivas para sus productos y servicios.



4. Integrar la cultura organizacional, orientándola hacia valores compartidos.

5. Diseñar los sistemas de información y los procesos para que operen tanto como ventaja operativa como ventaja competitiva.

6. Desarrollar programas de acción que sean rápidos, fluidos y lo suficientemente flexibles como para que puedan adaptarse a los cambios inesperados.

7. Crear un clima orientado al constante crecimiento, al cambio y a la mejora permanente a través de toda la organización.

8. Mostrar que el éxito del conjunto es el éxito de cada uno.

9. Conseguir el compromiso individual y aumentar la comunicación entre todos.

### **2.3. Base Teórica Variable Dependiente: Cadenas Productivas**

Un sistema de actividades económicas (primarias, manufactureras, logísticas, de distribución y comercialización, servicios, etc.) que establecen entre sí relaciones derivadas de la

pertenencia a un mismo proceso productivo (en cualquiera de sus fases, desde las primarias, pasando por las de transformación, hasta la comercialización y post venta) lo que conduce a la producción de un determinado producto final. De acuerdo a esta definición, la competitividad del producto que está al final de la cadena va a depender de la eficiencia en todas las actividades que se entrelazan a lo largo de la misma y en todas sus fases. Esto implica que un mueble, una prenda de vestir, un auto, una máquina o cualquier otro producto logrará una inserción competitiva en los mercados externos si cuenta con una red de proveedores de insumos, materias primas y servicios (de todo tipo) que sean eficientes, asegurando ciertos estándares de calidad, costos y tiempos de entrega. Al respecto de esto último no sólo se trata de eficiencia productiva pura, sino que es muy importante el timing (coordinación) a lo largo de la cadena.

Sostiene Haguenaer (1984).

*Una cadena productiva es una “secuencia de estados sucesivos, asumidos por las diversas materias primas en el proceso de transformación”.*

### **2.3.1. Importancia del enfoque de cadenas productivas:**

Las cadenas productivas integradas son una de las consideraciones más importantes a tener en cuenta para la

competitividad de los sectores productivos de las economías en nuestros días, debido a la creciente globalización de los negocios a nivel mundial e intensificación de la competencia.

Particularmente, son relevantes para los países en desarrollo pues pueden contribuir con el crecimiento económico y con el alivio de la pobreza. El objetivo para incrementar y fortalecer la competitividad de los sectores productivos es entonces el de construir cadenas productivas ágiles e innovadoras.

La importancia del enfoque de cadenas productivas se basa además en los siguientes argumentos:

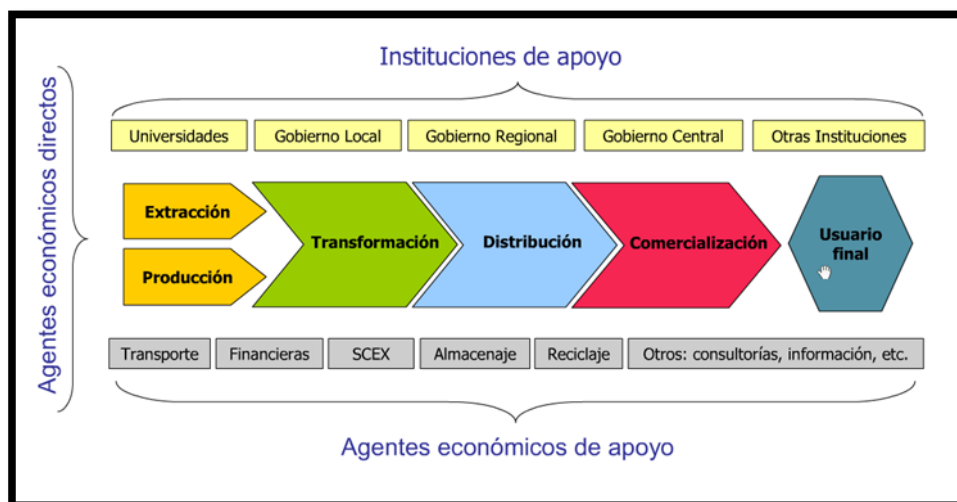
- Incremento de las ventas y reducción de los costos de producción.
- Reducción de los costos de transacción entre los participantes.
- Reducción de las pérdidas de producto en el transporte y el almacenamiento.
- Distribución de las inversiones y los riesgos entre los participantes.
- Mejora en el control de la calidad del producto.
- Diseminación de la tecnología, el capital y el conocimiento entre todos los miembros de la cadena.

Sostiene FAO ( Food and Agriculture Organization) :

*El desarrollo de una cadena productiva requiere del compromiso y esfuerzo conjunto de todos los agentes involucrados, tanto del sector privado como del sector público.*

### 2.3.2. Componentes:

**Gráfico N° 05: Eslabones de una Cadena**



FUENTE: [www.cadenasproductivas.org.pe](http://www.cadenasproductivas.org.pe).

### 2.3.3 ESTRUCTURA DE UNA CADENA PRODUCTIVA:

La cadena debe adoptar una estrategia que la oriente hacia la consecución de propósitos comunes a todos sus integrantes, dándole coherencia a las actuaciones individuales.

Se armonizan así, un conjunto de acciones y relaciones entre sus miembros.

- Aquellas derivadas de la gestión integral de la cadena (en valores, en calidad, en relación con el medio ambiente, en el campo laboral, respecto a la eficiencia productiva, a la investigación e innovación, a la relación con los mercados, a la comunicación e información, con la imagen institucional, o con la formación de líderes).
- Aquellas que tienen que ver a las relaciones entre partes (como servicio de atención al cliente, precios y costos, contratos o mesas de negociación)
- Las que se deriven de políticas públicas pertinentes.

**Gráfico N°06: Estructura de una Cadena Productiva**



FUENTE: [www.cadenasproductivas.org.pe](http://www.cadenasproductivas.org.pe).

#### **2.3.4. COMPETITIVIDAD DE CADENAS PRODUCTIVAS:**

##### **La Ley 29337, Ley de PROCOMPITE**

Ley que establece disposiciones para apoyar la competitividad productiva que tienen como objetivo mejorar la competitividad de cadenas productivas, mediante el desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología.

#### **2.3.5 VENTAJAS DE TRABAJAR EN CADENA:**

- a) Facilita la información sobre la cadena.
- b) Identificación de los puntos críticos que dificultan el desarrollo de la cadena, “cuellos de botella”, y la ubicación de alternativas de solución más efectivas.
- c) Búsqueda e identificación de alianzas y sinergias entre los diferentes actores productivos con intereses comunes y uso eficiente de los recursos disponibles.

#### **2.4. Definición de Conceptos Básicos:**

##### **2.4.1. Cadena Productiva:**

- Es un conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión

de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final.

- Cuando estos agentes económicos están articulados en términos de tecnología, financiamiento y/o capital bajo condiciones de cooperación y equidad, entonces nos encontramos frente a una Cadena Productiva Competitiva capaz de responder rápidamente a los cambios que ocurran en el mercado internacional, transfiriendo información desde el productor último eslabón de la cadena hasta el mismo predio del productor agropecuario.
- Sistema que agrupa a los actores económicos interrelacionados por el mercado con participación articulada en actividades que generan valor, alrededor de un bien o servicio.
- Cadena productiva o proceso productivo es el conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico.

- Conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, en la transformación y en el traslado hacia el mercado del mismo producto.
- Una cadena productiva es un sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones, de producción, transformación, comercialización de un producto, en un entorno determinado.

#### **2.4.2. Teoría de Desarrollo competitivo:**

- Capacidad que tiene una empresa en crear valor económico, para incrementar sus recursos tangibles e intangibles.

*Alberto Levy – Desarrollo Competitivo*



### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. HIPOTESIS**

##### **3.1.1. Hipótesis General**

El Desarrollo Competitivo influye significativamente en las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería, en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

##### **3.1.2. Hipótesis Específicas**

B.1. La eficiencia influye significativamente en las cadenas productivas, de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

B.2. La insuficiente solidez financiera como característica relevante, afecta significativamente a las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

### 3.2. VARIABLES DE LA HIPÓTESIS:

#### 3.2.1. Variable Independiente; Desarrollo Competitivo (X)

**Cuadro N° 01**

Variable	Dimensiones	Indicadores
Desarrollo Competitivo	Estrategia	Alianzas Estratégicas
		Innovación
	Cultura	Creencias
		Valores
		Clima Organizacional
	Gestión	Eficiencia
		Organización
	Mercados	Ventajas competitivas.
		Posicionamiento
	Recursos	Tecnología
		Infraestructura
		Capital humano

**Fuente:** Elaboración Propia

#### 3.2.2. Variable Dependiente (Y) Cadenas Productivas

**Cuadro N° 03:**

Variable	Indicadores
Cadenas Productivas	Financiamiento
	Asociatividad
	Capacidad de producción
	Conocimientos

**Fuente:** Elaboración Propia

### **3.3. Tipo de investigación**

La presente investigación es del tipo Aplicada, porque está orientada a brindar nuevos conocimientos al campo económico de las cadenas productivas, desde el ángulo de la competitividad y su impacto en el fortalecimiento de la actividad económica de carpintería.

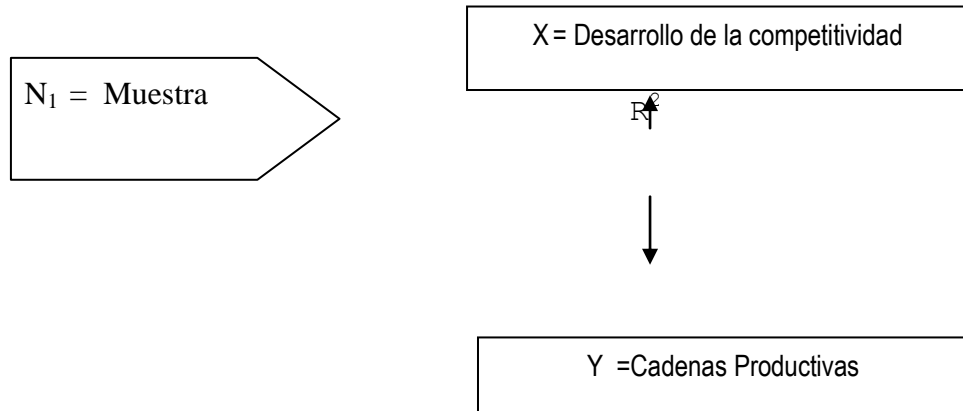
### **3.4. Diseño de investigación**

El tipo de investigación es no experimental lo cual según HERNÁNDEZ et. al (2004), es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde se observa el fenómeno como tal y como se da en su contexto natural, sin hacer variar intencionalmente las variables independientes, pertinente al proceso de análisis y evaluación del comportamiento de las variables cadenas productivas y competitividad, es el descriptivo causal explicativo.

Descriptivo porque caracteriza el comportamiento que presentan las cadenas productivas, en la actividad comercial y productiva del Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa.

Es causal explicativa porque se busca determinar un grado de explicación sobre el problema de la falta de financiamiento, considerando que uno de los factores impulsores sea la competitividad de las cadenas productivas.

El esquema es el siguiente:



Dónde:

N<sub>1</sub> = Muestra

X = Variable Independiente

Y = Variable Dependiente

### 3.4.1. Nivel de la investigación:

El nivel de investigación descriptiva de corte transversal porque se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede.

## 3.5. Población y Muestra

### 3.5.1. Población

La población de estudio está compuesta por las cadenas productivas de la actividad económica de carpintería

del Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa. Las Cadenas Productivas que forman parte de la población son aquellas que participaron de la convocatoria de PROCOMPITE-2013 y sus propuestas resultaron ganadoras. Asimismo, se considero el número de muestra por la cantidad total de socios de cada Asociación del rubro de Carpintería.

**Cuadro N°05: Asociaciones de Carpintería**

<b>NOMBRE DE ASOCIACIONES</b>	<b>N°</b>
Asociación de Empresarios Organizados Ebanistas SECAMAD	26
Asociación de Carpinteros Emprendedores Nueva Generación-ASCENGE.	27
Asociación de Carpinteros Industrial Metal Madera IMMAT.	25
Asociación de Carpinteros San José Obrero.	25
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>

Fuente: Elaboración Propia

### **3.5.2. Confiabilidad**

Como se sabe la confiabilidad abarca el proceso de establecer cuan confiable, consistente, coherente o estable es el instrumento que se ha elaborado. Es importante que el proceso de medición ya que aunque los resultados no sean exactos, poseen un grado de confiabilidad, que se desprenden de la aproximación a la real magnitud del fenómeno que se estudia. Para el análisis de la consistencia

interna se utilizó el alfa de Cronbach cual se ha aplicado a los resultados obtenidos en el cuestionario.

**Cuadro N° 06: Escala de Valoración**

<b>Escala de Valoración Alpha Cronbach</b>	
<b>0 - 0,01</b>	No es Confiable
<b>0,02 – 0,49</b>	Baja confiabilidad
<b>0,50 – 0,75</b>	Moderada Confiabilidad
<b>0,76 – 0,89</b>	Fuerte Confiabilidad
<b>0,90 – 1,00</b>	Alta Confiabilidad

**Cuadro N°07 Estadístico de Fiabilidad Cuestionario Gral.**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,810	32

Fuente: Elaboración Propia

En el cuestionario se analizó las 32 preguntas, dando como resultado el alfa de Cronbach 0.810 que se muestra en el cuadro N° 07, lo que significa que existe una fuerte confiabilidad.

### **3.6. Instrumento de Investigación:**

El método utilizado para la recolección de datos, se realizó en base a la encuesta la cual fue aplicada a los productores seleccionados en la muestra aleatoria antes cuantificada. La encuesta fue planteada en forma de cuestionario, instrumento o formulario

impreso destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio.

### **3.6.1. Fuente de información primaria**

La principal fuente de información para la investigación se obtuvo básicamente de la información primaria, la cual fue complementada e otras fuentes de información fundamentalmente para la discusión y contrastación de resultados posterior. Entre otras fuentes de información de uso recurrente que se empleara para la presente investigación este trabajo tenemos:

### **3.6.2. Fuentes de información secundaria**

- Reportes técnicos generados por la Municipalidad Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa –Sub Gerencia de Desarrollo Económico.
- Tesis y reportes de investigación relacionados o relativos al tema.
- Reportes estadísticos generados por las entidades correspondientes.
- Se revisaran libros, revistas y publicaciones que permitieron mejorar la investigación. Para la implementación y desarrollo del presente proyecto de investigación se considera pertinente tomar en cuenta las siguientes técnicas e instrumentos:

### 3.7. Técnica y Procesamiento de Datos

Para el tratamiento estadístico de la información obtenida, se aplicó las técnicas de la estadística descriptiva para efectos del análisis bivariado se agrupó los datos en tablas de contingencia de doble entrada para obtener los coeficientes de correlación de PHI y V de Cramer y “Chi” cuadrado. Los datos fueron procesados aplicando el software SPSS versión 19. El nivel de dependencia y pruebas de hipótesis entre las variable dependiente e independientes se analizaron utilizando pruebas estadísticas no paramétricas Chi - Cuadrado de Pearson, con un nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ .

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}.$$

Donde:

$O_i$ = Datos observados

$E_i$  = Datos estimados

$\chi^2$ = Parámetro Chi - Cuadrado de Pearson

### 3.8. Selección y validación de los Instrumentos de medición

Se aplicó la técnica de la encuesta a través del cual se diseñó cuestionarios para recoger información de las Cadenas Productivas – Rubro Carpintería que ha recibido un incentivo económico para



implementar sus talleres de carpintería, mediante sus propuestas que resultaron ganadoras por PROCOMPITE-2013.

Asimismo, se diseñó un test con la escala de Licker para determinar la tendencia de percepción que presentan las Cadenas Productivas-Rubro Carpintería del Desarrollo Competitivo.

Según el cuestionario planteado, se dividió en dos partes siendo las 24 primeras preguntas parte de la variable (X) de desarrollo competitivo y la variable (Y) cadenas productivas las últimas ocho preguntas.

**Cuadro N° 14: Identificación de Preguntas**

<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Preguntas</b>
Desarrollo competitivo	Alianzas Estratégicas	1,2
	Innovación	3,4
	Creencias	5,6
	Valores	7,8
	Clima Organizacional	9,10
	Eficiencia	11,12
	Organización	13,14
	Ventajas competitivas.	15,16
	Posicionamiento	17,18
	Tecnología	19,20
	Infraestructura	21,22
	Capital humano	23,24
Cadenas	Financiamiento	25,26

Productivas	Asociatividad	27,28
	Capacidad de Producción	29,30
	Conocimientos	31,32

Fuente: Elaboración Propia

### **Criterios de categorización del cuestionario**

- 5 : Siempre
- 4 : frecuentemente
- 3 : Parcialmente
- 2 : Raramente
- 1 : Nunc

## IV. ANALISIS DE RESULTADOS

### 4.1. Variable Independiente (X) Desarrollo Competitivo

#### 4.1.1. Considera que las alianzas estratégicas permiten acceder a nuevas tecnologías.

**Tabla N° 01.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	4	3,9
	Frecuentemente	35	34,0
	Siempre	64	62,1
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

En la Tabla N° 01 se muestra que el 62,10% de los encuestados indicó que siempre, un 34,0% señaló que no y solamente el 3,90% señaló que parcialmente las alianzas estratégicas permiten acceder a nuevas tecnologías.

#### 4.1.2. Con las alianzas estratégicas se reducen los riesgos

**Tabla N° 02**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	6	5,8
	Frecuentemente	34	33,0
	Siempre	62	60,2
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

En la Tabla N° 02, se muestra que el 60,20 % de los encuestados indico que siempre, un 33,0% señalo que frecuentemente y solamente el 5,80 % señalo que parcialmente las alianzas estratégicas se reducen los riesgos.

#### 4.1.3. La innovación Influye de manera positiva en el crecimiento de la empresa.

**Tabla N°03.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Frecuentemente	31	30,1
	Siempre	72	69,9
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

Según la tabla N° 03, indica que el 69,90% de los encuestados se indicó que siempre, y 30,1 % señaló que frecuentemente la innovación influye de manera positiva en el crecimiento de la empresa.

#### **4.1.4. La innovación es continua para que se mantenga en el mercado.**

**Tabla N°04**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	5	4,9
Frecuentemente	40	38,8
Siempre	58	56,3
Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

Según la tabla N° 04, indica que el 56,30 % de los encuestados indicó que siempre, el 38,80% señaló que frecuentemente y un 4,90% indicó que parcialmente la innovación es continua para que se mantenga la empresa en el mercado.

#### 4.1.5. Creemos en nosotros mismo.

**Tabla N°05**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	8	7,8
	Frecuentemente	37	35,9
	Siempre	57	55,3
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

Según la tabla N° 05, indica que el 55,30 % de los encuestados indico que siempre, un 35,90 % señalo que frecuentemente, el 7,80% parcialmente la innovación influye de manera positiva en el crecimiento de las empresas.

#### 4.1.6. Considera que la forma de pensar positiva o negativa influye en el trabajo.

**Tabla N°06**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	3	2,9
	Parcialmente	6	5,8
	Frecuentemente	42	40,8
	Siempre	52	50,5
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

Según la tabla N°06, indica que el 50,50 % de los encuestados indico que siempre, un 40,80 % señalo que frecuentemente, el 5,80% parcialmente y un 2,90% señalo raramente considera que la forma de pensar positiva o negativa influyen en el trabajo.

#### **4.1.7. Los valores personales son importantes para medir la confianza que se le asigna a cada integrante dentro de la empresa.**

**Tabla N° 07**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Raramente	1	1,0
Parcialmente	9	8,7
Frecuentemente	41	39,8
Siempre	52	50,5
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

Según la tabla N° 07, indica que el 50,500 % de los encuestados indico que siempre, un 35,80 % señalo que frecuentemente, el 8,70 % parcialmente señalo que los valores personales son importantes para medir la confianza que se le asigna a cada integrante.

**4.1.8. Los valores organizacionales permiten determinar el compromiso de cada trabajador con la empresa.**

**Tabla N°08**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	12	11,7
	Frecuentemente	39	37,9
	Siempre	51	49,5
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

Según la tabla N°08, indica que el 49,50 % de los encuestados indico que siempre, un 37,90 % señalo que frecuentemente, el 11,70 % indico que los valores organizacionales permiten determinar el compromiso de cada trabajador con la empresa.

**4.1.9. El clima organizacional es el adecuado:**

**Tabla N°09**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	2	1,9
	Parcialmente	12	11,7
	Frecuentemente	37	35,9
	Siempre	52	50,5
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia



**Interpretación:**

Según la tabla N° 09, indica que el 50,50 % de los encuestados indico que siempre, un 35,90 señalo que frecuentemente, el 11,70 % indico que el clima organizacional es el adecuado.

**4.1.10. Las decisiones que se toman en la empresa influyen en el clima organizacional**

**Tabla N°10**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0
	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	4	3,9
	Frecuentemente	46	44,7
	Siempre	51	49,5
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

Según la tabla N° 10, indica que el 49,50 % de los encuestados indico que siempre, un 44,70 % señalo que frecuentemente, el 3,90 % parcialmente el 1% nunca y raramente respectivamente indican que las decisiones que se toman en empresa influyen en el clima organizacional.

**4.1.11. Se realizan las actividades oportunamente y como se ordeno.**

**Tabla N°11**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0
	Raramente	2	1,9
	Parcialmente	12	11,7
	Frecuentemente	40	38,8
	Siempre	48	46,6
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

Según la tabla N° 11, indica que el 46,80 % de los encuestados indico que siempre, un 38,80% señalo que frecuentemente, el 11,70% parcialmente el resto menciona nunca y raramente respectivamente Se realizan las actividades oportunamente y como se ordeno.

**4.1.12. Se cuenta con todas las herramientas necesarias para cumplir con los objetivos planteados**

**Tabla N°12**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0
	Raramente	2	1,9
	Parcialmente	13	12,6
	Frecuentemente	34	33,0

Siempre	53	51,5
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### Interpretación:

Según la tabla N° 12 indica que el 53,00 % de los encuestados indico que siempre, un 33,00 % señalo que frecuentemente, el 12,60 % parcialmente, el resto menciona nunca y raramente respectivamente que cuenta con todas las herramientas necesarias para cumplir con los objetivos planteados.

#### 4.1.13. Se necesita el liderazgo de una persona capacitada.

**Tabla N°13**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Raramente	2	1,9
Parcialmente	6	5,8
Frecuentemente	37	35,9
Siempre	58	56,3
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### Interpretación:

Según la tabla N° 13 ,indica que el 56,30 % de los encuestados indico que siempre, un 35,90 señalo que frecuentemente, el 12,60 % parcialmente, el resto

menciono nunca y raramente se necesita el liderazgo de una persona capacitada.

**4.1.14. La organización es importante para direccionar los objetivos que la empresa se ha trazado.**

**Tabla N°14**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	raramente	1	1,0
	Parcialmente	7	6,8
	Frecuentemente	48	46,6
	Siempre	47	45,6

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

Según la tabla N° 14, indica que el 45,60 % de los encuestados indico que siempre, un 46,60 % señalo que frecuentemente, el 6,80 % parcialmente, la organización es importante para direccionar los objetivos que la empresa se ha trazado.

**4.1.15. El producto se diferencia de los demás.**

**Tabla N°15**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	raramente	3	2,9
	Parcialmente	14	13,6
	Frecuentemente	34	33,0

Siempre	52	50,5
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### Interpretación:

Según la tabla N° 15, indica que el 45,60 % de los encuestados indico que siempre, un 46,60 % señalo que frecuentemente, el 6,80 % parcialmente, la organización es importante para direccionar los objetivos que la empresa se ha trazado.

#### 4.1.16. Los costos bajos generan el aumento en las ventas mensuales.

Tabla N°16

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	11	10,7
	Frecuentemente	33	32,0
	Siempre	58	56,3
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### Interpretación:

Según la tabla N° 16, indica que el 56,30 % de los encuestados indico que siempre, un 32,00 % señalo que frecuentemente, el 10,70 % parcialmente, el 1% raramente.

**4.1.17. El posicionamiento en el mercado depende de la calidad del producto que se ofrece.**

**Tabla N°17**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	5	4,9
	Frecuentemente	28	27,2
	Siempre	70	68,0
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

Según la tabla N° 17, indica que el 68,00 % de los encuestados indicó que parcialmente, un 27,20 % señaló que frecuentemente, y el 4,90 % parcialmente.

**4.1.18. Consideran que la percepción de las personas que consumen nuestro producto es buena.**

**Tabla N°18**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0
	Raramente	2	1,9
	Parcialmente	7	6,8
	Frecuentemente	33	32,0
	Siempre	60	58,3
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

Según la tabla N° 18, indica que el 58,30 % de los encuestados indico que siempre, un 32,00 % señalo que frecuentemente, el 6,80 % parcialmente, el resto menciona nunca y raramente respectivamente consideran que la percepción de las personas que consumen su producto es buena.

**4.1.19. La tecnología no es obsoleta para la elaboración de los productos.**

**Tabla N°19**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Nunca	1	1,0
raramente	2	1,9
Parcialmente	6	5,8
Frecuentemente	21	20,4
Siempre	73	70,9
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

La tabla N° 19, indica que el 70,90 % de los encuestados indico que siempre, un 20,0 % frecuentemente, el 5,80 % parcialmente, considera que la tecnología no es obsoleta.

**4.1.20. Considera que la tecnología es importante para el aumento de la producción.**

**Tabla N°20**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	3	2,9
Frecuentemente	35	34,0
Siempre	65	63,1
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

La tabla N° 20, indica que el 63,10 % de los encuestados, menciono siempre, el 34% frecuentemente y solamente un 2,90% indico parcialmente.

**4.1.21. La infraestructura es nueva y cuenta con todo lo necesario para la producción.**

**Tabla N°21**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos raramente	3	2,9
Parcialmente	8	7,8
Frecuentemente	27	26,2
Siempre	65	63,1
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia



**Interpretación:**

La tabla N° 21, indica que el 63,10% de los encuestados indico que siempre, un 26,20 % frecuentemente, el 7,80% parcialmente, y solamente el 2,90% menciono raramente la infraestructura es nueva y cuenta con todo lo necesario para la producción.

**4.1.22. Considera que la infraestructura es importante para mejorar la percepción del consumidor y sea más atrayente.**

**Tabla N°22**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos raramente	1	1,0
Parcialmente	4	3,9
Frecuentemente	42	40,8
Siempre	56	54,4
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

La tabla N° 22, indica que el 54,40 % de los encuestados indico que siempre, un 40,80 % frecuentemente, el 3,90 % parcialmente, y solamente el 1,0% menciono raramente consideraron que la

infraestructura es importante para mejorar la percepción del consumidor y sea más atrayente.

**4.1.23. Personas con experiencia aportan ideas nuevas a la empresa.**

**Tabla N°23**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	4	3,9
	Frecuentemente	38	36,9
	Siempre	61	59,2
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

La tabla N° 23, indica que el 59,20 % de los encuestados indicaron que siempre, un 36,90 % frecuentemente, y el 3,90 % parcialmente, indicaron que las personas con experiencia aportan ideas nuevas a la empresa.

**4.1.24. El personal desarrolla un compromiso laboral y social en sus actividades**

**Tabla N°24**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	4	3,9
	Frecuentemente	33	32,0
	Siempre	66	64,1

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	4	3,9
	Frecuentemente	33	32,0
	Siempre	66	64,1
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### Interpretación:

La tabla N°24, indica que el 64,10% de los encuestados indicaron que siempre, un 32,0 % frecuentemente, y el 3,90 % parcialmente, indicaron que el personal desarrolla un compromiso laboral y social en sus actividades

## ▪ RESULTADOS POR INDICADORES VARIABLE

### INDEPENDIENTE: Desarrollo Competitivo

#### 4.1.25. Alianzas estratégicas

Tabla N° 25

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	raramente	1	1,0
	Parcialmente	3	2,9
	Frecuentemente	54	52,4
	Siempre	45	43,7
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

Según la tabla N° 25, indica que el 52,40 % de los encuestados indico que frecuentemente un 43,70 % señalo que siempre, el 2,90 % parcialmente y solamente el 1% menciono que raramente.

Por lo tanto las alianzas estratégicas representan el 52.4% , con frecuentemente un porcentaje alto.

### **4.1.26. Innovación**

**Tabla N° 26**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Frecuentemente	36	35,0
	Siempre	67	65,0
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N°26 muestra que el 65% de los encuestados mencionaron que siempre, sin embargo el 35% señalo que frecuentemente.

Por lo tanto con un 65% la mayoría dijo siempre la innovación es buena.

#### 4.1.27. Creencias

**Tabla N° 27**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	2	1,9
	Frecuentemente	42	40,8
	Siempre	59	57,3
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

Según la tabla N°27 indica que el 57,30% % de los encuestados indico que siempre un 40,80 % señalo que frecuentemente, el 1,90 % menciono que parcialmente.

Por lo tanto con un 57.3% la mayoría dijo siempre la innovación creen es ellos mismos para realizar de forma oportuna sus labores.

#### 4.1.28. Valores

**Tabla N° 28**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	4	3,9
	Frecuentemente	49	47,6
	Siempre	50	48,5
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

La Tabla N°28 muestra que el 48,50% de los encuestados mencionaron que siempre, el 47,60% indico frecuentemente, un 3,90% parcialmente.

Por lo tanto con un 48.5% la mayoría dijo siempre los valores influyen de manera positiva en el ambiente laboral.

**4.1.29. Eficiencia**

**Tabla N° 29**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca	1	1,0
	Parcialmente	11	10,7
	Frecuentemente	45	43,7
	Siempre	46	44,7
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

La Tabla N°29, muestra que el 44,70% de loes encuestados indicaron siempre, un 43,70% frecuentemente, el 10,70% parcialmente y solamente el 1% menciono que nunca.

Por lo tanto con un 44.7% la mayoría dijo siempre realizan sus labores con eficiencia.

#### 4.1.30. Organización

**Tabla N° 30**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	11	10,7
Frecuentemente	55	53,4
Siempre	37	35,9
Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

En lo relacionado a la organización el 53,90% menciona frecuentemente, un 35,90% siempre y un 10,70 % parcialmente.

Por lo tanto con un 53.4% la mayoría dijo frecuentemente la organización prima.

#### 4.1.31. Ventajas competitivas

**Tabla N° 31**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	7	6,8
Frecuentemente	27	26,2
Siempre	69	67,0
Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N°31 muestra que el 67% de los encuestados indicaron que siempre, el 26,20% señalaron frecuentemente y un mínimo 6,80% mencionaron que parcialmente.

Por lo tanto con un 67% la mayoría dijo siempre las ventajas competitivas traen beneficios.

### **4.1.32. Posicionamiento**

**Tabla N° 32**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	10	9,7
Frecuentemente	33	32,0
Siempre	60	58,3
Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N°32 muestra que el 58.3% de los encuestados indicaron que siempre, el 32% señalaron frecuentemente y un mínimo 9.7% mencionaron que parcialmente.

Por lo tanto con un 58.3% la mayoría dijo siempre el posicionarse en el mercado es importante.



#### 4.1.33. Tecnología:

**Tabla N° 33**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	8	7,8
	Frecuentemente	36	35,0
	Siempre	59	57,3
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

En lo referente a la tecnología el 57,30% mencionó que siempre, el 35% indicó que frecuentemente y solamente el 7,80% señaló que parcialmente.

Por lo tanto con un 57.3% la mayoría dijo siempre las la tecnología es buena.

#### 4.1.34. Infraestructura

**Tabla N° 34**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	6	5,8
	Frecuentemente	34	33,0
	Siempre	63	61,2
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N°34 muestra que el 61,20% de los encuestados indico que siempre, un 34% menciono que frecuentemente, y un mínimo 5,80% señalo parcialmente. Por lo tanto con un 61.2% la mayoría dijo siempre él contar con una buena infraestructura es lo idóneo para este tipo de negocios.

#### **4.1.35. Capital humano.**

**Tabla N° 35**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	1	1,0
Frecuentemente	49	47,6
Siempre	53	51,5
Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N° 35 muestra que el 51,50% de los encuestados señalo casi siempre, el 47,60% señalo frecuentemente y solamente el 1,0% indico parcialmente.

Por lo tanto con un 51.5% la mayoría dijo siempre contar con un buen capital humano es necesario para el éxito de una empresa.

#### 4.1.36. Clima Organizacional

**Tabla N° 36**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	3	2,9
	Frecuentemente	54	52,4
	Siempre	46	44,7
Total		103	100,0

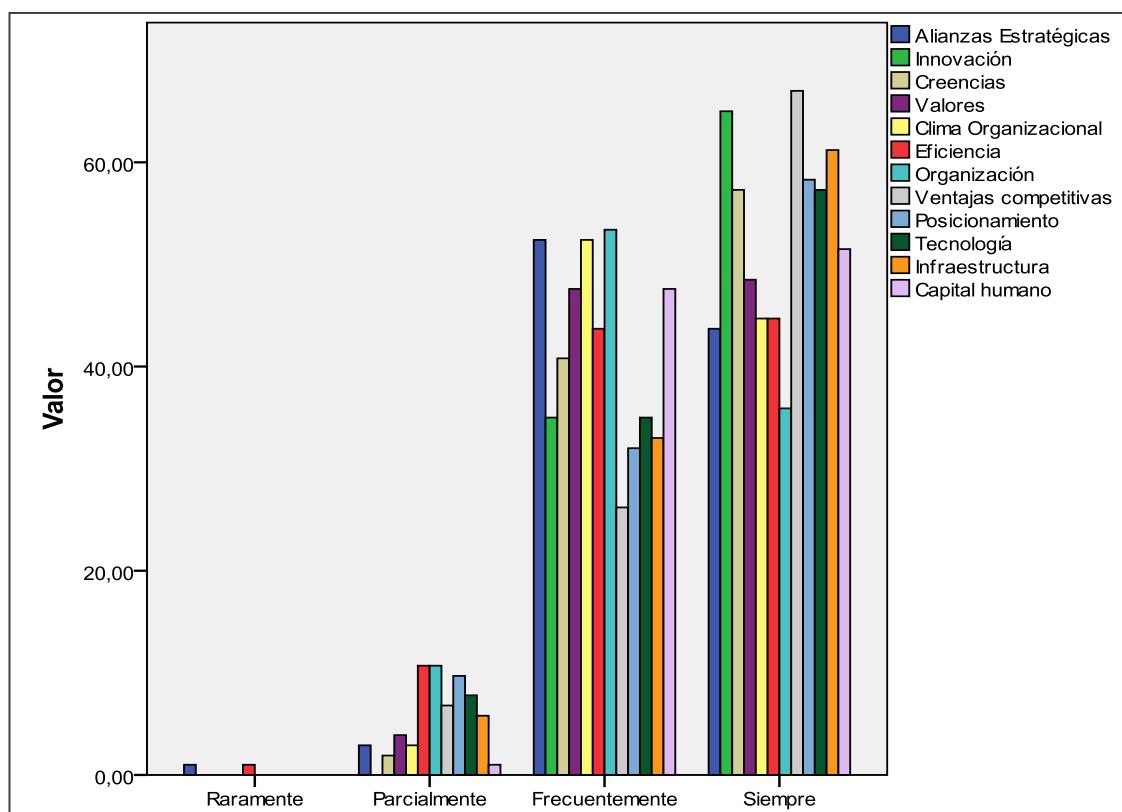
**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

La tabla N° 36 muestra que el 44,7% de los encuestados señalo siempre, el 52,4% señalo frecuentemente y solamente el 2,9% indico parcialmente.

Por lo tanto con un 52.4% la mayoría dijo frecuentemente el clima organizacional en su centro de trabajo es el adecuado.

**Gráfico N°07: Variable Desarrollo Competitivo General**



**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

En el grafico de barras se puede observar con mayor porcentaje el de ventajas competitivas trae muchos beneficios para las cadenas productivas de carpintería.

## 4.2. Variable Dependiente (y) Cadenas Productivas

### 4.2.1. El financiamiento monetario brinda seguridad.

**Tabla N°37**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	6	5,8
	Frecuentemente	35	34,0
	Siempre	62	60,2
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

La tabla N° 37, indica que el 60,20 % de los encuestados indicaron que siempre, un 34,0 % frecuentemente, y el 5,80% parcialmente, indicaron que el financiamiento monetario brinda seguridad.

### 4.2.2. La solidez financiera permite crecer.

**Tabla N°38**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	6	5,8
	Frecuentemente	32	31,1
	Siempre	65	63,1
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N° 38, indica que el 63,10 % de los encuestados señalo siempre, un 31,10 % frecuentemente, y el 5,80% parcialmente la solidez financiera permite crecer.

### **4.2.3. La asociatividad permite alcanzar objetivos comunes de mediano y largo plazo**

**Tabla N°39**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Raramente	1	1,0
Parcialmente	5	4,9
Frecuentemente	29	28,2
Siempre	68	66,0
Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N°39, indica que el 66,00 % de los encuestados indico que siempre, un 28,20 % frecuentemente, y el 4,90% parcialmente, indicaron que la asociatividad permite alcanzar objetivos comunes de mediano y largo plazo.

**4.2.4. Mediante la asociación se pueden alcanzar nuevos mercados.**

**Tabla N°40**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	5	4,9
	Frecuentemente	30	29,1
	Siempre	67	65,0
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

La tabla N°40, indica que el 66,00 % de los encuestados indico que siempre, un 28,20 % frecuentemente, y el 4,90% parcialmente, indicaron mediante la asociación se pueden alcanzar nuevos mercados.

**4.2.5. La capacidad de producción es permanente todo el año.**

**Tabla N°41**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	8	7,8
	Frecuentemente	28	27,2
	Siempre	66	64,1
	Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N°41, indica que el 64,00 % de los encuestados indico que siempre, el 27,20 % frecuentemente, y el 7,80% parcialmente, indicaron que la capacidad de producción es permanente todo el año.

#### **4.2.6. Considera que la capacidad de producción es la adecuada para la demanda del mercado.**

**Tabla N°42**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	3	2,9
Frecuentemente	33	32,0
Siempre	67	65,0
Total	103	100,0

**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N°42, indica que el 65 % de los encuestados indico que siempre, el 32,0% frecuentemente, y un mínimo 2,90% parcialmente considero que la capacidad de producción es la adecuada para la demanda del mercado.



#### 4.2.7. La toma de decisiones la mayoría de veces ha sido acertada.

**Tabla N°43**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	7	6,8
	Frecuentemente	28	27,2
	Siempre	68	66,0
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### Interpretación:

La tabla N° 43 indica que el 66,00 % de los encuestados indicaron que siempre, el 27,20 % frecuentemente, y el 6,80% parcialmente, indicaron que la capacidad de producción es permanente todo el año.

#### 4.2.8. El conocimiento y experiencia se refleja en la calidad del producto.

**Tabla N°44**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Parcialmente	2	1,9
	Frecuentemente	19	18,4
	Siempre	82	79,6
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N° 44, indica que el 79,60 % de los encuestados indico que siempre, el 18,40 % frecuentemente, y el 1,90% parcialmente indicaron que el conocimiento y experiencia se refleja en la calidad del producto.

## ▪ **RESULTADO POR INDICADOR VARIABLE DEPENDIENTE: Cadenas Productivas**

### **4.2.9. El financiamiento**

**Tabla N° 45**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	6	5,8
Frecuentemente	35	34,0
Siempre	62	60,2
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La Tabla N° 45 indica que el 60,20 % de los encuestados indico que siempre, un 34,0 % frecuentemente, y el 5,80% parcialmente, indicaron que el financiamiento monetario brinda seguridad

Por lo tanto el 60.2% se deduce que el financiamiento es muy importante en la generación de empresas.

#### 4.2.10. La asociatividad

**Tabla N° 46**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	5	4,9
	Frecuentemente	29	28,2
	Siempre	68	66,0
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### **Interpretación:**

La Tabla N° 46 indica que el 66,00 % de los encuestados indicaron que siempre, un 28,20 % frecuentemente, y el 4,90% parcialmente, indicaron que la asociatividad permite alcanzar objetivos comunes de mediano y largo plazo.

Por lo tanto la asociatividad con un 66% consideran siempre una buena opción para alcanzar objetivos.

#### 4.2.11. La capacidad de producción

**Tabla N° 47**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Raramente	1	1,0
	Parcialmente	8	7,8
	Frecuentemente	28	27,2
	Siempre	66	64,1
	Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La tabla N°47 indica que el 64,00 % de los encuestados indicaron que siempre, el 27,20 % frecuentemente, y el 7,80% parcialmente, indicaron que la capacidad de producción es permanente todo el año.

Por lo tanto el 64% la capacidad de producción de sus bienes son los adecuados de acuerdo a sus ventas.

### **4.2.12. El conocimiento**

**Tabla N° 48**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Parcialmente	2	1,9
Frecuentemente	19	18,4
Siempre	82	79,6
Total	103	100,0

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### **Interpretación:**

La Tabla N° 48 indica que el 79,60 % de los encuestados indicaron que siempre, el 18,40 % frecuentemente, y el 1,90% parcialmente indicaron que el conocimiento y experiencia se refleja en la calidad del producto.

Por lo tanto el 79.6% siempre el conocimiento pone un paso adelante a las empresas.

#### 4.2.13. CADENAS PRODUCTIVAS GENERAL

Tabla N° 49

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Frecuentemente	34	33,0
	Siempre	69	67,0
	Total	103	100,0

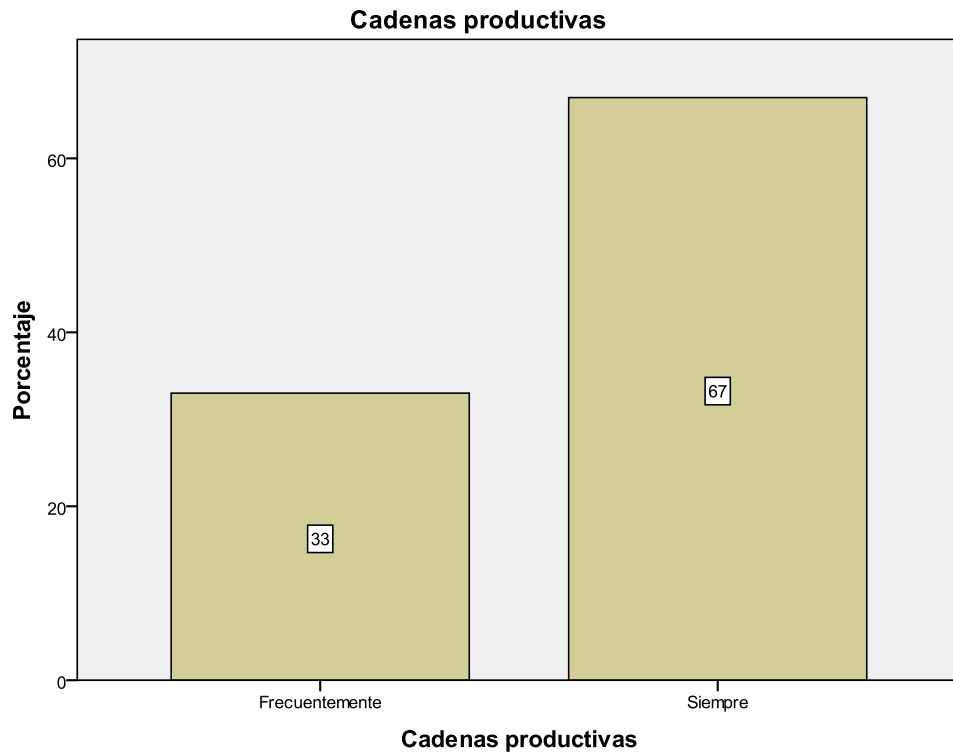
Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

#### Interpretación:

La tabla N° 49 muestra que el 67,0% de los encuestados señalo que siempre sin embargo el 33% menciono que frecuentemente.

Por lo tanto el 67% siempre el trabajo en cadenas productivas es el adecuado para el mercado en el que se desarrollan.

**Gráfico N°08: Cadenas Productiva General**



**Fuente:** Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

En el gráfico de barras se puede observar con un 67% las cadenas productivas trabajan de forma adecuada, mientras que el 33% dice frecuentemente.

**4.3. Comprobación de Hipótesis:**

De acuerdo a las hipótesis específicas planteadas, la presente investigación buscó establecer relaciones de causalidad entre el desarrollo competitivo y las cadenas productivas, de los

agentes económicos organizados del Distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa –Tacna.

Para contrastar la hipótesis se aplicó una prueba de independencia a través del estadístico Chi - Cuadrado de Pearson con un nivel de significancia de  $\alpha=0,05$ , y el planteamiento de la hipótesis para probar la independencia de las variables, se ha definido de la siguiente manera:

#### **4.3.1. Verificación de Hipótesis Específicas 01:**

- La eficiencia influye significativamente en las cadenas productivas, de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

$H_0$ : La eficiencia no influye significativamente en las cadenas productivas, de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

$H_1$ : La eficiencia influye significativamente en las cadenas productivas, de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

**Tabla N° 50. Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	98,220 <sup>a</sup>	66	,006
Razón de verosimilitudes	66,115	66	,473
Asociación lineal por lineal	9,827	1	,002
N de casos válidos	103		

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### Interpretación:

Del análisis se puede desprender que como el valor – p (0,006) es menor que el nivel de significancia (0,05); se rechaza  $H_0$ , y se acepta  $H_1$ ; en consecuencia, se concluye que las variables están relacionadas con un nivel de confianza del 95%; por lo tanto, mantienen un nivel de relación o dependencia.

**Tabla 51. Medidas de Asociación Coeficiente Phi y Coeficiente V de Cramer Eficiencia-Cadenas Productivas**

			Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,977	,006
	V de Cramer	,399	,006
N de casos válidos		103	

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

### Interpretación:

El valor 0,997 de Phi y V de Cramer 0,399 con un nivel de significación crítico 0,006; lo que implica la existencia de asociación fuerte entre las variables tal como observa en el cuadro N° 51.



#### **4.3.2. Verificación de Hipótesis Específica 02:**

- La insuficiente solidez financiera como característica relevante, afecta significativamente a las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

$H_0$ : La insuficiente solidez financiera como característica relevante no afecta a las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

$H_1$ : La insuficiente solidez financiera como característica relevante, afecta significativamente a las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

**Tabla N° 52 Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	88,370 <sup>a</sup>	22	,000
Razón de verosimilitudes	67,801	22	,000
Asociación lineal por lineal	38,736	1	,000
N de casos válidos	103		

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

Del análisis se puede desprender que como el valor – p (0,000) es menor que el nivel de significancia (0,05); se rechaza  $H_0$ , y se acepta  $H_1$ ; en consecuencia, se concluye que las variables están relacionadas con un nivel de confianza del 95%; por lo tanto, mantienen un nivel de relación o dependencia.

**Tabla N°53. Medidas simétricas Solidez Financiera-  
Cadenas Productivas.**

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Phi	,926	,000
V de Cramer	,655	,000
N de casos válidos	103	

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

El valor 0,926 de Phi y V de Cramer 0,655 con un nivel de significación crítico 0,000 lo que implica a existencia de asociación altamente significativa entre las variables tal como observa en el cuadro N° 53.

#### **4.3.2. Verificación de Hipótesis General:**

- El Desarrollo Competitivo influye significativamente en las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería, en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

$H_0$ : El desarrollo competitivo no influye en las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería, en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

$H_1$ : El desarrollo competitivo influye significativamente en las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería, en el Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa – Tacna.

**Tabla N° 54. Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	362,152 <sup>a</sup>	286	,002
Razón de verosimilitudes	202,743	286	1,000
Asociación lineal por lineal	26,202	1	,000
N de casos válidos	103		

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

Del análisis se puede desprender que como el valor  $-p$  (0,002) es menor que el nivel de significancia (0,05); se rechaza  $H_0$ , y se acepta  $H_1$ ; en consecuencia, se concluye que las cadenas productivas no son independientes respecto a la variable desarrollo competitivo con un nivel de confianza del 95%; por lo tanto, estas dos variables analizadas mantienen un nivel de relación o dependencia.

**Tabla N°55: Medidas de Asociación según Coeficiente Phi y Coeficiente V de Cramer entre el desarrollo competitivo y las cadenas productivas**

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Phi	1,875	,002
V de Cramer	,565	,002
N de casos válidos	103	

Fuente: Encuesta aplicada - Elaboración propia

**Interpretación:**

El contraste de chi cuadrado prueba si existe asociación pero no la Intensidad, para aclarar la interpretación se emplea los coeficientes de Coeficiente V de Cramer y de contingencia, como puede observarse en la tabla N° 55 el Coeficiente Phi obtuvo un valor de 1,875 y el de V de Cramer 0,565 indicando que la magnitud de asociación es significativa entre el desarrollo competitivo y las cadenas productivas.

## **CONCLUSIONES**

PRIMERO: Los resultados evidenciaron que el desarrollo competitivo influye significativamente en las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería, con un nivel de confianza de 95%

SEGUNDO: la eficiencia influye significativamente en las cadenas productivas, de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería, al utilizar sus recursos de manera idónea para su capacidad de producción posicionándolos en el mercado del Distrito con una oferta adecuada, con un nivel de confianza de 95%.

TERCERO: La insuficiente solidez financiera afecta significativamente a las cadenas productivas de los agentes económicos organizados de la actividad económica de carpintería, con un nivel de confianza del 95%

CUARTO: El Desarrollo Competitivo de las cadenas productivas del procompite del 2013 ha mejorado debido al financiamiento otorgado, al contar según con la información dada por los encuestados y con el resultado de la aplicación estadística.

## **SUGERENCIAS**

PRIMERA: Debería haber un incremento de la capacidad de oferta de las asociaciones.

SEGUNDO: Se recomienda la creación de servicios especiales a los miembros de la agrupación tales como: laboratorios de control de calidad, transformaciones de productos, protección y acondicionamiento para la distribución, participación en ferias, etc.

TERCERO: Debería haber mayor poder de negociación e influencia, para un apoyo crediticio.

CUARTO: Se sugiere la participación adecuada de las asociaciones interesadas en mejorar su capacidad productiva e ingresos en el Procompite que se realiza en la Distrito Crnl Gregorio Albarracín Lanchipa, para que logren mejorar su desarrollo competitivo.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-Cadenas productivas. (2014, 17 Julio). Recuperado de [www.cadenasproductivas.org.pe](http://www.cadenasproductivas.org.pe).

-Diez Canseco, L. (2003) Cadenas Productivas una alternativa para afrontar la Integración Regional.

-Dini, M. (2010) Competitividad, Redes de Empresas y Cooperación Empresarial. Recuperado de <http://archivo.cepal.org/pdfs/2010/S2010207.pdf>.

-Gómez de Castro, A & Valle Lima, S (2001) Análisis Prospectivo de Cadenas Productivas Agropecuarias. Recuperado de <http://www.sagarpa.gob.mx/programas2/evaluacionesExternas/Lists/Otros%20Estudios/Attachments/8/Prospectivo%20Agropecuaria.pdf>

-Levy A. (2010) Desarrollo Competitivo y Dinámica de los Sectores Industriales. Recuperado de [http://www.marketing.com.uy/wpcontent/uploads/2010/10/desarrollo\\_competitivo\\_alberto\\_levy\\_materiabiz002.pdf](http://www.marketing.com.uy/wpcontent/uploads/2010/10/desarrollo_competitivo_alberto_levy_materiabiz002.pdf)

-Ley N°30056, "Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial", (2 de Julio del 2013), *Diario oficial El Peruano*. Artículo 11 Modificación de los artículos 1,5,14 y 42 del Texto único Ordenado.

-Mathews, J (2009) Competitividad. Primera Edición, Perú Editorial Nathan Associates.



-Pietrobeli, C & Rabellotti, R' (2005), Mejora de la Competitividad en Clusters y Cadenas Productivas en América Latina. Recuperado de [file:///C:/Users/iSolution/Downloads/GuÃa%20para%20la%20presentaciÃ³n%20de%20trabajos%20escritos%20en%20la%20UE%202012](file:///C:/Users/iSolution/Downloads/Gu%C3%81a%20para%20la%20presentaci%C3%B3n%20de%20trabajos%20escritos%20en%20la%20UE%202012).

-Plan de Desarrollo Concertado (2011-2021)- Municipalidad Distrital del Gregorio Albarracín Lanchipa.

-Programa para el desarrollo de cadenas productivas ( 2014, 28 de Julio), Recuperado de <http://www.ec.gba.gov.ar/prensa/Archivos/Cuaderno74.pdf>.

-Publicación de OSEL(Observatorio Socio económico Laboral Recuperado:[http://www.drtpetacna.gob.pe/img/publicaciones/fue\\_5176.pdf](http://www.drtpetacna.gob.pe/img/publicaciones/fue_5176.pdf)-OSEL

-Rodríguez M. (2006). Cadenas Productivas en el MERCOSUR.

-Salim, León y Carbajal, Rocío (2006), Competitividad Marco conceptual y análisis sectorial para la Provincia de Buenos Aires. Recuperado de [http://www.mercosur.int/msweb/00\\_Dependientes/FCM/ES/docs/IT%20%20017-06-Cadenas-Foros-Ago06-CE%20ES.pdf](http://www.mercosur.int/msweb/00_Dependientes/FCM/ES/docs/IT%20%20017-06-Cadenas-Foros-Ago06-CE%20ES.pdf)

## ANEXOS



### CUESTIONARIO DESEMPEÑO DE ASOCIACIONES DE PROCOMPITE

Este cuestionario está orientado a determinar la competitividad de las cadenas productivas de madera en el distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa.

**INSTRUCCIONES:** A continuación te presentamos una serie de enunciados que debes valorar y calificar de acuerdo a tu apreciación del desempeño de las asociaciones del Procompite del Sector Carpintería del Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa.

<b>Siempre</b>	<b>Frecuentemente</b>	<b>Parcialmente</b>	<b>Raramente</b>	<b>Nunca</b>
<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Marcar con un aspa (x) en el número de la alternativa que considere que más se acerca a la realidad.						
N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: DESARROLLO COMPETITIVO</b>						
1.	Considera que las alianzas estratégicas permiten acceder a nuevas tecnologías.					
2.	Con las alianzas estratégicas se reducen los riesgos.					
3.	La innovación influye de manera positiva en el crecimiento de la empresa.					
4.	La innovación es continua para que se mantenga en el mercado.					
5.	Creemos en nosotros mismo.					
6.	Considera que la forma de pensar positiva o negativa influye en el trabajo.					
7.	Los valores personales son importantes para medir la confianza que se le asigna a cada integrante dentro de la empresa.					
8.	Los valores organizacionales permiten determinar el compromiso de cada trabajador con la empresa.					
9.	El clima organizacional es adecuado.					
10.	Las decisiones que se toman en la empresa influyen en el clima organizacional.					
11.	Se realizan las actividades oportunamente y como se ordeno.					
12.	Se cuenta con todas las herramientas necesarias para cumplir con los objetivos planteados.					
13.	Se necesita el liderazgo de una persona capacitada.					
14.	La organización es importante para direccionar los objetivos que la empresa se ha trazado.					
15.	El producto se diferencia de los demás.					
16.	Los costos bajos generan el aumento en las ventas mensuales.					

17.	El posicionamiento en el mercado depende de la calidad del producto que se ofrece.					
18.	Consideran que la percepción de las personas que consumen nuestro producto es buena.					
19.	La tecnología no es obsoleta para la elaboración de los productos.					
20.	Considera que la tecnología es importante para el aumento de la producción.					
21.	La infraestructura es nueva y cuenta con todo lo necesario para la producción.					
22.	Considera que la infraestructura es importante para mejorar la percepción del consumidor y sea más atrayente.					
23.	Personas con experiencia aportan ideas nuevas a la empresa.					
24.	El personal desarrolla un compromiso laboral y social en sus actividades					

**VARIABLE DEPENDIENTE CADENAS PRODUCTIVAS**

25.	El financiamiento monetario brinda seguridad.					
26.	La solidez financiera permite crecer.					
27.	La asociatividad permite alcanzar objetivos comunes de mediano y largo plazo					
28.	Mediante la asociación se pueden alcanzar nuevos mercados.					
29.	La capacidad de producción es permanente todo el año.					
30.	Considera que la capacidad de producción es la adecuada para la demanda del mercado.					
31.	La toma de decisiones la mayoría de veces ha sido acertada.					
32.	El conocimiento y experiencia se refleja en la calidad del producto.					

***Gracias por su colaboración.***

## RESULTADOS DE ALPHA DE CRONBACH POR DIMENSIONES

### VARIABLE INDEPENDIENTE: DESARROLLO COMPETITIVO

#### Dimensiones:

**Cuadro N° 01 Estadísticos de  
fiabilidad: Estrategia**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,513	4

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro N° 02 Estadísticos de  
fiabilidad: Cultura**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,564	6

Fuente: Elaboración Propia

Alfa de Cronbach	N de elementos
,594	4

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro N° 04 Estadísticos de  
fiabilidad: Mercados**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,515	4

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro N°05 Estadísticos de  
fiabilidad: Recursos Humanos**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,560	6

Fuente: Elaboración Propia

En la variable de desarrollo competitivo podemos deducir según la escala de valoración de Alpha de Cronbach es moderadamente confiable, porque de acuerdo a las cinco dimensiones varían desde 0,513 – 0,594, cabe resaltar que estos resultados fueron a nivel exploratorio.

**Cuadro Nº 6 Estadístico de fiabilidad del cuestionario Desarrollo Competitivo**

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,755	24

Fuente: Elaboración Propia

El coeficiente alfa es alto 0755, por lo que nos está indicando que existe una buena confiabilidad en el cuestionario.

**Cuadro Nº 7. Estadístico de fiabilidad Cadenas Productivas**

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,689	8

Fuente: Elaboración Propia

El coeficiente alfa es 0,689, por lo que nos está indicando que existe una confiabilidad en el cuestionario.



