



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA
COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES
GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE - SAN
IGNACIO – 2022**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN
ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Calderon Ojeda, Edwin Euclides

<https://orcid.org/0000-0002-8783-4563>

Asesor:

Dra. Reyes Reyes Carla Angelica

<https://orcid.org/0000-0002-7333-383X>

Línea De Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2023

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADO

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE
SERVICIOS MÚLTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE -
SAN IGNACIO – 2022**

Asesor (a): Dra. Reyes Reyes Carla Angelica
Nombre Completo Firma

Presidente (a): Dr. Mego Núñez Onésimo
Nombre completo Firma

Secretario (a): Dr. García Yovera Abraham José
Nombre Completo Firma

Vocal (a): Mg. Mory Guarnizo Sandra
Nombre Completo Firma




DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Administración** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro(amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE - SAN IGNACIO – 2022.

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

	DNI N°	FIRMA
Calderon Ojeda, Edwin Euclides	47827254	

Pimentel, 13 de febrero de 2023

RESUMEN

Análisis de la Competitividad en la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas - Namballe - San Ignacio – 2022, es un tema de investigación que nace a partir de la necesidad que tiene la mencionada cooperativa en ser una de las organizaciones más sobresalientes en el sector del café de la ciudad de San Ignacio, a través de este trabajo de investigación daré a conocer la gestión empresarial de la cooperativa objeto de estudio. Tiene como objetivo principal determinar en nivel de competitividad de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las Rocas – Namballe – San Ignacio, 2022, según sus dimensiones marketing y calidad, como hipótesis se tiene que La Cooperativa Gallitos de las rocas requiere estrategias y ventajas competitivas para mejorar su gestión empresarial, ya que no es competitiva en el mercado. El tipo de investigación es cuantitativo y el diseño de investigación es no experimental, se tomó como muestra a 22 clientes (productores, socios) de la misma cooperativa. La técnica que se utilizó para el levantamiento de información fue la encuesta, bajo el instrumento del cuestionario, el mismo que estuvo conformado por 9 ítems. Tras los resultados obtenidos del presente trabajo de investigación, se recomienda a la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, realizar más capacitaciones a sus socios, para que puedan lograr un mejor rendimiento en su producción y al mismo tiempo deben aprovechar más recursos tecnológicos, los mismos que les ayudarán a minimizar costos, simplificando de esta manera los procesos en sus operaciones.

Palabras claves: Competitividad, Servicios, Cooperativa

ABSTRACT

Analysis of Competitiveness in the Gallito de las Rocas Multiple Services Cooperative - Namballe - San Ignacio - 2022, is a research topic that arises from the need of the aforementioned cooperative to be one of the most outstanding organizations in the sector. of the coffee of the city of San Ignacio, through this research work I will present the business management of the cooperative under study. Its main objective is to determine the level of competitiveness of the Gallito de las Rocas Multiple Services Cooperative - Namballe - San Ignacio, 2022, according to its marketing and quality dimensions, as a hypothesis it is that the Gallitos de las Rocas Cooperative requires strategies and competitive advantages to improve its business management, since it is not competitive in the market. The type of research is quantitative and the research design is non-experimental, 22 clients (producers, partners) of the same cooperative were taken as a sample. The technique used to collect information was the survey, under the instrument of the questionnaire, which was made up of 9 items. After the results obtained from this research work, it is recommended that the Gallito de las Rocas Multiple Services Cooperative carry out more training for its partners, so that they can achieve better performance in their production and at the same time they must take advantage of more technological resources. the same ones that will help them minimize costs, thus simplifying the processes in their operations.

Keywords: Competitiveness, Services, Cooperative.

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
INDICE DE CONTENIDO	vi
INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Problema de investigación.....	11
1.2. Antecedentes	13
1.3. Formulación del problema.....	18
1.4. Aspectos teóricos.....	18
1.5. Objetivos	24
1.6. Hipótesis.....	24
1.7. Justificación.....	25
II. MATERIALES Y MÉTODO	26
2.1. Tipo y diseño de la investigación	26
2.2. Población y muestra	26
2.3. Variable.....	27
2.4. Operacionalización de variables.....	28
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	30

III. RESULTADOS	31
IV. DISCUSIÓN.....	39
V. CONCLUSIONES	41
VI. RECOMENDACIONES	42
VII. REFERENCIAS	43
VIII. ANEXOS	47

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable independiente-----	29
Tabla 2 La Gestión empresarial con relación a las estrategias de Marketing. ----	31
Tabla 3 Usted, ¿cree que las estrategias de Marketing que realiza la cooperativa de Servicios Múltiples Galito de las Rocas son las más idóneas? -----	32
Tabla 4 La Gestión empresarial con relación a la utilización de los medios de comunicación.-----	33
Tabla 5 La Gestión empresarial con relación a la calidad de los productos que oferta la Cooperativa.-----	34
Tabla 6 La Gestión empresarial con relación al precio de los productos que oferta la Cooperativa.-----	35
Tabla 7 La Gestión empresarial con relación a la ubicación estratégica la cooperativa.-----	36
Tabla 8 La Gestión empresarial con relación a las herramientas de promoción que utiliza la Cooperativa. -----	37

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Características de la competitividad	22
Figura 2 La Gestión empresarial con relación a las estrategias de Marketing.	31
Figura 3 ¿Las estrategias de Marketing son idóneas?	32
Figura 4 La Gestión empresarial con relación a la utilización de los medios de comunicación.	33
Figura 5 La Gestión empresarial con relación a la calidad de los productos que oferta.	34
Figura 6 La Gestión empresarial con relación al precio de los productos.	35
Figura 7 La Gestión empresarial con relación a la ubicación estratégica.	36
Figura 8 La Gestión empresarial con relación a las herramientas de promoción.	37

I. INTRODUCCIÓN

El actual estudio denominado “Análisis de la competitividad en la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas -Namballe - San Ignacio – 2022; tiene como fin que se determine los niveles de competitividad que tiene la cooperativa con respecto a su competencia en la Provincia de San Ignacio.

A través de su variable de estudio, en el tiempo se ha logrado determinar un amplio beneficio para el sector de las cooperativas cafetaleras en la región. Además, se analiza los niveles de posicionamiento y el progreso de las gestiones en sus actividades como cooperativas, ya sea en un corto o largo plazo.

Este trabajo muestra cómo se comporta la industria cafetalera en el Perú, además establece factores que determinan su evolución en un corto o largo plazo.

La importancia de investigar este tema en particular, consiste en constatar el nivel de la variable de estudio en las cooperativas de café, a fin de lograr el éxito de las mismas.

En nuestro país existen numerosos trabajos con referencia al tema que se centra en particular en analizar el efecto que tiene la competitividad en el margen de beneficio que pueden llegar a tener las cooperativas de café en el mercado.

En el capítulo 1 se indica cada base teórica que sustenta el planteamiento del estudio. También se trabaja un enfoque basado en las diversas teorías respecto a la competitividad en las cooperativas de café.

El capítulo concluye determinando las distintas hipótesis que confirman la idoneidad de la competitividad que deben tener las cooperativas en aras de lograr el éxito en sus actividades y proyectos.

En el capítulo 2 se detalla el método que se utilizan para que finalmente se levante y analice la información, que permite entender el sentido de esta investigación; el segundo capítulo concluye dando a conocer las técnica e instrumento utilizado para recopilar, procesar y obtener los resultados esperados en esta investigación.

En el apartado del capítulo 3 se detalla cada resultado obtenido luego de analizar la información recopilada y se pone en marcha detallar las conclusiones de la

presente investigación, a fin de comprender los distintos factores que se involucran para que una empresa competitiva logre de manera frecuente el éxito en sus planes

1.1. Problema de investigación.

Las organizaciones orientan sus esfuerzos cada día a maximizar su presencia en el mercado, de acuerdo a las características relevantes y de importancia, dependerá el nivel de permanencia en el largo plazo en dicho mercado, en relación a esto el autor Arboleda Home (2016), indica que la competitividad es un fenómeno que cabalga plenamente sobre el concepto de la productividad de los factores que se manejan en espacios y momentos distintos, dando lugar a la “competitividad sistémica” o “competitividad estructural”, como la llama la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 1992), la cual coloca la innovación como eje central.

Por lo tanto, se entiende a la competitividad como un factor de suma importancia en una organización y que abarca términos como producto, producción, costos, calidad y más; el trabajo consciente en cada una de estas áreas definirá el grado de competitividad que presenta una organización en un determinado mercado.

La competitividad está basada en fortalecer las ventajas positivas y competitivas en una organización, tal como lo señala Monterroso (2016), argumentando que la competitividad en las empresas son variables multifactoriales el mismo que depende del factor interno tales como el recurso físico, humano, tecnológico, e intangibles, además del factor externo que limita o permite la sustentabilidad organizacional a lo largo del tiempo.

En líneas generales la competitividad es todo aquello que permite a una organización mantenerse en los mejores de niveles de producción y comercialización del bien o servicio de manera frecuente en el mercado donde opera.

La competitividad representa crecimiento y desarrollo para las organizaciones actuales, por ello actualmente plantean estrategias que van direccionadas a añadir valor agregado a todo lo que puedan ofrecer al consumidor, a fin de generar ventaja competitiva con respecto a sus competidores.

También se conoce a la competitividad como aquellas capacidades que posee una organización para aumentar de manera lucrativa, la ansiada participación en el mercado.

La competitividad es entendida a través del manejo óptimo de los recursos, los mismos que permiten el crecimiento tanto económico como empresarial.

Es necesario entender que la competitividad de una organización frente a sus competidores, se da también de acuerdo a su capacidad de organizarse para producir, elevar su producción y así anteponerse sobre sus competidores.

Existen evidencias que indican para mejorar la competitividad en cada negocio, depende de la manera en que sistematiza sus procesos operativos, su capacidad de producción, hasta que los productos o servicios lleguen a los consumidores finales.

La Cooperativa Agraria de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, es una organización ubicada en el distrito de Namballe, provincia de San Ignacio, región de Cajamarca; la cooperativa está dedicada a la comercialización y exportación de café de alto rendimiento de la zona de Namballe, se acopia en producto gracias al compromiso de sus 280 socios activos actualmente. El cultivo del café es su primordial fuente de ingreso para los socios y han tomado la decisión de asociarse a la cooperativa con el objetivo de sacarle mejor provecho a su trabajo, mejores beneficios y precios a la altura del producto.

La misión de la Cooperativa es que sus asociados y fundadores logren mayor ventaja competitiva en el mercado, posicionándose eficientemente en el mercado, periódicamente la cooperativa se orienta a mejorar cada servicio con la finalidad de que satisfaga cada necesidad de sus asociados y clientes. El presente estudio de investigación busca maximizar la competitividad en el mercado de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas.

1.2. Antecedentes

A nivel internacional

Botero (2019) con la investigación descrita “cuyo objetivo principal fue el diseño de sistemas medición desde los niveles de internacionalización empresarial en cada país en vías de desarrollo, considerando cada variable latente basándose en diversos indicadores, internos o externos. La metodología elegida para recabar los datos se estableció con carácter exploratorio, descriptivo correlacional; se acudió a la revisión de documentos académicos y se realizaron entrevistas a expertos y empresarios. En los resultados se visualizó la trazabilidad del patrón considerando cualquiera de las variables, resultando de suma importancia para los directivos empresariales, permitiéndoles a direccionar sus esfuerzos, invirtiendo en aquellos recursos que son más esenciales de acuerdo al tipo de estrategia que se quisiera desplegar en la organización. Concluyéndose que, empleando la técnica estadística para la Gestión Internacional, teniendo un enfoque multidimensional, que logra generar impacto en las competencias de las organizaciones, generando implicancias de gran magnitud en la sostenibilidad y la permanencia del mismo en el mercado.

Machuca & Patiño (2021) en su investigación se plantearon determinar los Factores que influyen en la Competitividad de los países sudamericanos en el periodo 2010-2019. Para ello se trabajó con dos modelos econométricos mismos que poseen información de panel de efectos aleatorios, y teniendo presente los índices de competencia Global del Foro Económico Mundial y cada subíndice. Obteniendo como resultado que para los años 2010-2017 el factor con mayor influencia es los requerimientos básicos, siendo está compuesta por: una Institución, infraestructura, estabilidad macroeconómica y salud, educación primaria. Y entre los rangos 2018-2019, con la nueva tecnología, y considerando las variables por cada pilar se concluyó que son redundantes.

Hernandez (2020) en su investigación denominada Competitividad empresarial del sector cafetalero exportador de México, planteó como objetivo determinar la influencia de las variables: planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y los sistemas de información en la competitividad empresarial. Siendo

un trabajo no experimental-transversal, de enfoque cualitativo-cuantitativo, recolectando la información a través de encuestas, siendo el medio principal los cuestionarios. Obteniéndose como resultados que las variables estudiadas influyen de forma positiva en la competitividad empresarial. Por lo mismo concluyeron que la competitividad está basada en la calidad, recurso humano, producción y sus operaciones.

Valero (2019) en su investigación realizada buscó analizar la influencia de la competitividad y el capital tecnológico, en la internacionalización de las empresas exportadoras de Bucaramanga y su Área Metropolitana-Colombia. Siendo un trabajo descriptivo, exploratorio y correlacional, la población con la que trabajo fue de 161 organizaciones registradas como exportadoras, de acuerdo, a los datos del COMPITE 360 que pertenece a la Cámara de Comercio investigada, y con una muestra de 114 organizaciones. Como resultado se evidencia que la competitividad en sus dimensiones innovación en producto, servicio, proceso, organizacional, y en las ventas con sus dimensiones productividad y estructura empresarial en la norma, reglamentación y control en el trabajo y estructura física, la relación es directa, positiva y significativa en la exportación empresarial.

Prado (2018). En el estudio realizado se planteó determinar como la competitividad puede ser influenciada por la asociatividad de la empresa en la pequeña y mediana empresa el rubro comercial de la Ciudad Obregón”, netamente en el sector comercio, generando la ventaja competitiva en el mercado. Trabajo descriptivo-no experimental, siendo el método de recopilación la encuesta, específicamente una entrevista u cuestionario, siendo el total de la población conformada por 146 pymes y quedando la muestra a 77 pymes del sector. Alcanzando como resultado que las Pymes del sector comercio se asocian en el 55% sin embargo en referencia a alimentos y bebidas que se encuentra en un 45%, siendo este el resultado del giro de las empresas de la región.

A nivel nacional

Dominguez & Gutierrez (2017). Elaboraron un trabajo en Tacna, con la finalidad que se analice, incentivar y fomentar modelos de competitividad para el desarrollo económico de cada empresa exportadora de orégano seco, con el fin de que genere

mayores ingresos a la empresa. El método para recolectar información fue una entrevista a los directivos con 16 individuos del rubro, de donde el cuestionario se trabajó con una escala Likert, otorgando a los encuestados la posibilidad de graduar su opinión en afirmaciones complejas. Obteniendo como resultado que el modelo posee relación significativa en el desarrollo de cada empresa exportadora. Concluyéndose que el modelo de competitividad posee relación significativa en el desarrollo económico de cada empresa exportadora; esto se debería a la relación que posee al gestionar la competitividad, la estrategia de competitividad para mejorar la productividad empresarial.

Nole & Lazo (2022) en su investigación plantearon como objetivos conocer los factores externos que limitan la Competitividad de las principales empresas importadoras (P.A. 3004902900) del sector farmacéutico en Lima Metropolitana (2019 – 2020)”, el método para recolectar información de la entrevista estructurada a profundidad, las mismas que fue aplicada a expertos de las organizaciones importadoras. Como resultado se determinó factores como el aumento del flete, la volatilidad de los tipos de cambio y la negociación comerciales del comprador y proveedor que limita de forma negativa con la competitividad de cada empresa importadora, siendo tan necesario evaluar cada factor que afecta las negociaciones comerciales y tomar las mejores decisiones, a fin de lograr relaciones comerciales optimas y duraderas entre comprador y proveedor. Los investigadores del estudio concluyen después de un análisis profundo de cada categoría, manifestando que es de vital importancia hacer énfasis en los factores que afectan las negociaciones a fin de buscar el ganar – ganar entre ambas partes.

Acaro (2020). En el trabajo de investigación en Pita, buscó establecer cómo se relaciona la Gestión Administrativa y la Competitividad Interna de la Agencia de Aduana MACROMAR S.A. Con un método aplicado, correlacional-no experimental, transversal, sosteniendo el enfoque cualitativo-cuantitativo. Población constituida por 27 trabajadores, pertenecientes a área operativas, con 31 clientes corporativos habituales. Por ello para recabar información emplearon un cuestionario, con una guía de entrevistas. Como resultado hallaron la existencia de un total conocimiento acerca de la misión, visión y objetivo, desconociendo su principal función y línea de mando, considerando que sí cuenta con el MOF y RIT; con un liderazgo

inadecuado, donde no se suelen brindar incentivos económicos, con una falta de monitoreo y acciones de mejora en la parte administrativa, sumado a ello la competencia interna, los mismos que no han mejorado su proceso de atención, manteniendo un aspecto intermedio con el factor innovación, y de los recursos y rendimiento laboral; denotando que existe una relación directa, encontrándose un RHO de Spearman= ,950**; $p= ,000b$, denotando que necesita diseñar una estrategia administrativa que fortalezcan la competencia interna de la organización.

Céspedes & Risco (2022). En su trabajo en Talara buscaron evaluar la relación entre la Gestión Estratégica y la Competitividad de la Empresa K&D Servicios Generales S.R.L. Empleando como método para recolectar datos la entrevista, consolidado en un cuestionario. Siendo un trabajo descriptivo-correlacional. El resultado encontrado es la existencia de la relación moderada, con un índice menor a 0.808, lo que significa que mientras la primera variable posea un óptimo nivel, la competitividad será óptima. Por lo que se necesita que la organización inicie la actualización de sus diferentes estrategias que ha ido empleando últimamente y reformular su visión, generando la adecuación de la misión y objetivos, con la única intención de direccionar la productividad de la organización, de donde se tiene en cuenta cada factor económico que logre e integre la competitividad.

Arevalo (2018). En este trabajo en Piura, se planteó el objetivo de proponer un lineamiento estratégico que oriente la competitividad del restaurante El Uruguayo. Siendo un trabajo descriptivo-no experimental. Utilizándose la encuesta para la recopilación de información, concluyendo la información a través de un cuestionario, la misma que se elaboro considerando los indicadores que permiten el análisis interno y la competitividad. A la par se consolido los datos con la observación y análisis de documentales que permitan conocer la realidad de la organización evaluada. Contando con una población de 427,221, y concluyendo en una muestra de 150 sujetos. Como resultados encontraron que la organización si tiene niveles de competitividad que la favorecen, pero la amenaza que surge en cada entorno es alta, al poseer estas un mejor manejo de estrategias de marketing. A la vez se encontraron falencias internas con respecto a su filosofía, motivación y satisfacción en los colaboradores, no siendo lo suficientemente alto el desarrollo de

una nueva habilidad blanda y dura, mismas que apoyan ya que permite que se incremente la competitividad de la empresa.

A nivel Local

Martinez (2020). Realizó una investigación en Jaén, donde buscó determinar cómo se relaciona la ventaja competitiva y posicionamiento de la cooperativa selva. Para recopilar la información se empleó la encuesta, mediante el denominado cuestionario, siendo este el que se aplicó a la población de estudio de 560 socios, cuestionario con una escala Likert. El modelo de trabajo es descriptivo – correlacional bajo un enfoque cuantitativo, el propósito fue obtener datos estadísticos, con un diseño no experimental, ya que en el trabajo no se logró manipular cada variable en estudio. Concluyéndose que, la relación es fuerte y directa entre las variables, lo que nos da a conocer que si la organización realiza un progreso en las acciones dirigidas a la ventaja competitiva la empresa obtendría un mayor posicionamiento.

Montalván (2019). En el trabajo que realizó en Ferreñafe, buscó establecer un plan de calidad para tender a los usuarios e incrementar su ventaja competitiva en el Municipio de la Provincia. Utilizando la herramienta de recolección la encuesta y el instrumento un cuestionario, trabajando con dos poblaciones de donde: En calidad de atención fue dirigido a los usuarios, contando con 169 sujetos y, para ventaja competitiva para los servidores publicos contando con 21 sujetos. Trabajo de tipo cuantitativo- no experimental, con un diseño no transversal. Concluyendo que la calidad de atención que poseen es inadecuado, y su ventaja competitiva regular y, a travez de la aplicación de una propuesta en el municipio permitirá que mejore la calidad de atención y su ventaja competitiva, dirigido al usuario y servidores, conllevando de esta forma a la obtención de los resultados esperados.

Galvez (2021). En su trabajo en José Leonardo Ortiz, buscó determinar la influencia de la estrategia de gestión comercial que mejore la competitividad de cada bodega tradicional. La metodología para recabar la información fue una encuesta, utilizando un cuestionario. Contando como población a todas las unidades del rubro abarrotes pertenecientes a los lugares de Urb. San Carlos, Garcés y Latina pertenecientes al distrito evaluado; de donde se contó con 134 micro negocios bodegueros. De donde

se concluye que, aquellos establecimientos con mayor antigüedad son los considerados de nivel bajo o muy bajo, por lo que la percepción del mismo es negativa en un 75% en incidencia.

Azabache & Quiroz (2017). Realizaron un trabajo en Olmos, donde su objetivo fue que se elabore estrategias competitivas que generen un desarrollo económico. Para ello el método utilizado fue descriptivo-no experimental. Para ello conto con una población total de 514 agricultores y quedando como muestra a 221 agricultores. Se utilizó la entrevista para obtener información, para ello se considero entre su técnica la encuesta. El resultado dio a conocer que el estudio es uno de los factores claves que generan beneficios y desarrollo, basándose en cada beneficio que ayude a su mejora, por lo mismo se contaría con una mayor oportunidad para lograr acceder a un préstamo y programa que logren la producción y cultivo para una posterior exportación, generando un aumento de la rentabilidad.

Salazar (2020). En su trabajo en Jaén, buscó proponer planes estratégicos que mejoren la competitividad en la barra cevichería Ají Limo. El Trabajo es de tipo descriptivo-no experimental, asimismo, para recabar cada dato se usó la conocida como encuesta, la cual se dio mediante un cuestionario. Su población fue de 5 colaboradores de la empresa. Concluyendo que, al no encontrar un Plan estratégico en la organización, se recomienda generarlo para que de esta forma mejore la competitividad en la organización estudiada.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo influye el análisis de la competitividad en la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas -Namballe - San Ignacio – 2022?

1.4. Aspectos teóricos.

Competitividad

Según Fairbanks (2000). Es la combinación de buenas estrategias con una alta productividad, por lo mismo se basa en la productividad y las buenas estrategias.

Según Stoner (2013). Se le denomina a la Capacidad que posee una empresa ya sea estatal o privada, lucrativa o no, que permitan que se mantenga cada ventaja comparativa, misma que le permitirá que alcance, sostenga, posicione, permitiendo que mejore su posición en el aspecto socioeconómico.

A la vez también se logra entender como la serie de factores económicos, sociales, geográficos y políticos que conducen al progreso de una nación como también puede ser de un individuo.

Factores determinantes de la competitividad

Michael Porter destaca cuatro factores determinantes en la competitividad:

Fuerza de trabajo

Habilidad de forma física o intelectual que tiene un individuo para desplazar alguna actividad productiva. Este factor determina la cantidad de trabajo o esfuerzo que se necesita para producir un bien o un servicio.

Cada proceso productivo en una compañía se inicia cuando la fuerza de trabajo hace uso de los medios de producción para transformar la materia prima que tienen a su alcance con el propósito de proveer bienes y servicios que la sociedad necesita.

Empresa

Entendida como una organización social, en donde existen una serie de personas que se reúnen para explotar un negocio, con un objetivo determinado ya sea el lucro o la atención de una sociedad social.

La empresa a través de una serie de organizaciones ya sea elemento (humano, material, técnico, financiero) genera un bien o servicio con un intercambio de precios, mismo que le permitirá la reposición de los recursos y la consecución de objetivos.

Siendo esta una unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya necesidad es la satisfacción de una unidad existente en sociedad.

Entonces entendemos como empresa al conjunto de personas que mediante la organización y utilización de recursos logran transformar ciertos elementos en productos o servicios que ayudan a la consecución de objetivos propuestos por una empresa.

Estructura

Se entiende como estructura a la jerarquía dentro de una organización, es importante porque da a conocer cómo funciona una organización, como opera y logra sus metas para su crecimiento futuro y es dada a conocer mediante una tabla organizacional.

La estructura define un horizonte a donde dirige sus esfuerzos una determinada organización, asimismo da a conocer las líneas de mando, facultades y responsabilidades de cada individuo o área que compone una organización.

Sistema

Van Gigch (2011). Consideran que se denomina al conjunto de partes o componentes, mismos que se conectan de manera organizada. De donde sus partes se afectan por encontrarse en el sistema o se cambian si lo dejan. Esta unión genera un comportamiento dinámico como opuesto que genera una conducta inerte.

Un sistema en una empresa permite conocer los pasos a seguir para que la misma logre sus objetivos y metas planteadas, el sistema determina la creación de estrategias que el talento humano necesita aplicar, con la finalidad de aportar valor a una determinada organización, pues la ventaja que tiene un sistema es que es duplicable en el tiempo.

Características de la competitividad

Innovación

La innovación se manifiesta en un nuevo diseño de producto, un nuevo proceso de producción, una nueva forma de vender, de entrenar, de organizar; haciendo que

la innovación se pueda dar en cualquier actividad de la cadena de valor y así la empresa pueda conseguir ventajas competitivas sostenibles.

Se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados.

Calidad

“Se le conoce como aquella que satisface una necesidad futura para el usuario con características medibles, de esa manera los productos pueden ser diseñados o fabricados para lograr cierta satisfacción para ello se establece un precio que los clientes pagaran; de acuerdo a ello la calidad es definida solamente en términos del agente”. (Deming, 2010).

Asimismo, el autor la describe como aquella característica de los productos que se basan en cada necesidad de los clientes y que por eso brindan satisfacción del producto. (Joseph M. Juran)

Entendemos por calidad cuando una empresa u organización orienta sus esfuerzos diseñando y fabricando productos y prestando servicios que satisfacen necesidades y deseos del cliente.

Eficiencia

Robbins & Coulter (2008), la eficiencia consiste en "obtener los mayores resultados con la mínima inversión".

Chiavenato (2008), es descrita como aquella utilización que se efectúa de manera correcta de acuerdo a cada recurso. (medios de producción) disponibles.

Desarrollar las actividades planificadas en una empresa de manera eficiente permitirá a los directivos obtener los mayores resultados utilizando la menor cantidad de recursos o con la mínima inversión.

Sustentabilidad

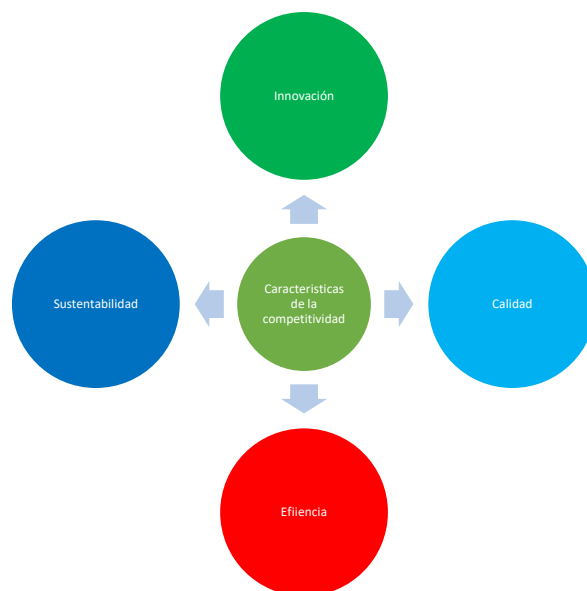
La sustentabilidad es la capacidad productiva de un ecosistema que permite satisfacer con relativa holgura las necesidades económicas, de materiales y de servicios, de las comunidades o colectivos que gestionan rentas derivadas del

cultivo y cosecha de algún recurso natural, mediante la operación de empresas abanderadas por un código de ética, un plan de acción con objetivos claros que conduzcan al logro del bienestar en donde las personas y recursos naturales sean consideradas en su mayor dignidad.

El término sustentabilidad fue definido como la capacidad de lograr prosperidad económica sostenida en el tiempo, protegiendo simultáneamente los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas. Según el Informe Brundtland de las Naciones Unidas (1987).

Figura 1

Características de la competitividad



Elementos Básicos que influyen en la competitividad

Atención al cliente

Según Zapata (2011), la atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador llámese empresa comercial de producción o de servicios con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Para Serna Gomez (2006), el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

El servicio de esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (pag.19)

Asimismo Stanton & Walker (2006), dice que la atención al cliente es un conjunto de actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades.

Kotler, Bloom, & Hayes (2006), un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico.

También para Da Silva (2019), el servicio al cliente se refiere a toda la gestión que realiza una empresa o una organización para cubrir las necesidades de las personas que utilizan o compran sus productos o servicios.

Para ofrecer un buen servicio al cliente las empresas primero debe identificar y conocer las características y las necesidades de los clientes para, posteriormente, tomarlas en cuenta durante todo el proceso transaccional, incluyendo la pos-compra.

Localización estratégica de la organización. - Es una decisión estratégica que realizan los directivos de una organización que puede favorecer o perjudicar su actividad económica en el presente y el futuro.

Higiene. - La higiene es un factor determinante en una organización, protege la integridad física de los colaboradores y al mismo tiempo promueve la calidad de vida de los clientes.

Variedad de productos.

(Martin,1999), afirma que la variedad de un producto, es el conjunto de tipos o modelos de éste que una organización oferta al mercado en un determinado momento del tiempo. Las variedades de productos brindan a los consumidores más alternativas para elegir su producto deseado.

¿Quién es el consumidor?

El consumidor es una persona que satisface una de sus necesidades utilizando hasta su término y destruyendo un producto o un bien. (Philip Kotler)

El consumidor usa la información para llegar a una serie de opciones finales de marca.

Los consumidores son más racionales y desconfiados.

Meditan más la compra y usan, por ejemplo, internet para informarse y comparar, en busca de una mejor relación calidad precio.

Esta relación calidad precio cada vez cobra más importancia, sobre todo en lo que se refiere a la durabilidad: hay un rechazo a la llamada obsolescencia programada y se opina que los productos deberían durar mucho, más de lo que duran

1.5. **Objetivos**

Objetivo General

Determinar en nivel de competitividad de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las Rocas – Namballe – San Ignacio, 2022.

Objetivos Específicos

Describir la gestión empresarial de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las rocas.

Describir las características físicas de la cooperativa de servicios múltiples Gallitos de las rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo.

Describir la calidad de servicio en atención al cliente que brinda la cooperativa de servicios múltiples Gallitos de las rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo.

1.6. **Hipótesis.**

H1: El nivel de competitividad de la cooperativa de Servicios Múltiples Gallitos de las rocas – Namballe – San Ignacio, es positivo.

H0: El nivel de competitividad de la cooperativa de Servicios Múltiples Gallitos de las rocas – Namballe – San Ignacio, es negativo.

1.7. **Justificación.**

En todo tipo de organización la demanda por parte del consumidor se incrementa constantemente, exigiendo un mejor desempeño, mejores niveles de calidad del producto y del servicio, no solo para brindar una excelente atención, sino para mantener un estilo de trabajo que garantice la satisfacción plena de los consumidores.

En consecuencia, puedo justificar la competitividad como parte del mejoramiento en la gestión empresarial, optimizando la calidad de los productos y servicios ofertados al mercado.

El actual estudio estará convertido en un modelo de investigación que servirá para diversas investigaciones, las cuales se puedan replicar no solo por la propuesta original, sino que se replique con un valor agregado tomando como base este trabajo. De acuerdo a lo indicado, el estudio también es de gran utilidad para la alta dirección, ya que mediante la optimización adecuada de insumos los directivos posean elementos de juicio para la toma de decisiones.

II. MATERIALES Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación

Investigación descriptiva

Según Sabino (1986), “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta.

En el presente proyecto de investigación es de investigación descriptiva, con el propósito de describir los factores que componen la competitividad de la Cooperativa Gallitos de la Rocas. Además, la presente investigación fue de tipo de investigación de variable única. El proyecto de investigación hará uso del enfoque cuantitativo con el fin de obtener estadísticas de los datos, los que permitirán encontrar promedios y medias de la variable de investigación.

Diseño de la investigación

Kerlinger (2013), manifiesta que el diseño de investigación, “Es el plan y estructura de una investigación concebidas para obtener respuestas a las preguntas de un estudio”

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010), la investigación no experimental, consiste en estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. El proyecto de investigación aplicará el diseño de tipo no experimental, debido a que no se manipularán los datos de la variable estudiada y dado que es una investigación de variable única.

2.2. Población y muestra

Población

Según Tamayo & Tamayo (1997), población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Para esta investigación se ha considerado como la población a 50 personas colaboradores de la cooperativa.

Muestra

Según Sampieri (2012), la muestra es, en esencia un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población.

La muestra se calculará con ayuda de la siguiente formula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

Dónde:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 50}{(0,05^2 * (50 - 1)) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n = 44 personas.

N	Población	50
K	El nivel de confianza 95%	1,96.
E	Error 5%	0,05
p	probabilidad de éxito	0,5
q	Probabilidad de fracaso	0,5
n	Muestra	44

El número de personas que conforman la muestra en esta investigación son 44.

2.3. Variable

Variable de Investigación.

(Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2003) una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse.

Variable Independiente: Competitividad

Koontz & O'Donnell (2013), la competitividad es la capacidad que tiene la empresa, de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.

2.4. Operacionalización de variables.

Roque Sánchez (2012), Operacionalizar es definir las variables para que sean medibles y manejables. Un investigador necesita traducir los conceptos (variables) a hechos observables para lograr su medición. Las definiciones señalan las operaciones que se tiene que realizar para medir la variable, de forma tal que sean susceptibles de observación y cuantificación. De acuerdo con Hempel (1952, p. 114).

Tabla 1

Operacionalización de la variable independiente

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica/ Instrumento
Competitividad		Estrategias de marketing	Encuesta
		Medios de Comunicación	Cuestionario
	Posicionamiento	Precio	
		Ubicación	
	Publicidad	Promoción	
	Calidad	Mejora continua	

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.

Técnica de recolección de información

Arias (2006), afirma que la técnica de recolección de información de datos, son las distintas formas o maneras de obtener la información, el mismo autor señala que los instrumentos son medios materiales que se emplean para recoger y almacenar datos.

La técnica de recolección de datos en la presente investigación fue la encuesta, dado que el enfoque de la investigación es cuantitativo.

Instrumento de recolección de datos

Hernandez, Fernandez & Baptista (2010), explica que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”.

El instrumento utilizado en la presente investigación para la recolección de información fue un cuestionario de preguntas cerradas y de acuerdo a la escala ordinal de tipo Likert.

III. RESULTADOS

3.1. Presentación de Tablas y figuras

Tabla 2

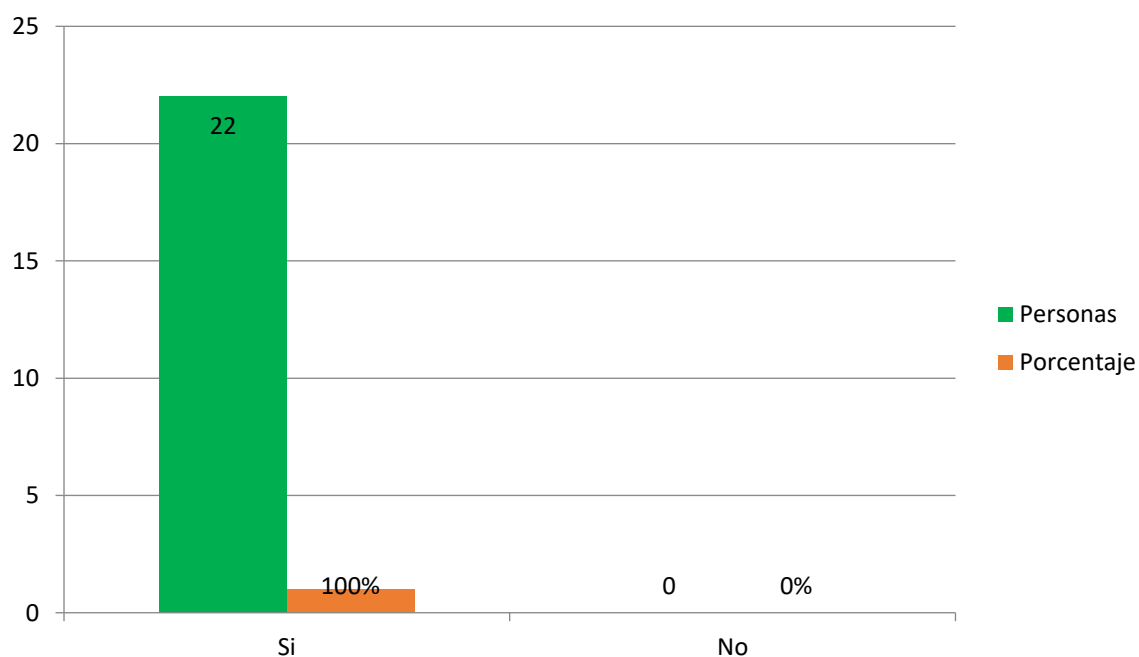
La Gestión empresarial con relación a las estrategias de Marketing.

Nota: SI NO

Ítems de estudio	SI		NO	
	n	%	n	%
La cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, ¿debe realizar estrategias para mejorar el posicionamiento?	22	100	0	0

Figura 2

La Gestión empresarial con relación a las estrategias de Marketing.



El análisis anterior permite hacer los siguientes comentarios: En relación a si la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas la empresa debe establecer estrategias que mejoren la competitividad para los cuales deben ampararse en el

marketing, de acuerdo a ello el 100% de los encuestados dijeron que la empresa sí debe desarrollar estrategias para el posicionamiento.

Tabla 3

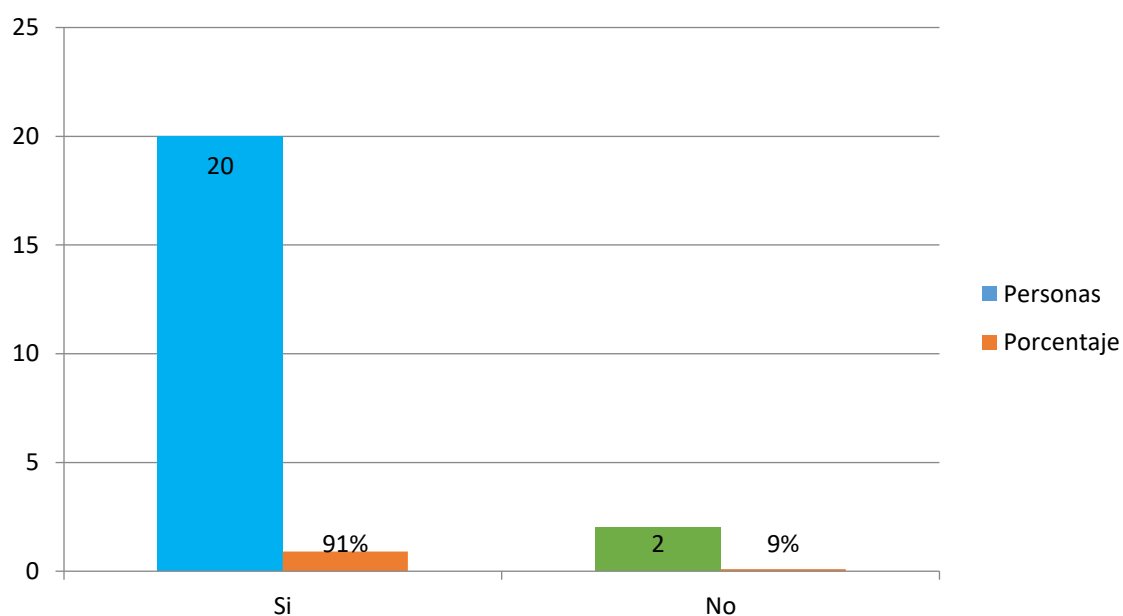
Usted, ¿cree que las estrategias de Marketing que realiza la cooperativa de Servicios Múltiples Galito de las Rocas son las más idóneas?

Nota: SI NO

Ítems de estudio	SI		NO	
	N	%	n	%
Usted, ¿cree que las estrategias de Marketing que realiza la cooperativa de Servicios Múltiples Galito de las Rocas son las más idóneas?	20	90.90	2	9.10

Figura 3

¿Las estrategias de Marketing son idóneas?



El análisis anterior permite hacer los siguientes comentarios: Respecto a si las estrategias de marketing que realiza la empresa son las más idóneas, el 91% de los encuestados dijeron que las estrategias de marketing son las idóneas, por otro

lado, el 9% de los encuestados manifestaron que las estrategias de marketing no son las más idóneas.

Tabla 4

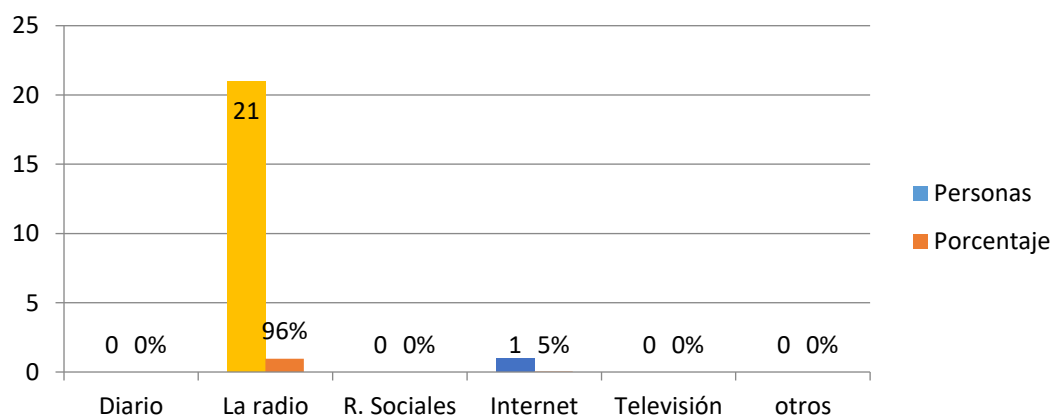
La Gestión empresarial con relación a la utilización de los medios de comunicación.

Nota: A) Diario B) La radio C) Redes sociales D) Internet E) Televisión F) Otros

Ítems de estudio	Diario		La Radio		R. Sociales		Internet		Televisión		Otros	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
¿Por qué medios de comunicación la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas realiza sus anuncios publicitarios?	0	0%	21	95.50%	0	0%	1	4.50%	0	0%	0	0%

Figura 4

La Gestión empresarial con relación a la utilización de los medios de comunicación.



El análisis anterior permite hacer los siguientes comentarios: Con relación a los medios de comunicación que utiliza la cooperativa de Servicios múltiples Gallito de

las Rocas para hacer sus anuncios publicitarios, el 96% de los encuestados respondieron que la cooperativa utiliza la radio y un 15% de los mismos dijeron que la cooperativa realiza sus anuncios publicitarios a través de internet.

Tabla 5

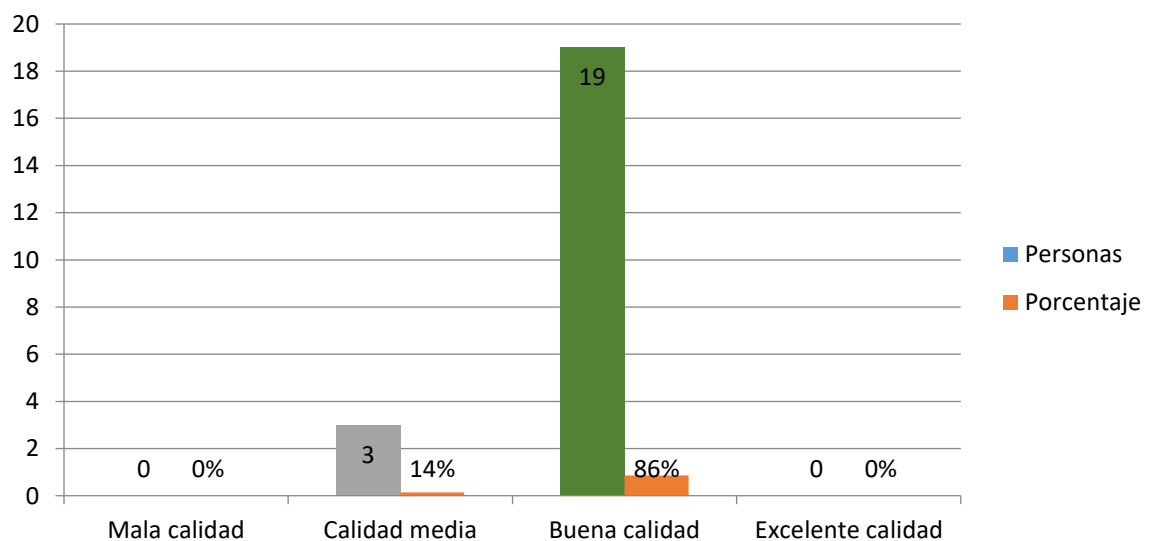
La Gestión empresarial con relación a la calidad de los productos que oferta la Cooperativa.

Nota: A) Mala calidad B) Calidad media C) Buena calidad D) Excelente calidad

Ítems de estudio	Mala calidad		Calidad media		Buena calidad		Excelente calidad	
	n	%	n	%	n	%	n	%
¿Cómo califica usted la calidad de los productos que ofrece la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?	0	0	3	13.60	19	86.40	0	0

Figura 5

La Gestión empresarial con relación a la calidad de los productos que oferta.



El análisis anterior permite hacer los siguientes comentarios: Con relación a la calidad de los productos que oferta la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, el 86.40% de los encuestados opinaron que los productos son de buena calidad, mientras que un 13.60 de los mismos calificaron a los productos con calidad media.

Tabla 6

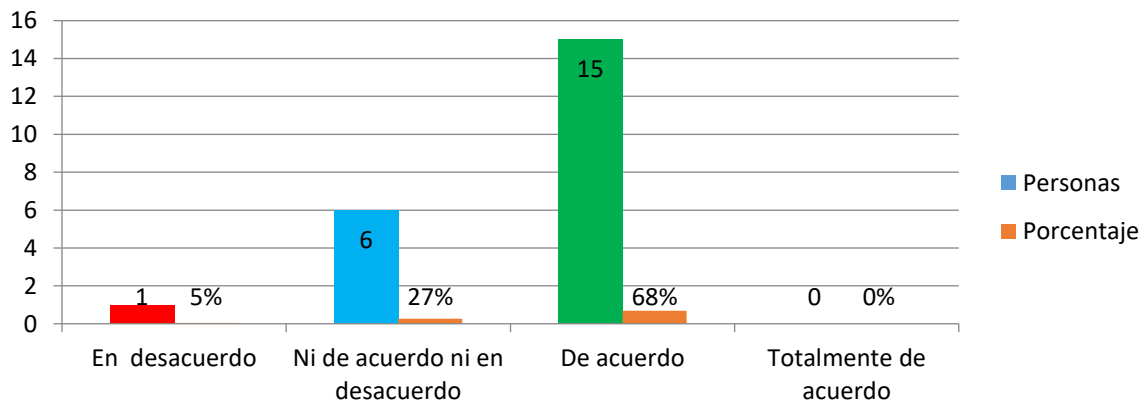
La Gestión empresarial con relación al precio de los productos que oferta la Cooperativa.

Nota: A) En desacuerdo B) Ni de acuerdo ni en desacuerdo C) De acuerdo D) Totalmente de acuerdo

Ítems de estudio	En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%
¿Está usted de acuerdo con el precio en el cual la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas compra y vende sus productos?	1	4.55	6	27.27	15	68.18	0	0

Figura 6

La Gestión empresarial con relación al precio de los productos.



El análisis anterior permite hacer los siguientes comentarios: Con relación al precio de los productos que oferta la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, el 68% de los encuestados opinaron que están de acuerdo con el precio en el que la cooperativa compra y vende sus productos, un 27% de los encuestados manifestaron que no están de acuerdo ni en desacuerdo con el precio en que la cooperativa compra y vende sus productos y un 5% de los mismos se mostraron en desacuerdo.

Tabla 7

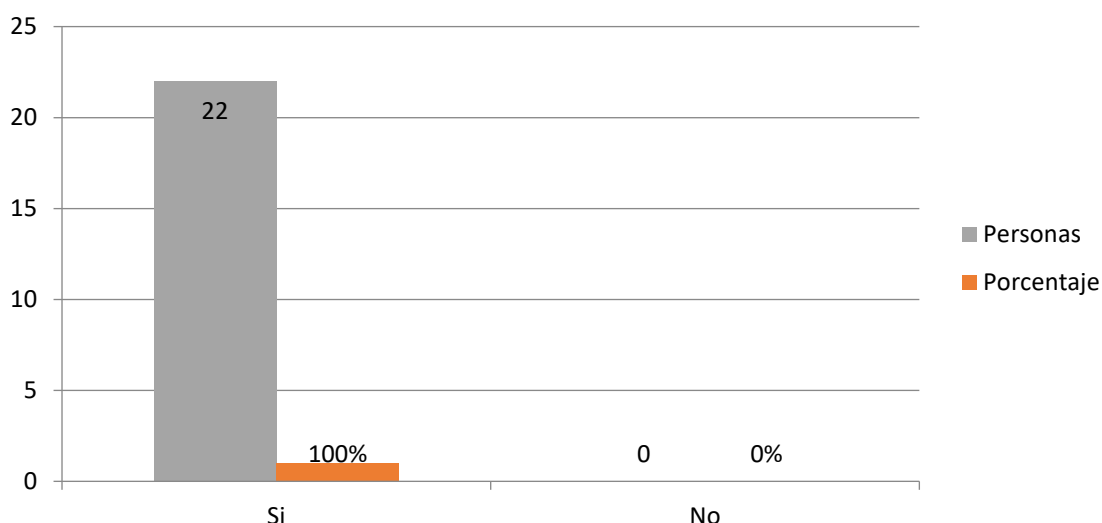
La Gestión empresarial con relación a la ubicación estratégica la cooperativa.

Nota: SI NO

Ítems de estudio	SI		NO	
	n	%	n	%
¿Cree usted que la ubicación geográfica de la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas es accesible segura?	22	100	0	0

Figura 7

La Gestión empresarial con relación a la ubicación estratégica.



El análisis anterior permite hacer los siguientes comentarios: Con relación a la ubicación estratégica de la cooperativa, y si es accesible y segura, el 100% de los encuestados respondieron que sí, la cooperativa es accesible, también segura.

Tabla 8

La Gestión empresarial con relación a las herramientas de promoción que utiliza la Cooperativa.

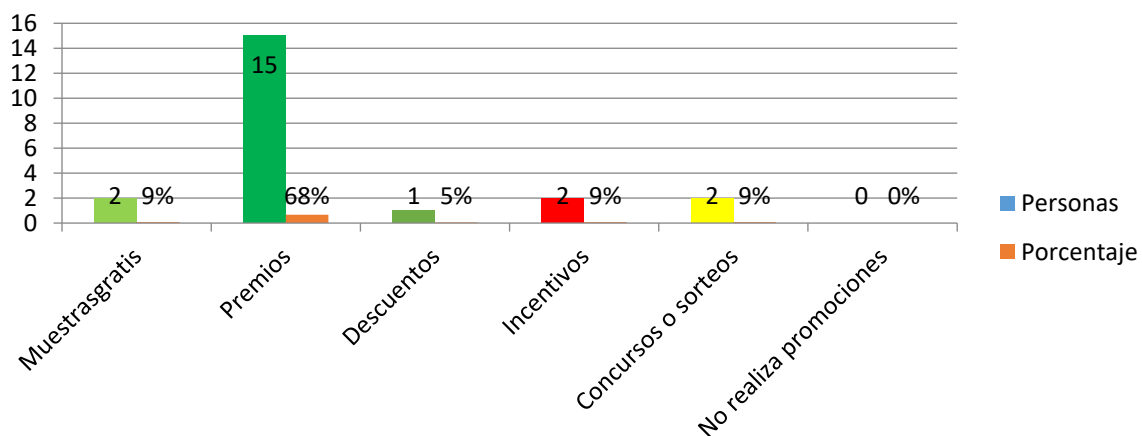
Nota: A) Muestras gratis B) Premios C) Descuentos D) Incentivos

E) Concursos o Sorteos F) No realiza promociones

Ítems de estudio	Muestras gratis		Premios		Descuentos		Incentivos		Concursos o Sorteos		No realiza promoción	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
¿Qué herramientas de promoción desarrolla la cooperativa de Servicio Múltiples Gallito de las Rocas?	2	9.09	15	68.18	1	4.50	2	9.09	2	9.09	0	0

Figura 8

La Gestión empresarial con relación a las herramientas de promoción.



El análisis anterior permite hacer los siguientes comentarios: Con relación a herramientas de promoción desarrolla la cooperativa, el 68% de los encuestados respondieron que se desarrollan los premios como herramientas de promoción, un 9% indicaron que se realizan las muestras gratis, otro 9% indicaron que se entregan incentivos, asimismo un 9% más opinaron que se realizan concursos o sorteos en la cooperativa, por último, un 5% comentaron que la cooperativa se realizan descuentos.

Describir las características físicas de la cooperativa de servicios múltiples Gallitos de las rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo.

Concerniente al espacio físico de la cooperativa, es preciso señalar que las áreas que conforman la cooperativa Gallito de las Rocas son: El área de administración, área de Tesorería, área de control de calidad, área de recepción y acopio y área de almacenaje de producto. Cada una de las áreas mencionadas están en perfecto estado y condiciones óptimas para que los colaboradores se sientan en confianza y sientan que la institución garantiza la seguridad y su salud durante la jornada laboral de los mismos.

Describir la calidad de servicio en atención al cliente que brinda la cooperativa de servicios múltiples Gallitos de las rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo.

Asimismo, cabe destacar como aclara Serna Gomez (2006), el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. En la cooperativa Gallito de las Rocas, existe un ambiente laboral ameno entre colaboradores, que aúnan esfuerzos diariamente para atender y satisfacer las necesidades de sus asociados. Es aceptable que hay algunas falencias que se necesitan mejorar, sin embargo, también se cree que es posible realizar acciones para maximizar el buen servicio, en beneficio de sus asociados, clientes y de la cooperativa misma.

IV. DISCUSIÓN

En el presente apartado se discutirán cada uno de los resultados encontrados, los cuales se contrastarán con otros estudios, investigaciones o bases teóricas de acuerdo a cada objeto propuesto

El actual estudio tuvo como objetivo principal Determinar en nivel de competitividad de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las Rocas – Namballe – San Ignacio, 2022. En principio se pretendió identificar cual es el factor que influye de manera directa con el nivel de competitividad de la cooperativa. De acuerdo a ello, se detalla los hallazgos primordiales de este estudio elaborado. Por ello, se deduce que de acuerdo a la tabla 2, a través del análisis que en relación a si la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas debe establecer estrategias que mejoren la competitividad para los cuales deben ampararse en el marketing, de acuerdo a ello el 100% de los encuestados dijeron que la empresa sí debe desarrollar estrategias que ayuden a su crecimiento. Este trabajo se llegó a contrastar con el trabajo de Hernandez (2020) en su investigación denominada Competitividad empresarial del sector cafetalero exportador de México, planteó como objetivo determinar la influencia de las variables: planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y los sistemas de información en la competitividad empresarial. Siendo un trabajo no experimental-transversal, de enfoque cualitativo-cuantitativo, recolectando la información a través de encuestas, siendo el medio principal los cuestionarios. Obteniéndose como resultados que las variables estudiadas influyen de forma positiva en la competitividad empresarial. Por lo mismo concluyeron que la competitividad está basada en la calidad, recurso humano, producción y sus operaciones.

Se acuerdo a ello debe aplicar estrategias de marketing como lo indican Mccarthy & Perreault (1996), que este tipo de estrategias de marketing ayudara a que se obtenga una mayor competitividad en los negocios, la cual de acuerdo a los autores la describe “a aquellos tipos de estrategias que definen un mercado objetivo y que el buen servicio y la calidad debe ir acompañado de la mercadotecnia relacionada con él, son imprescindibles en la gestión empresarial de la cooperativa, reflejando un 90.90% de positivismo.

Asimismo, se ha podido identificar mediante la tabla N° 4, que la cooperativa usa como medio publicitario la radio, siendo éste el más usado, debido a su ubicación; de ello se puede deducir que, si la cooperativa incrementa su nivel de difusión por algún medio de comunicación como la red social, la cooperativa tendrá mayor grado de posibilidades de llegar a más población. Según lo explicado, se puede contrastar con Montalván (2019). En el trabajo que realizó en Ferreñafe, donde buscó establecer un plan de calidad para tender a los usuarios e incrementar su ventaja competitiva en el Municipio de la Provincia. Utilizando la herramienta de recolección la encuesta y el instrumento un cuestionario, trabajando con dos poblaciones de donde: En calidad de atención fue dirigido a los usuarios, contando con 169 sujetos y, para ventaja competitiva para los servidores públicos contando con 21 sujetos. Trabajo de tipo cuantitativo- no experimental, con un diseño no transversal. Concluyendo que la calidad de atención que poseen es inadecuado, y su ventaja competitiva regular y, a través de la aplicación de una propuesta en el municipio permitirá que mejore la calidad de atención y su ventaja competitiva, dirigido al usuario y servidores, conllevando de esta forma a la obtención de los resultados esperados.

Por otro lado, se ha podido determinar que la cooperativa oferta productos de buena calidad, asimismo en la dinámica de los precios que maneja la cooperativa podemos identificar que la población está conforme con dichos precios. De los datos también se puede dar por aceptada la H1: que el nivel de competitividad de la cooperativa en estudio es positivo. El estudio según Gomez (2006), determina que los servicios de los clientes son aquel conjunto de estrategias que una empresa o negocio logra diseñar para que satisfaga a cada cliente y por ende estar a la vanguardia de la competitividad, logrando satisfacer cada necesidad y expectativa de su cliente externo; en tal sentido es necesario que la cooperativa realiza actividades de gestión enfocadas en mejorar el servicio prestado.

Como dice Mise (2022), la Calidad es el proceso de mejora continua, en donde todas las áreas de una organización participan activamente en el desarrollo de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes logrando así mejorar su productividad; en esa misma línea los colaboradores de la cooperativa Gallito de las Rocas participan activamente en la mejora continua de la organización.

V. CONCLUSIONES

El análisis de la situación actual que presenta la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas de la ciudad de San Ignacio me permite concluir mi estudio de investigación que los resultados obtenidos del levantamiento de información, en realidad han sido muy favorables.

Estadísticamente se puede determinar que la Gestión empresarial de la cooperativa objeto de estudio indica porcentualmente el avance que viene logrando la cooperativa en ese aspecto; en el análisis de los datos recogidos he identificado que un 100% de los encuestados manifiestan que la cooperativa si trabaja estrategias de marketing y las mismas son idóneas, un 95.45% de los encuestados indican que la cooperativa si realiza anuncios publicitarios y que el medio más utilizado es la radio en emisoras locales, un 86.36% de los encuestados afirman que los productos que la cooperativa oferta son de buena calidad, un 68.18% de los encuestados están de acuerdo con el precio en el cual la cooperativa compra y vende sus productos, el 100% de los mismos indican que la ubicación geográfica de la cooperativa si es accesible y segura, por ultimo un 68.18% de los encuestados responden que las herramientas de promoción que desarrolla la cooperativa son los premios a los productores socios de la cooperativa, por su buen desempeño en su labor para entregar un producto de calidad a la cooperativa.

Se confirma que la gestión empresarial de la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas es muy positiva, sin dejar de lado que existen factores que aún se pueden fortalecer.

VI. RECOMENDACIONES

El área de gerencia de la cooperativa debe hacer hincapié de lo tan importante que es gestionar actividades a fin de lograr ventajas competitivas en sus actividades, con el propósito de diferenciarse en el mercado y en la mente del consumidor.

La cooperativa debe tratar en lo máximo de diferenciarse en sus procesos productivos y en las actividades que ofrece a sus usuarios y socios.

La empresa debe orientar sus esfuerzos para lograr la satisfacción completa del usuario o socio, también es recomendable visitar a los propietarios de los sembrados de café, para brindarles su apoyo en asesoramiento técnico, a fin de que los asociados tengan mayores beneficios como reconocimiento a sus esfuerzos para presentar un producto de buena calidad del mercado.

Para incrementar el posicionamiento de mercado, la cooperativa debe contar con profesionales a la altura de la gestión empresarial competitiva, personal con capacidades para gestionar proyectos de avance en beneficio de los asociados de la cooperativa y por ende también en beneficio de la propia cooperativa

VII. REFERENCIAS

- Acaro, J. (2020). La Gestión Administrativa y la Competitividad Interna de la Agencia de Aduana MACROMAR S.A., Paita 2020. Tesis, Piura - Perú. Recuperado el 17 de 09 de 2022, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59602/Acaro_QJF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arevalo, J. (2018). Lineamientos estratégicos para orientar la competitividad del restaurante El Uruguayo de Piura, año 2017. Tesis, Piura - Perú. Recuperado el 25 de 08 de 2022, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47513/Ar%c3%a9valo_PJC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, J. (2006). Marco Metodológico. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094262/cap03.pdf>
- Azabache, M., & Quiroz, G. (2017). Estrategia competitiva para el desarrollo económico del valle viejo de Olmos del distrito de Olmos. Tesis, Pimentel - Chiclayo. Recuperado el 27 de 07 de 2022, de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4079/Tesis%20Estrat%c3%a9gia%20Competitiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Botero, L. (2019). Evaluación de la gestión internacional y su impacto en la competitividad: Un enfoque Multidimensional. Tesis, Sevilla. Recuperado el 20 de 09 de 2022, de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/90479/Tesis%20Final%20-%20Agosto%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chiavenato, I. (2008). Definición de Eficiencia. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficiencia.html>.
- Céspedes, S., & Risco, K. (2022). "La Gestión Estratégica y su Relación con la Competitividad en la Empresa K&D Servicios Generales S.R.L. de Talara, 2022. Tesis, Piura - Perú. Recuperado el 16 de 08 de 2022, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27220/C%c3%a9spedes_ISM-Risco_RKP-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Da Silva, K. (2019). Servicio al cliente: Concepto, qué es, importancia y cómo mejorarlo. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>
- Dominguez, A., & Gutierrez, J. (2017). La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna. La Molina - Lima. Recuperado el 24 de 08 de 2022, de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6503a02f-28d6-4b22-a77b-af97e0f2454e/content>
- Galvez, G. (2021). Propuesta de gestión comercial para mejorar la competitividad de las bodegas tradicionales en el distrito de San José Leonardo Ortíz -

2020. Tesis, Pimentel - Perú. Recuperado el 17 de 07 de 2022, de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7968/G%C3%A1lvez%20Vargas%20Gustavo%20Enrique.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernandez, A. (2020). Competitividad empresarial del sector cafetalero exportador de Mexico. Tesis, Morelia - Mochoacán. Recuperado el 15 de 07 de 2022, de http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/2622/ININEE-D-2020-0551.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2010). La Encuesta y el Cuestionario. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2003). Tesis de Investigación. 12 de 09 de 2022, de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/11/que-son-las-variables-segun-hernandez.html>
- Hernández, R. (2012). Tipo de investigación. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/04/poblacion-y-muestra-ejemplo.html>
- Kerlinger, F. (2013). Metodología de Investigación pautas para hacer tesis. Obtenido de <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/concepto-de-diseno-de-investigacion.html>
- Koontz, H. & O'Donnell, C. (2013). Competitividad empresarial. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/competitividad-empresarial/#_ftn1
- Kotler, P. Bloom, P. & Hayes, T. (2006). Definición de Servicios. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Machuca, A., & Patiño, C. (2021). Determinación de los Factores más importantes de la Competitividad de los países sudamericanos en el periodo 2010-2019. Trabajo de Titulación, Cuenca - Ecuador. Recuperado el 24 de 08 de 2022, de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10733/1/16280.pdf>
- Martinez, A. (2020). La ventaja competitivo y el posicionamiento de la Cooperativa Selva Andina - Jaén, 2019. Trabajo de investigación, Pimentel - Chiclayo. el 22 de 08 de 2022, de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7203/Mart%C3%ADnez%20C%C3%B3rdova%20Anavel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mccarthy, J. & Perreault, W. (20 de Noviembre de 1996). Estrategias de Marketing. <https://www.google.com/search?q=estrategias+de+marketing+segun+autores&oq=estrategias+de+marketing+se&aqs=chrome.0.0i512j69i57j0i512l8.14567j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Montalván, P. (2019). Calidad de atención del usuario para incrementar la ventaja competitiva en la Municipalidad provincial de Ferreñafe - 2019. Trabajo de investigación, Pimentel - Perú. Recuperado el 21 de 08 de 2022, de

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6092/Montalv%C3%A1n%20Rojas%20Pedro%20Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Monterroso, E. (2016). Competitividad Y Estrategia - Conceptos, Fundamentos Y Relaciones. Revista Electronica de Departamento de Ciencias Sociales UNLu. Obtenido de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/05/RSOC014-002-Competitividad-y-estrategia-MONTERROSO.pdf>
- Nole, L., & Lazo, A. (2022). Factores externos que limitan la Competitividad de las principales empresas importadoras (P.A. 3004902900) del sector farmacéutico en Lima Metropolitana (2019 – 2020). Tesis, Lima. Recuperado el 20 de 08 de 2022, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/659960/Nole_VL.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Prado, C. (2018). “Competitividad y asociatividad empresarial en pequeñas y medianas empresas del sector comercio en Ciudad Obregón”. Tesis, Obregon - Sonora. Recuperado el 15 de 08 de 2022, de <https://www.itson.mx/oferta/mgo/Documents/Carmen%20Prado.pdf>
- Robbins, S. & Coulter, M. (2008). Definición de Eficiencia. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficiencia.html>
- Sabino, C. (1986). Marco metodologico: Tipo de investigación. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0105420/cap03.pdf>
- Salazar, Y. (2020). Plan estrategico para mejorar la competitividad en la barra cevichería Aji Limo, Jaén 2019. Tesis, Pimentel - Perú. Recuperado el 20 de 08 de 2022, de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7890/Salazar%20D%c3%adaz%20Yenifer%20Yasmin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serna, H. (2006). Servicio de atención al cliente. Panamericana Editorial, https://books.google.com.pe/books/about/Servicio_al_Cliente.html?id=uNp7wgEACAAJ&redir_esc=y
- Stanton, E., & Walker. (2006). Definición de Servicios. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Tamayo, & Tamayo, M. (1997). Tipo de investigación. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094051/cap03.pdf>
- Valero, G. (2019). Influencia de la competitividad y el capital tecnológico, en la internacionalización de las empresas exportadoras de Bucaramanga y su Área Metropolitana-Colombia. Tesis, Valencia. Recuperado el 24 de 08 de 2022, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/140312/Valero%20-%20INFLUENCIA%20%20DE%20LA%20COMPETITIVIDAD%20Y%20EL>

%20CAPITAL%20TECNOLOGICO%2C%20%20EN%20LA%20INTERNACIONALIZACION%20D....pdf?sequence=1&isAllowed=y

Van Gigch. (2011). INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION: PARADIGMAS EN LAS ORGANIZACIONES. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1090/sistema.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20Van%20Gigch%2C%20un%20sistema,como%20opuesto%20a%20permanecer%20interter>e).

Zapata, J. A. (2011). *Atender y orientar a la persona en relacion con sus necesidades y expectativas de acuerdo con politicas institucionales y normas de salud.*

VIII. ANEXOS

Formato del cuestionario o entrevista

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		
	PROFESIÓN	
	ESPECIALIDAD	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	
	CARGO	
ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE - SAN IGNACIO – 2022.		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	Calderón Ojeda, Edwin Euclides	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION	
INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL Determinar en nivel de competitividad de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las Rocas – Namballe – San Ignacio, 2022.	
	ESPECÍFICOS <ul style="list-style-type: none"> Describir la gestión empresarial de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las rocas. Describir las características físicas de la cooperativa de servicios múltiples Gallitos de las rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo. 	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 09 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
I. VARIABLE: Competitividad		
1. La Cooperativa Gallito de las Rocas, ¿Realiza estrategias de Marketing?	TA()	TD()
	SUGERENCIAS: _____ _____ _____	

<p>2. Usted, ¿cree que las estrategias de marketing que realiza la Cooperativa Gallito de las Rocas son las más idóneas?</p>	<p>TA() TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿Por qué medios de comunicación realiza la Cooperativa Gallito de las Rocas sus anuncios publicitarios?</p>	<p>TA() TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿Cómo califica usted la calidad de los productos que ofrece la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA() TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿Está usted de acuerdo con el precio en el cual la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas compra y vende sus productos? ¿Por qué?</p>	<p>TA() TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Cree usted que la ubicación geográfica de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas es accesible y segura?</p>	<p>TA() TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Qué herramientas de promoción brinda la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA() TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>8. Si usted fuera el administrador de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, ¿Cuál sería la acción principal que realizaría para mejorar la competitividad de la misma?</p>	<p>TA() TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Qué recomendaría usted a los Directivos de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA() TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>OBSERVACIONES</p>	

JUEZ - EXPERTO

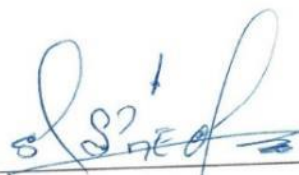
Validación de cuestionario

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		SEGUNDO RENE OLANO ELERA
	PROFESIÓN	ADMINISTRACION
	ESPECIALIDAD	DOCTOR EN GESTION PUBLICA
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	15 AÑOS
	CARGO	SUB GERENTE DE COOPERACION TECNICA
ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE - SAN IGNACIO – 2022.		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	Calderón Ojeda, Edwin Euclides	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION	
INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL Determinar en nivel de competitividad de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las Rocas – Namballe – San Ignacio, 2022.	
	ESPECÍFICOS <ul style="list-style-type: none"> • Describir la gestión empresarial de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las rocas. • Describir las características físicas de la cooperativa de servicios múltiples Gallitos de las rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo. 	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 09 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
I. VARIABLE: Competitividad		
1. La Cooperativa Gallito de las Rocas, ¿Realiza estrategias de Marketing?	TA(X)	TD()
	SUGERENCIAS: _____ _____	

<p>2. Usted, ¿cree que las estrategias de marketing que realiza la Cooperativa Gallito de las Rocas son las más idóneas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿Por qué medios de comunicación realiza la Cooperativa Gallito de las Rocas sus anuncios publicitarios?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿Cómo califica usted la calidad de los productos que ofrece la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿Está usted de acuerdo con el precio en el cual la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas compra y vende sus productos? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Cree usted que la ubicación geográfica de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas es accesible y segura?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Qué herramientas de promoción brinda la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>8. Si usted fuera el administrador de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, ¿Cuál sería la acción principal que realizaría para mejorar la competitividad de la misma?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Qué recomendaría usted a los Directivos de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>OBSERVACIONES</p>	



Dr. SEGUNDO RENE OLANO ELERA
DNI N° 27841044

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		OMAR ALHI SAAVEDRA URCIA
	PROFESIÓN	ADMINISTRACION
	ESPECIALIDAD	ADMINISTRADOR
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	12 AÑOS
	CARGO	SUB GERENTE DE CAJA
ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE - SAN IGNACIO – 2022.		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	Calderón Ojeda, Edwin Euclides	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION	
INSTRUMENTO EVALUADO	CUESTIONARIO	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL Determinar en nivel de competitividad de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las Rocas – Namballe – San Ignacio, 2022.	
	ESPECÍFICOS <ul style="list-style-type: none"> • Describir la gestión empresarial de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las rocas. • Describir las características físicas de la cooperativa de servicios múltiples Gallitos de las rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo. 	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 09 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
I. VARIABLE: Competitividad		
1. La Cooperativa Gallito de las Rocas, ¿Realiza estrategias de Marketing?	TA(X)	TD()
	SUGERENCIAS: _____ _____	

<p>2. Usted, ¿cree que las estrategias de marketing que realiza la Cooperativa Gallito de las Rocas son las más idóneas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿Por qué medios de comunicación realiza la Cooperativa Gallito de las Rocas sus anuncios publicitarios?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿Cómo califica usted la calidad de los productos que ofrece la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿Está usted de acuerdo con el precio en el cual la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas compra y vende sus productos? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Cree usted que la ubicación geográfica de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas es accesible y segura?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Qué herramientas de promoción brinda la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>8. Si usted fuera el administrador de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, ¿Cuál sería la acción principal que realizaría para mejorar la competitividad de la misma?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Qué recomendaría usted a los Directivos de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>OBSERVACIONES</p>	



Mg. OMAR ALHI SAAVEDRA URCIA

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		ROGER EFREN HUAMAN RAMIREZ	
	PROFESIÓN	ADMINISTRACION	
	ESPECIALIDAD	MAESTRO EN GESTION PUBLICA	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	08 AÑOS	
	CARGO	SUB GERENTE DE PROGRAMAS SOCIALES	
ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE - SAN IGNACIO – 2022.			
DATOS DEL TESISISTA			
NOMBRES		Calderón Ojeda, Edwin Euclides	
ESPECIALIDAD		ESCUELA DE ADMINISTRACION	
INSTRUMENTO EVALUADO		CUESTIONARIO	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION		GENERAL Determinar en nivel de competitividad de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las Rocas – Namballe – San Ignacio, 2022.	
		ESPECÍFICOS <ul style="list-style-type: none"> • Describir la gestión empresarial de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las rocas. • Describir las características físicas de la cooperativa de servicios múltiples Gallitos de las rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo. 	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS			
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO		El instrumento consta de 09 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
I. VARIABLE: Competitividad			
1. La Cooperativa Gallito de las Rocas, ¿Realiza estrategias de Marketing?		TA(X)	TD()
		SUGERENCIAS: _____ _____	

<p>2. Usted, ¿cree que las estrategias de marketing que realiza la Cooperativa Gallito de las Rocas son las más idóneas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿Por qué medios de comunicación realiza la Cooperativa Gallito de las Rocas sus anuncios publicitarios?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿Cómo califica usted la calidad de los productos que ofrece la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿Está usted de acuerdo con el precio en el cual la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas compra y vende sus productos? ¿Por qué?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿Cree usted que la ubicación geográfica de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas es accesible y segura?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Qué herramientas de promoción brinda la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>8. Si usted fuera el administrador de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas, ¿Cuál sería la acción principal que realizaría para mejorar la competitividad de la misma?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Qué recomendaría usted a los Directivos de la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>OBSERVACIONES</p>	


**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
SAN IGNACIO**
MGR. ROGER EFREN HUANAN RAMIREZ
SUB GERENTE DE PROGRAMAS SOCIALES

JUEZ - EXPERTO

Carta de la empresa donde autoriza realizar la investigación

COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES
"Gallito De Las Rocas Ltda."
RUC: 20570586506



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimada Señora
Mg. Janet Cubas Carranza.
Directora de Escuela Profesional de Administración
Universidad Señor de Sipán

Presente.-

Por medio de la carrera presente, hacemos constar que **CALDERON OJEDA EDWIN EUCLIDES**, egresado de su prestigiosa casa de estudio, tiene las autorizaciones correspondientes para realizar la investigación titulada:

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS-NAMBALLE-SAN IGNACIO-2022.

Se expide el presente documento para los fines que el usuario crea pertinente.

Namballe, 01 de setiembre del 2022.

Atentamente,

COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES
"GALLITO DE LAS ROCAS LTDA."

Eidan Noel Cruz Albarca
DNI. 46542448
GERENTE GENERAL

www.gallitodelasrocas.com.pe
Areatecnica@gallitodelasrocas.com.pe
Celular: 951980726
Namballe –San Ignacio –Cajamarca –Perú

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica/ Instrumento
¿Cómo influye el análisis de la competitividad en la cooperativa de Servicios Múltiples Gallitos de las Rocas - Namballe - San Ignacio - 2019?	<p>General Determinar en nivel de competitividad de la Cooperativa de servicios múltiples Gallito de las Rocas – Namballe – San Ignacio, 2019.</p> <p>Específicos Describir la gestión empresarial de la cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas. Describir las características físicas de la cooperativa de Servicios Múltiples Gallitos de las Rocas en función a la seguridad y salud en el trabajo.</p>	<p>H1: El nivel de competitividad de la cooperativa de Servicios Múltiples Gallitos de las rocas – Namballe – San Ignacio, es positivo.</p> <p>H0: El nivel de competitividad de la cooperativa de Servicios Múltiples Gallitos de las rocas – Namballe – San Ignacio, es negativo.</p>	Competitividad	<p>Posicionamiento</p> <p>Publicidad</p> <p>Calidad</p>	<p>Estrategias de marketing</p> <p>Medios de comunicación</p> <p>Precio</p> <p>Ubicación</p> <p>Promoción</p> <p>Mejora continua</p>	<p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p>

Resolución de Trabajo de Inv.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N°0707-2022-FACEM-USS

Chiclayo, 25 de octubre de 2022.

VISTO:

El Oficio N°0376-2022/FACEM-DA-USS, de fecha 21 de octubre de 2022, presentado por la Directora de la EP de Administración y proveído del Decano de FACEM, de fecha 21/10/2022, donde solicita la actualización del Trabajo de Investigación, por caducidad, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 31° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 199-2019/PD-USS de fecha 06 de noviembre de 2019, indica que La Investigación Formativa es un proceso de generación de conocimiento, asociado con el proceso de enseñanza – aprendizaje, cuya gestión académica y administrativa está a cargo de la Dirección de cada Escuela Profesional.

Que, el Art. 36° del Reglamento de Investigación, indica que el Comité de Investigación de la escuela profesional aprueba el tema de proyecto de investigación y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTÍCULO 1°: APROBAR, la actualización del Trabajo de Investigación, del egresado de la EP de Administración, según se indica en cuadro adjunto.

N°	AUTOR (A)	TÍTULO DEL PROYECTO DE TESIS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
01	CALDERON OJEDA, EDWIN EUCLIDES	ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE - SAN IGNACIO -2022	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

ARTÍCULO 2°: DEJAR SIN EFECTO, la resolución N°1164-FACEM-USS-2019, de fecha 30/09/2019, numeral 04.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



 **Dr. LUIS GERARDO GOMEZ JACINTO**
Decano
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN



 **Mg. LISET SUGEILY SILVA GONZALES**
Secretaría Académica
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Cc.: Escuela, Archivo

Formato T1



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, miércoles 17 de marzo del 2019.

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

El suscrito:
Edwin Calderón Ojeda, con DNI 47827254

En mí calidad de autor exclusivo de la investigación titulada: **Análisis de la Competitividad en la Cooperativa de Servicios Múltiples Gallito de las Rocas - Namballe - San Ignacio – 2019**, presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar el GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Calderón Ojeda Edwin	47827254	

Fotos de aplicación de la encuesta



NOMBRE DEL TRABAJO

ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALL

AUTOR

Edwin Euclides Calderon Ojeda

RECUENTO DE PALABRAS

8422 Words

RECUENTO DE CARACTERES

48962 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

37 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

174.5KB

FECHA DE ENTREGA

Mar 7, 2023 8:39 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Mar 7, 2023 8:40 AM GMT-5**● 23% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 15% Base de datos de trabajos entregados
- 6% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0707-2022-FACEM-USS, presentado por el/la Bachiller, Edwin Euclides Calderón Ojeda, con su tesis Titulada ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES GALLITO DE LAS ROCAS -NAMBALLE - SAN IGNACIO – 2022.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 23% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 11 de marzo de 2023



Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.